

GUIA DEFINITIVO de resultados em redes sociais



Sumário

04
A IMPORTÂNCIA
DAS REDES SOCIAIS



06
FACEBOOK



16
LINKEDIN



26
INSTAGRAM



36
GOOGLE+



42
SOCIALIZE



03
O GRANDE DESAFIO DOS
PROFISSIONAIS DE MARKETING



05
MARQUE PRESENÇA
ONDE SEU PÚBLICO ESTÁ



11
TWITTER



21
PINTEREST



31
YOUTUBE



41
OUTRAS REDES
INTERESSANTES



43
SOBRE A
AGÊNCIA INBOUND

O grande desafio dos profissionais de marketing

A presença das redes sociais no nosso cotidiano já é uma realidade incontestável, assim como a importância delas no **bom relacionamento** entre uma empresa e o seu público. Segundo a **Social Media Examiner**, 92% dos *marketeiros* consideram a utilização das redes sociais vital para seus negócios. Cada vez mais o *marketing* intrusivo e disruptivo perde espaço para uma abordagem **amigável e social** nas várias redes disponíveis, onde seu público vai interagir e influenciar diretamente o seu negócio. Para muitos, lidar com uma plataforma tão volátil e imprevisível é um pouco assustador, mas não se preocupe, este Guia está aqui para te ajudar a tirar a melhor experiência de cada rede social e alavancar a presença online do seu negócio. **Vamos socializar?**

A importância das Redes Sociais

A forma de fazer *marketing* está mudando. O público não quer mais saber de anúncios intrusivos, ligações chatas ou e-mails desinteressantes. Seus clientes anseiam por conteúdo. A metodologia de **inbound marketing** é a solução para isso, pois é focada em *marketing* de conteúdo, se preocupando muito mais com artigos, *e-books*, *whitepapers*, *webinars* e outras formas construtivas de gerar mais *leads* do que publicidade disruptiva.

Essa metodologia faz uso extensivo de plataformas online e, principalmente, de redes sociais. Afinal, **74% de todos os usuários da internet** usam algum tipo de rede social (via *Pew Research Center*). Dessas pessoas, **46% pesquisa nas redes sociais** antes de adquirir um produto ou contratar um serviço (via *Marketing Tech Blog*). Não estar presente ou ativo nas redes sociais é estar invisível a esse imenso contingente.

As redes sociais são um conjunto de ferramentas excelentes para gerar *brand awareness*, se conectar com o público, divulgar conteúdos relevantes e promover campanhas e ações. Junto com as práticas de inbound marketing, geram **54% mais leads** do que o *marketing* tradicional (via *Hubspot*). Com isso, as interações das empresas com *leads* potenciais têm **100% a mais** de chance de fechamento de negócio (via *Hubspot*). As mídias sociais deixaram de ser um extra e se tornaram uma **necessidade!**

Marque presença onde seu público está

Quando pensamos em **mídias sociais**, os primeiros passos parecem óbvios: criar uma página no Facebook, Twitter, LinkedIn, YouTube, Pinterest, Google+... mas calma lá. Será que seu público utiliza tudo isso? Talvez as pessoas que você queira atingir estão mais concentradas em uma das redes ao invés de dispersas em todas elas. Se você for criar uma página em qualquer rede social, esteja disposto a **mantê-la atualizada**. Marcar presença em um lugar onde poucos estão olhando para você, pode ser um grande desperdício de tempo, esforço e dinheiro.

Então qual rede você deve priorizar? Isso depende. Redes maiores como Facebook e Twitter são recomendadas para todo tipo de negócio, mas nem todas são assim. Pinterest e Instagram apresentam **resultados melhores** com ramos criativos e focados em *design*, estética e beleza. LinkedIn e Google+ são mais recomendadas para negócios do ramo corporativo, de serviços e de tecnologia.

Então, o seu primeiro passo é definir bem o seu público, seu cliente ideal. Quais redes ele frequenta? Quanto tempo ele gasta em mídias sociais por dia? O que ele busca enquanto navega nas redes sociais? São algumas perguntas que vão lhe ajudar a ter um norte na hora de estruturar sua **estratégia de mídias sociais**. Converse com seus clientes atuais, pesquise sobre cada uma das redes e escolha a ideal para a sua necessidade.



Facebook

Facebook



70% das empresas B2C relataram que adquiriram clientes através do Facebook. (via [Marketing Tech Blog](#))

Fundado em 2004, o Facebook é a rede social líder em usuários pelo mundo, com aproximadamente **1,04 bilhão** de usuários ativos diariamente, sendo **934 milhões** de usuários mobile (via [Facebook](#)). É a rede com maior alcance e maior variedade de público. Seus usuários curtem, comentam e compartilham publicações que gostam com seus amigos e familiares. Manter uma boa presença no Facebook é o segredo para o sucesso no boca a boca virtual. Uma ou duas publicações diárias são ideais para manter a página sempre ativa e movimentada.

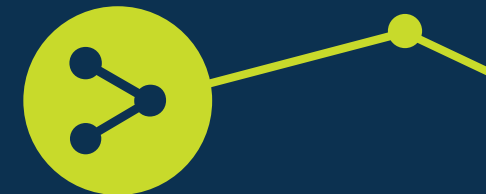
🔑 Dicas chave

Crie uma página, não um perfil

As páginas, conhecidas como *fanpages*, são uma forma mais eficiente e completa de interagir com o público do que um perfil. Além de não possuir limites de usuários, a página possui **várias ferramentas e facilidades** que a tornam indispensável para bons resultados, como estatísticas, métricas, agendamento de postagens, feedback em tempo real sobre as publicações e alcance, *call-to-action*, *Ads* e mais. O perfil, além de não possuir nada disso, exige um trabalho manual muito maior para gerenciar o público e se comunicar com o mesmo.

Crie conteúdos exclusivos para a página

Seu público não quer ficar vendo postagens repetidas em todas as redes sociais. Crie conteúdos exclusivos e engajantes que as pessoas vão querer consumir e divulgar. Segundo o [Marketing Tech Blog](#), **fotos e imagens** são o tipo de conteúdo mais popular no Facebook, com **74% do índice de compartilhamentos**, seguido por links (10%) e status (6%). Crie conteúdos relevantes e seu público vai fazer questão de divulgá-lo para você.



Facebook

Menos é mais

Segundo pesquisas analisadas pela **Fast Company**, postagens longas tem um **performance muito inferior** a postagens mais curtas e objetivas. Mantenha-se breve, direto e simples em suas publicações. **Use imagens e links** para os detalhes de suas publicações, mas deixe o corpo delas o mais simples possível. Um **bom número de caracteres** para sua postagem está **entre 40 e 80**, somente! Mensagens do Facebook com 40 caracteres ganham **86% mais envolvimento** do que as mensagens mais longas (via **Infográfico da Express Writers**).

Não ignore comentários negativos

Na verdade, **não ignore comentário nenhum**. Se alguém comentou de forma positiva, agradeça e interaja. Se alguém lhe fez uma crítica, analise o comentário, reflita sobre medidas para solucionar os problemas apontados e agradeça o *feedback*. Nunca ignore ou censure comentários em sua página, mesmo que sejam ruins ou pejorativos. Aja sempre de maneira amigável e receptiva a todos. A pior coisa que uma empresa pode fazer online é afastar possíveis clientes sendo ranzinza e antipática. Converse com o consumidor insatisfeito, proponha soluções e mostre que a empresa se importa com ele.

Descubra seu horário nobre

Uma das métricas mais importantes no Facebook é o **horário mais efetivo para suas postagens**. Nem todo público acessa as redes sociais no mesmo horário, então é importante ver quando seus *targets* estão online. Será na hora do almoço? À noite, depois do trabalho? Logo pela manhã? O Facebook possui ferramentas de análise que lhe ajudam a determinar os horários de maior tráfego. Suas postagens devem ser feitas próximas a estes horários. Segundo a **Eventbrite**, postar na **quarta-feira às 15h** poderá trazer melhores resultados. Não esqueça de utilizar ferramentas de CRM para agendar e programar suas postagens, como por exemplo o **Hubspot** ou a própria ferramenta integrada do Facebook.

Facebook

Métricas são tudo

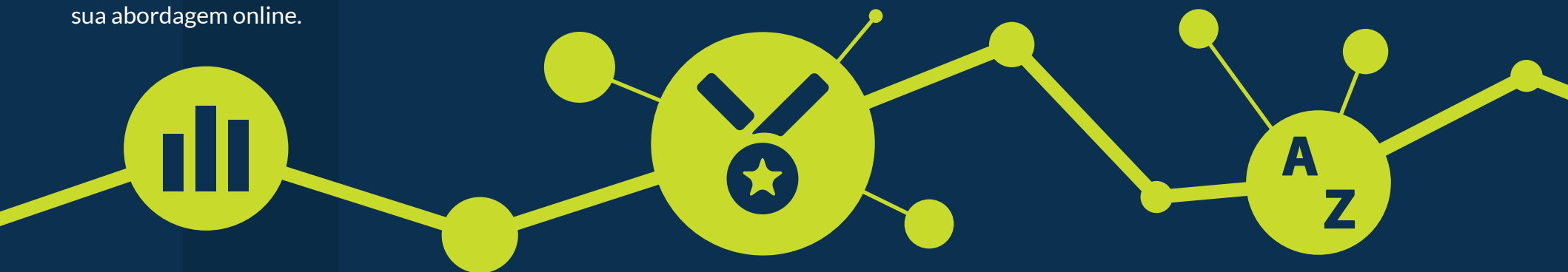
Segundo a **Social Media Examiner**, **68% dos marketeiros** analisam suas estatísticas das redes sociais com frequência. Isto é uma prática muito importante para manter a qualidade e melhorar o engajamento de seus fãs. O número total de fãs não é o suficiente para mensurar seu sucesso. 1 milhão de fãs passivos gera menos retorno do que 10 mil fãs engajados e ativos. Utilize o **Facebook Insights** para verificar quais publicações tiveram maior resposta do público e utilize as informações para guiar sua abordagem online.

Concursos e promoções

Descontos e vantagens para clientes são o principal motivo das pessoas se conectarem às marcas em redes sociais, segundo o **Marketing Tech Blog**. Sabendo disso, considere fazer sorteios, concursos e programas de fidelidade para engajar seu público e gerar novos *leads*. Mas mantenha em mente as **regras do Facebook** para esse tipo de conteúdo e à legislação brasileira vigente. Não queremos que seu sorteio transforme-se em uma dor de cabeça, não é?

A linguagem certa

Como o Facebook é uma rede muito abrangente, que envolve pessoas de todas as idades, raças, crenças e gostos, é muito importante escolher cautelosamente a linguagem que vai ressoar melhor com o público que você gostaria de atrair. Um texto muito formal pode afastar audiências mais jovens, enquanto algo casual demais pode repelir clientes do ramo corporativo. **Sempre faça suas publicações tendo seu persona em mente.**



Facebook

Sempre há espaço para o bom humor

Mesmo que seu negócio seja estritamente profissional, o Facebook, assim como outras redes como YouTube e Instagram, funciona como berço para várias tendências e virais, os famosos **memes**. Pessoas gostam de dar boas risadas e descontrair um pouco. Sempre que possível, aproveite-se da onda de popularidade de algum viral para conseguir alguns fãs a mais. Claro que você não deve abusar e sempre fique atento ao tempo de vida do viral em questão, pois, com a mesma velocidade que eles nascem, eles também somem e deixam de ser engajantes.

Seguindo as regras

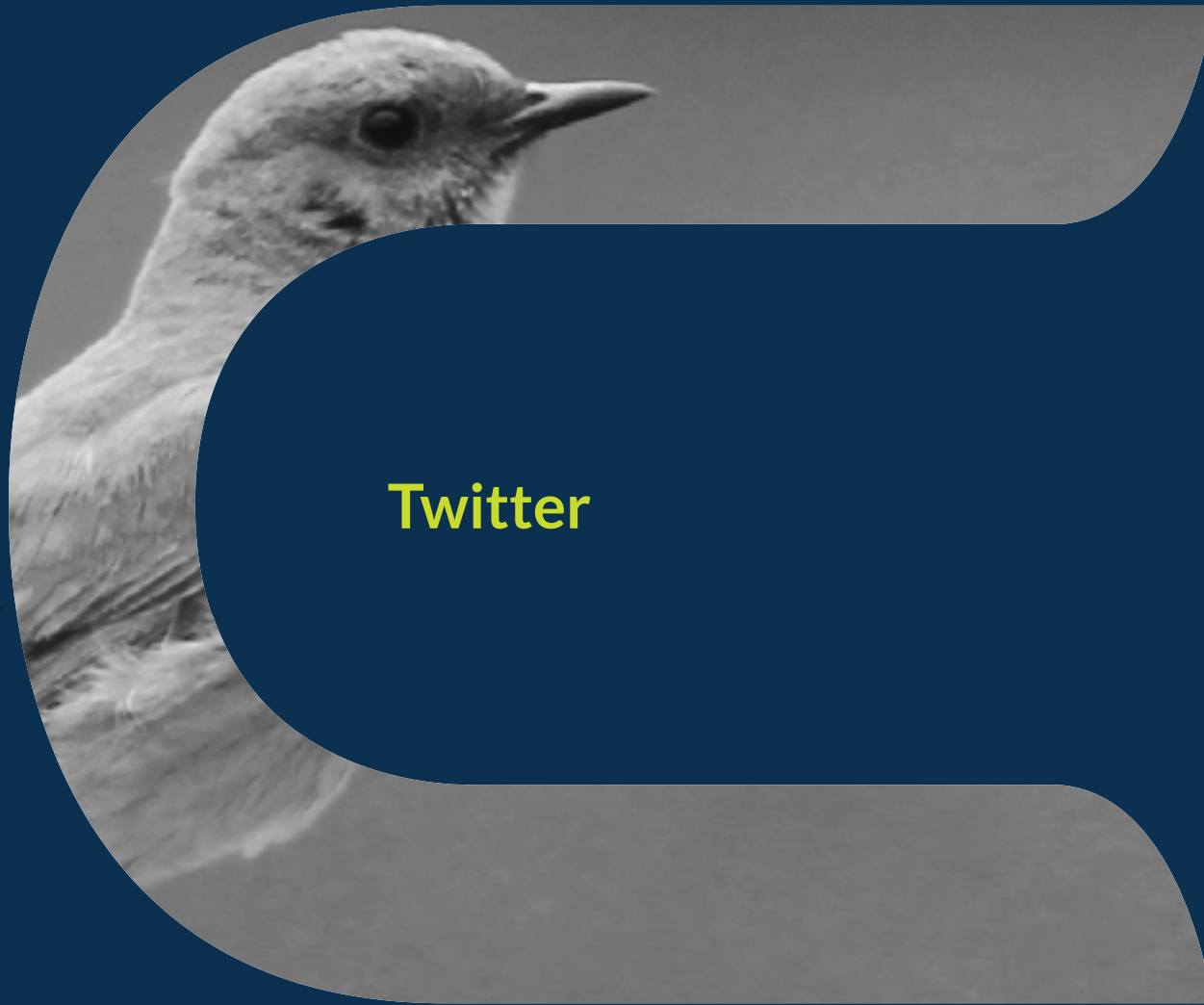
Se sua empresa trabalha com vídeos, imagens ou áudios em suas publicidades, o Facebook pode estar diminuindo sua visibilidade. Devido ao algoritmo do site, vários posts podem não aparecer no *feed* de seus fãs. Posts com publicidade excessiva, boatos, vídeos externos (do YouTube, por exemplo), *links* para sites com reputação baixa em SEO, são alguns exemplos de conteúdos que não aparecem para grande parte dos fãs da sua página. (via [BufferApp](#))

Além disso, desde 2016, postagens de páginas tem menos destaque do que conteúdos de amigos, o que torna ainda mais essencial preparar conteúdos corretamente. (via [Facebook](#))

Facebook Ads

É a ferramenta de anúncios pagos do Facebook. Com planos a partir de R\$10, você pode impulsionar uma publicação ou conteúdo para um público-alvo desejado e obter excelentes resultados. Tudo que você precisa é ter uma página no Facebook e um conteúdo a ser anunciado. A própria ferramenta te dá todos os recursos para rastrear os resultados, alcance e sucesso da sua campanha. O maior trunfo do Facebook Ads é o direcionamento preciso do anúncio, atingindo exatamente o público-alvo que você indicar, com base nas curtidas, compartilhamentos e interação dos usuários dentro do site.





Twitter



67% dos usuários de Twitter compram de marcas que seguem na rede. (via [Marketing Tech Blog](#))

Twitter é a rede de microblogging mais popular da internet. Conta com **320 milhões de usuários** ativos mensalmente (via [Twitter](#)). Seus seguidores compartilham opiniões curtas e pequenos fatos do seu dia a dia com amigos e familiares em pequenas mensagens de, no máximo, 140 caracteres. É uma excelente plataforma para interação de marcas com o público, incluindo ações promocionais, prestação de serviços e suporte, já que é estruturada de forma direta e objetiva.

🔑 Dicas chave

Não siga qualquer um

Vários usuários do Twitter seguem milhares de pessoas e marcas só por seguir, unicamente para incrementar os números e a visibilidade de seu perfil. Mas um bom gestor de *marketing* não pode sair por aí levando o nome da empresa à qualquer lugar. O risco de ser taxado como *spammer* e ter uma ideia indesejável associada à empresa é bem grande quando seguimos pessoas sem nenhum tipo de filtro. **Analise cautelosamente antes de seguir alguém.** Uma breve verificada no perfil dela te dará essas respostas e a sinalizará como um *lead* em potencial ou não.

Mantenha a boa qualidade

Seus *tweets* tem grande chance de serem totalmente ignorados se forem repetitivos ou simples propagandas de seus produtos. **Sempre crie mensagens** que o público vai gostar e querer *retweetar*. Uma imagem criativa, um vídeo útil, um artigo sobre algo importante são bons exemplos. E, assim como outras redes, o Twitter dá muito espaço para virais e bom humor. Aproveite-se disso sempre que for possível.



Twitter

Frequência consistente

As pessoas não seguem quem não se mantém ativo. Tão importante quanto postar com qualidade, é postar com regularidade e manter uma qualidade consistente nos seus conteúdos. **Monte uma agenda de postagens e lembre-se de segui-la.** Comprometa-se a postar de duas a três vezes na semana, no mínimo. O ideal é uma média de **4 a 5 tweets diários** para manter o engajamento do público. Ferramentas de CRM, como o **Hubspot**, podem te ajudar programando seus *tweets* para um dia e horário específico.



Fique de olho no que falam de você

O Twitter é um verdadeiro formador de opiniões em massa. Um *tweet* infeliz e sua empresa ficará mal vista no conceito de milhares de pessoas. Por isso, é vital para o sucesso de qualquer marca que fique **atenta ao que os usuários dizem** sobre a mesma. Faça pesquisas do nome da sua empresa regularmente e interaja com os usuários que te mencionaram em alguma publicação. Além disso, **não ignore ninguém**. Agradeça elogios, responda perguntas, resolva problemas, não deixe nenhum comentário para trás. Evite demorar para dar *feedback*, pois isso também pode ser prejudicial para a imagem do seu negócio. Mantenha a cordialidade e a identidade da empresa em todas as suas interações.

A meia-vida de um tweet

O dinamismo do Twitter pode ser um fator positivo que contribui para que a rede possua uma cultura própria, mas com isso um ponto importante deixa de ser percebido. Segundo uma pesquisa do **Bit.ly**, um post no Twitter possui uma meia vida de **2.8 horas**, ou seja, após três horas o post terá recebido metade das curtidas e *retweets* que obterá no total, sendo posteriormente esquecido devido a constante atualização no feed. Em comparação, no Facebook, a meia vida de um post é de 3.2 horas, e no YouTube, 7.4 horas.

A Search Engine Land tem um truque para aumentar a visibilidade de um post: repostar após a expiração da meia vida de um post, garantindo até **50% mais engajamento** do que na primeira vez.

Twitter

Destaque-se da multidão

Aproximadamente **9 mil tweets** são enviados a cada segundo em todo o mundo (via *Leverage*), então é vital que você se destaque em meio ao “barulho”. Utilize imagens criativas e bem humoradas para captar a atenção dos usuários e gerar boa movimentação do nome do seu negócio.

Mantenha a simplicidade

Segundo o *BufferApp*, o comprimento ideal de um *tweet* de sucesso são **100 caracteres**. Escrever dentro do limite de 140 caracteres já não é uma tarefa fácil, então imagine com menos. Para isso, mantenha suas ideias diretas e breves. Utilize imagens e *links* caso precise passar uma imagem mais complexa, mas não faça *tweets* compostos que dão trabalho de ler.

Promoções e descontos

90% dos usuários do Twitter dizem seguir uma marca ou empresa para obter descontos e ofertas (via *Marketing Tech Blog*). Para conseguir seguidores, realize sorteios ou divulgue descontos de seus produtos ou serviços. Saber aproveitar o interesse do público é o que vai ajudar seu perfil a ganhar mais seguidores e, consequentemente, mais *leads*.



Twitter

Horários nobres

Segundo uma pesquisa da **Hubspot**, os **tweets** feitos por volta das **16 horas** tiveram mais repercussão do que em outros horários. Mas, assim como o Facebook, você deve acompanhar e analisar a performance do seu perfil e determinar o “horário nobre” do seu público. O próprio Twitter possui ferramentas de análise de desempenho do seu perfil e suas atividades. Faça relatórios regulares e os analise para obter melhores resultados.

Linguagem

O limite de caracteres torna a linguagem a ser usada na rede algo ainda mais importante. Fale a linguagem do seu público-alvo. Evite abusar de abreviações só para poupar espaço no *tweet*, não utilize palavras muito longas ou excesso de pontuações. Isso torna a mensagem confusa e pouco atraente.

Twitter Ads

O Twitter possui uma ferramenta de promoção de *tweets* do seu perfil. Você escolhe uma audiência e um conteúdo para ser impulsionado e faz um orçamento de resultados. Esses *tweets* aparecem no *feed* de pessoas do público-alvo selecionado, mesmo que elas não sigam você, o que ajuda a divulgar sua identidade na rede e ganhar seguidores!





LinkedIn



LinkedIn



94% dos profissionais de marketing de empresas B2B utilizam o LinkedIn para distribuir conteúdo, tornando-a a rede social utilizada com mais frequência. (via [Content Marketing Institute](#)).

O LinkedIn é uma rede social focada no **público corporativo**. Nela, pessoas podem montar seus currículos, contendo habilidades profissionais, experiências e pretensões, enquanto empresas podem oferecer seus serviços e oportunidades, ou utilizá-la para buscar clientes ou potenciais colaboradores. Uma rede especializada para negócios B2B. Entre 1 e 3 novos posts por semana são o suficiente para marcar sua presença na rede dos negócios.

🔑 Dicas chave

Crie uma página de empresa

Assim como o Facebook, a página de empresa do LinkedIn tem vantagens e ferramentas que não estão disponíveis em um perfil comum. **Então não utilize seu perfil principal para socializar sua marca.**

Invista no seu perfil

O perfil do LinkedIn é a parte mais importante de sua identidade. Como ele contém muito mais informações relevantes do que as demais redes, é necessário que você **invista mais tempo configurando-o** e mantendo-o atualizado e sempre atraente. O mesmo é válido para as páginas da sua marca.



LinkedIn

Aproveite seu conteúdo

Como o LinkedIn é uma rede muito mais séria e profissional do que as demais, ele é o lugar ideal para compartilhar *e-books*, *white papers*, *webinars*, artigos, guias e outros documentos de utilidade corporativa. Como também não há limites de caracteres, você pode **redigir postagens mais completas** e informativas sem medo.

Atraia seguidores através de outras redes

Utilize-se de redes com maior alcance, como Facebook e Twitter, para **direcionar usuários** para sua página do LinkedIn, onde eles podem encontrar conteúdos mais completos para seus negócios. Um dos maiores erros das empresas é não mostrar para seu público que ela está ativa em uma rede social, então lembre-se de divulgar sua presença.

Participe de grupos

Uma das funções mais interessantes do LinkedIn é **participar de grupos de discussões** sobre um determinado assunto ou setor. Participe ou proponha discussões com seus colegas de indústria e gere *brand awareness*. Mas não vá entrando em qualquer grupo do seu ramo de atuação. Muitos grupos não são realmente ativos ou não possuem o público certo para o seu negócio. Por isso, **sonde os integrantes e o ambiente** antes de ingressar em algum.



LinkedIn

Reserve sua URL personalizada

Após a criação da sua página no LinkedIn, não se esqueça de **configurar e reservar sua URL personalizada**. É uma forma muito mais simples e fácil de divulgar seu perfil do que a sequência imensa de caracteres que a rede define como padrão. Utilize o nome do seu negócio ou empresa, de forma simples e direta, sem complicações.

Compartilhe

É muito bom divulgar nosso próprio conteúdo nas redes, mas o LinkedIn possui um leque muito maior de conteúdos de qualidade. E que mal há em divulgar algum que você considera interessante? Como o foco da rede é conteúdo corporativo, a relação entre empresas é importante e com um simples *share* de algum artigo ou vídeo institucional, você já cria um **bom relacionamento** com seus colegas de setor.

Não venda

Parece contra intuitivo, não é? Mas o foco do LinkedIn não é a propaganda, e sim o **marketing passivo** da sua empresa. Não jogue ofertas e promoções no seu perfil. Preocupe-se mais em construir um relacionamento sólido divulgando conteúdos úteis, como posts de blog, página de serviços, notícias da indústria, inovações e novidades.



LinkedIn

Mostre sua expertise

Sua empresa e seus colaboradores possuem várias habilidades e *expertises* únicas. Utilize seu perfil para mostrar isso! **Leads são mais cativados por experts** em algum assunto do que empresas normais, então esta é a imagem que você deve buscar passar. Mostre suas certificações, prêmios, selos e medalhas de qualidade em sua página.

Utilize a busca

A ferramenta de busca avançada do LinkedIn pode lhe ajudar a encontrar *leads* e parceiros valiosos. Busque por experiências anteriores, habilidades, clientes e setor, filtrando os resultados para o que você realmente procura. Encontrando, não se esqueça de entrar em contato com seus *prospects* e oferecer seus serviços.

LinkedIn Ads

O LinkedIn possui sua própria ferramenta de divulgação. Você escolhe seu público-alvo, podendo filtrar por cargo, empresa ou setor, cria um conteúdo personalizado e o impulsiona para empresas e colaboradores. O orçamento é por cliques e não possui nenhum contrato burocrático. Simples, rápido e fácil.





Pinterest

Pinterest

Pinterest é uma rede social fundada em 2010 e ganhou popularidade rapidamente. Hoje, conta com mais de **100 milhões de usuários** ativos. Na rede, você pode “pinar” imagens, vídeos, infográficos ou páginas da internet que te interessem e guardá-las em uma coleção pessoal, que seus amigos e colegas podem ver e guardar em suas próprias. Especialmente popular com o **público feminino** (com mais de 85% dos usuários registrados sendo mulheres), o Pinterest é uma excelente ferramenta de marketing para certos setores do mercado, como moda, joalheria, gastronomia e vários outros, mas também pode ser usada de forma corporativa para guardar recursos importantes na hora da criação de conteúdos, como tabelas, gráficos, estatísticas, entre outros (via [DMR](#)). O recomendado é criar ou pelo menos repinar de 4 a 5 pins diariamente para manter uma atividade relevante.

🔑 Dicas chave

Crie uma conta comercial

A conta comercial do Pinterest te dá uma visibilidade pública instantânea, ao contrário da conta comum. Para criar uma conta comercial, basta ir até [este link](#) e seguir as instruções. Desta forma, todos os usuários terão acesso ao seu perfil, mesmo que você não esteja conectado diretamente a eles.

Instale o botão de Pin It! no seu site

Várias plataformas já vem com o botão do Pinterest instalado e incorporado em seu código, mas se você ainda não o tem, **instale-o**. Desta forma, isso permitirá que qualquer conteúdo seja guardado nos painéis de qualquer usuário e atinja milhões de outros facilmente.



Pinterest

Use e abuse de recursos visuais

O Pinterest é uma rede 100% visual, portanto **quanto mais você aparecer, melhor**. Destaque-se usando imagens produzidas, interessantes e de boa qualidade, gráficos, tabelas, fontes grandes e tudo mais que a sua criatividade imaginar.

Adicione links à descrição dos seus Pins

Como a repercussão dos pins é muito grande, um *link* pode receber uma quantidade imensa de cliques pegando carona na descrição do mesmo. Não se esqueça de sempre colocar algum conteúdo relacionado junto com suas imagens ou vídeos. Pode ser um artigo, *e-book* ou post de blog.

Interaja com outros usuários

Quando você curte, repina ou comenta um pin interessante, outros usuários vão ter curiosidade de dar uma olhada em seu perfil e painéis. Isso vai ajudar a espalhar sua página e divulgar sua marca. Procure conteúdos interessantes, repine-os em seus próprios murais, curta e comente sempre que puder.



Pinterest

Mantenha a simplicidade

Títulos de murais e painéis devem ser curtos para uma performance melhor. **20 caracteres** são mais do que o suficiente. Utilize descrições simples e relacionadas com o conteúdo e algumas hashtags, mas não abuse, pois o sistema de indexação do Pinterest desmotiva uso excessivo delas. (via *Inflow*)

Organize seus pins

Crie vários painéis e **separe-os por categorias**. Isso facilita a organização e gera mais visibilidade do que um único painel bagunçado com um pouco de tudo. Não esqueça de sempre mantê-los bem movimentados e com pins novos regularmente.

Crie murais comunitários

Convide pessoas para contribuir com **um mural comunitário**. Assim, possíveis leads podem descobrir novos conteúdos e contribuir com conteúdos próprios. Você também poderá interagir de uma maneira mais direta com seu público.



Pinterest

Analise seu resultado

Utilize a ferramenta integrada do Pinterest ou o **Google URL Builder** para analisar o resultado de suas campanhas. É bem fácil de configurar, rápido e grátis. Faça isso sempre que criar um novo mural para avaliar seus resultados.

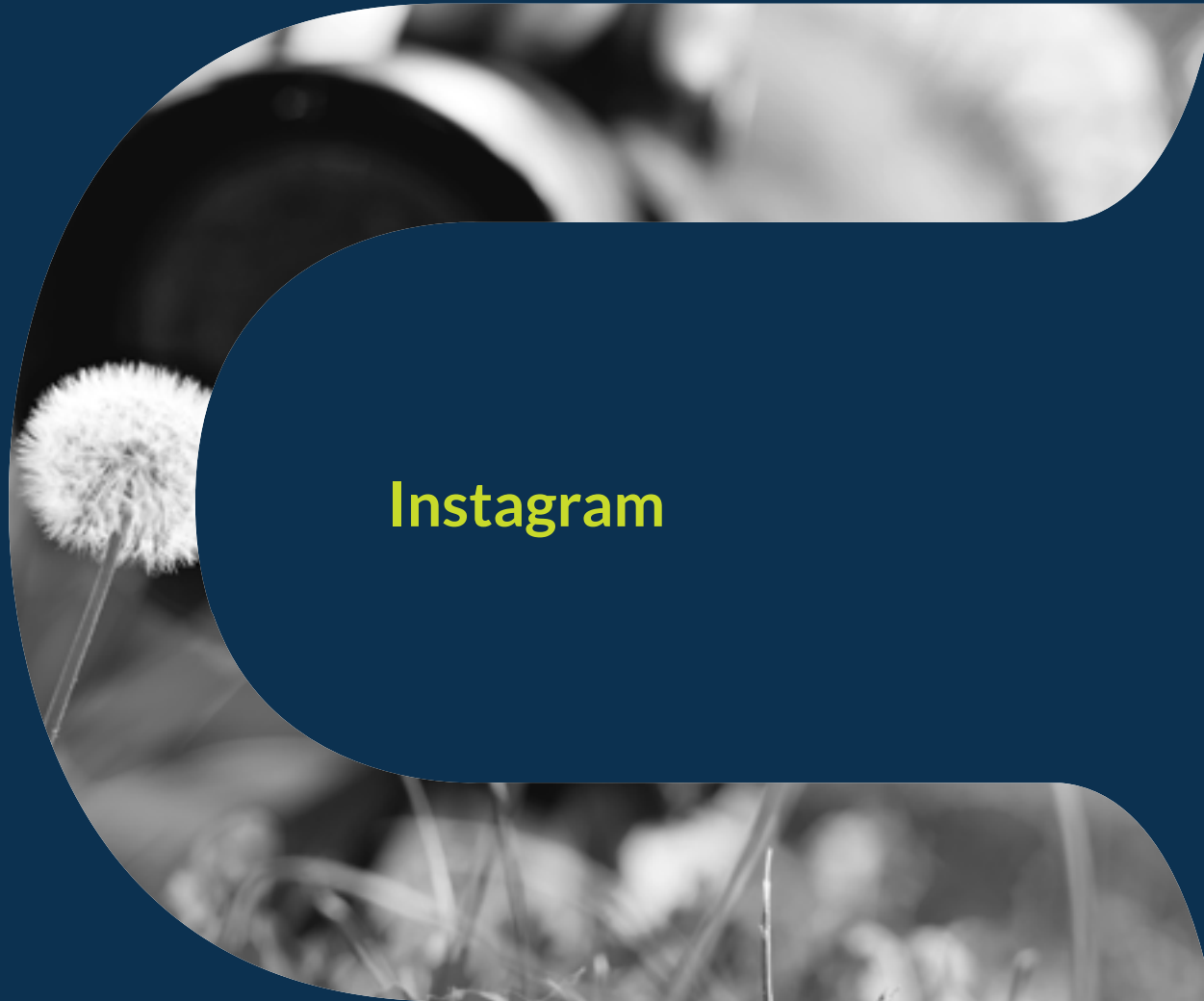
Divulgue em outros sites

Compartilhe seus pins e murais em outros sites e redes. Isso vai atrair novos usuários para o Pinterest e ajudar na divulgação do seu conteúdo. Utilize a incorporação para integrar a rede a seus posts de blog, artigos e páginas.

Promoted Pins

O Pinterest tem sua própria ferramenta de anúncios pagos. Você escolhe um mural ou pin já publicado, define sua audiência desejada, paga pelos resultados e avalia sua performance. Seus pins aparecerão no topo das buscas e nas recomendações da audiência selecionada, mesmo que não sigam seu perfil diretamente. Utilize a promoção de pins para atingir uma audiência maior e engajar mais pessoas.





Instagram



Instagram



Usuários do Instagram compartilham aproximadamente **70 milhões de fotos por dia.** (via *Hootsuite*)

Contando com mais de **300 milhões de usuários** ativos mensalmente, o Instagram é uma rede de compartilhamento de fotos focada em imagens tiradas de dispositivos móveis. Devido ao seu enorme número de usuários ativos, tornou-se rapidamente uma plataforma viável para o uso corporativo de marketing de empresas, campanhas e produtos.

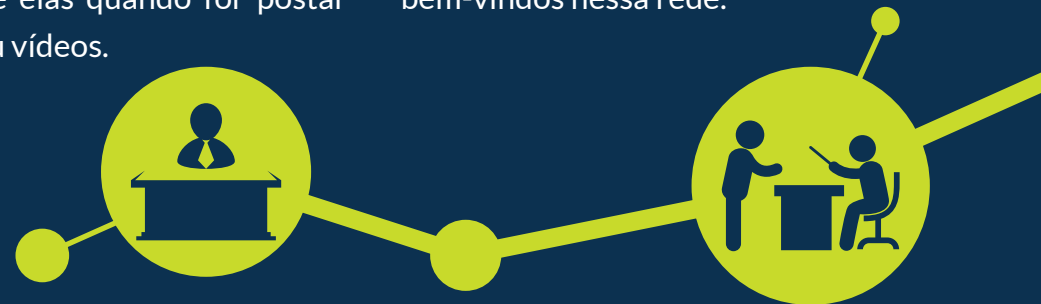
🔑 Dicas chave

Crie uma conta para sua empresa

Não misture sua conta pessoal com a conta do seu negócio. Ninguém quer ver as fotos da sua última viagem enquanto vê imagens interessantes sobre seus produtos e serviços. Tenha também uma conta de usuário comum para poder visualizar e verificar como está sendo a experiência do seu público. Não se esqueça também de **alternar** entre elas quando for postar novas fotos ou vídeos.

Compartilhe conteúdos interessantes

Não faça uso extensivo de anúncios exorbitantes e se preocupe com imagens e fotos que sejam engajantes, que as pessoas vão gostar de compartilhar e curtir. Poste também algumas imagens mostrando o lado humano do seu negócio e as pessoas que ajudam ele a funcionar. **Momentos com seus colaboradores** são muito bem-vindos nessa rede.



Instagram

Conte uma história

Na descrição de suas postagens, sempre coloque **um pequeno texto** contando algo divertido sobre a imagem em questão, uma história ou mencionando as pessoas que aparecem na foto. Utilize também **hashtags** e **emojis** para maior engajamento.

Não abuse dos filtros

Os **filtros** são uma função muito divertida e popular do aplicativo, porém não abuse dos mesmos. Evite deixar a imagem confusa com muitas modificações e efeitos. Sutileza é a palavra-chave aqui.

Socialize com seu público

É uma prática muito comum no Instagram seguir de volta quem te segue. Seu público não é exceção. Curta e siga pessoas que se envolvem mais com a sua marca e mostre-as a sua consideração pelo apoio delas. Dê uma volta pelos perfis delas e curta algumas fotos relacionadas ao seu setor. Isso incentiva ainda mais o engajamento do público com a sua marca.



Instagram

Vídeos são incríveis

Aconteceu alguma situação divertida durante o expediente? Chegou um novo produto? Um novo serviço está disponível? Por que não registrar? O Instagram por muito tempo permitiu vídeos de apenas 15 segundos, mas em 2016 como parte de uma evolução da marca, o Instagram passou a permitir vídeos de **até 1 minuto**. A mudança demonstra a importância do vídeo na rede, já que o tempo médio gasto vendo vídeos **aumentou 40%**. Isso possibilita uma maior flexibilidade para as marcas dentro da rede. O público gosta de saber como é por trás dos bastidores das marcas que amam. Então abra as cortinas e deixe a audiência dar uma espiadinha!

Consistência nas postagens

Não abandone seu Instagram por períodos longos de tempo. O ideal para a rede é de **1 a 2 posts diários**. Mantenha-se sempre atualizado e ativo, acompanhando as últimas tendências sociais e do mercado e repassando-as para seus seguidores da melhor maneira possível.

Conecte suas contas

O Instagram permite integração com Facebook, Twitter e outras redes. Conecte suas contas para que seu público, transite entre elas e gere resultados bem distribuídos entre todas.



Instagram

Promova concursos de fotografia

Com o Instagram, mais pessoas tiveram acesso a uma boa ferramenta de fotografia digital rápida e simples. Muitas marcas se aproveitam disso para promover concursos de fotografias com temas relacionados a seu negócio. É uma forma muito divertida e eficiente de gerar movimentação no Instagram e em outras redes com a divulgação da campanha.

Recompense seus seguidores

Com um simples cupom de desconto ou uma amostra grátis de um produto, você pode recompensar novos seguidores e incentivar que mais pessoas acompanhem seu perfil na rede. É uma forma muito eficiente de gerar visibilidade.

Instagram for Business

É a ferramenta de publicidade do Instagram. Funciona junto ao motor compartilhado dos anúncios do Facebook e de forma bem semelhante: você escolhe um tipo de anúncio, um público-alvo e solicita um orçamento baseado na sua necessidade. Seu anúncio será visto baseado nos gostos das pessoas ao redor do mundo todo, mesmo que elas não te sigam na rede.





YouTube

YouTube



Por dia, os vídeos do YouTube recebem 4 bilhões de novas visualizações. (via [DMR](#))

O YouTube é a maior rede de compartilhamento de vídeos do mundo, com **1 bilhão de usuários** ativos. **81% dos Millennials** norte-americanos utilizam o YouTube diariamente, sendo uma audiência muito jovem e engajada, sedenta por novos conteúdos e tendências. Sendo assim, é uma plataforma indispensável na hora de planejar seu marketing, para qualquer setor da indústria. (via [DMR](#))

🔑 Dicas chave

Crie um canal para sua empresa

Não misture o canal da sua empresa com o seu pessoal. O canal da empresa deve ser dedicado ao conteúdo relacionado a seu setor. Siga canais de outros usuários e empresas relacionadas a seus interesses.

Complete seu perfil

Configure seu perfil com um avatar, foto de capa e aparência condizentes com a identidade da sua marca. Não se esqueça de *linkar* suas outras redes sociais e sites ao seu perfil e deixar os *links* disponíveis no cabeçalho do seu canal para que sua audiência tenha contato com você em outras redes.



YouTube

Organize playlists

Monte **listas de reprodução** contendo vídeos úteis do seu canal e de parceiros. Agrupe-as por temas ou tópicos relevantes. Pessoas podem seguir e compartilhar essas listas para que outros tenham acesso aos conteúdos.

Escolha bem suas tags

Ao subir um vídeo no YouTube, você deve escolher bem as **tags** de seus vídeos. As **tags** vão definir como os usuários encontrarão seu conteúdo. Buscas orgânicas são a maior fonte de visibilidade dos vídeos. Escolha palavras que os usuários vão procurar espontaneamente. Utilize palavras muito abrangentes e também mais específicas.

Poste com regularidade

Pessoas não se interessam por um canal que posta vídeos raramente. Consistência em seu plano de ação é muito importante. Postando conteúdo regularmente, você atrai mais inscritos e visualizações e ajuda na viralização de seus vídeos.



YouTube

Seja breve

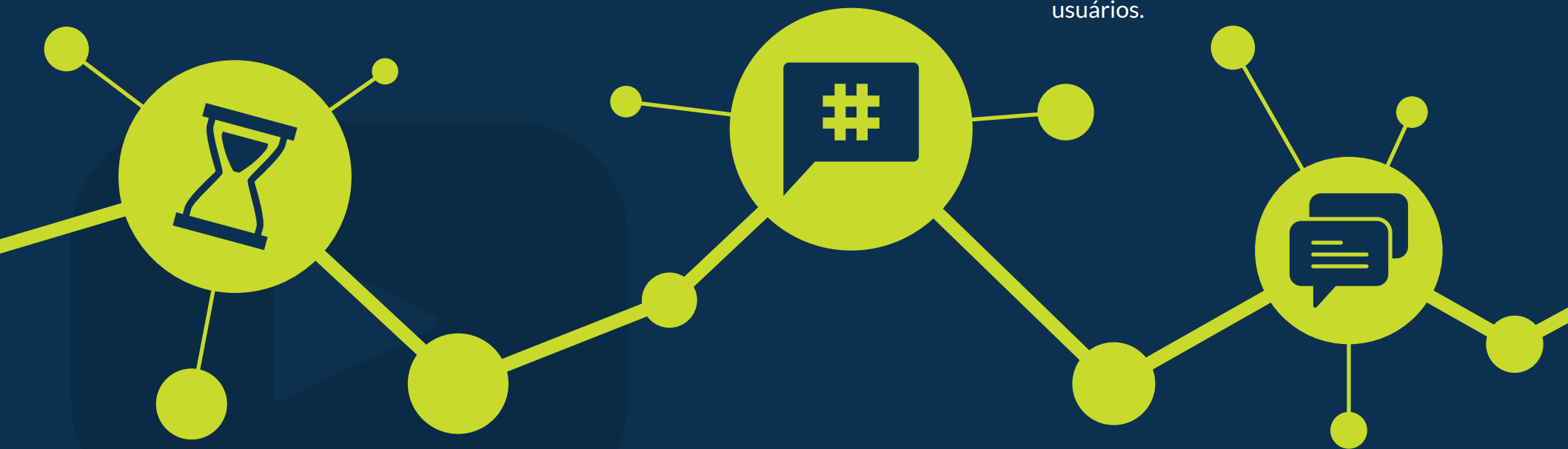
O comprimento ideal de um vídeo do YouTube são **3 minutos** (via *Adweek*). Não alongue demais seus vídeos e seja direto ao transmitir sua mensagem. Isso vai contribuir para que mais pessoas assistam seus vídeos e compartilhem os mesmos em suas redes.

Acompanhe as tendências

O YouTube é uma rede com **altíssimo potencial de viralização** de conteúdo. Aproveite-se de suas várias ondas e tendências rapidamente, antes que elas caiam no esquecimento. Isso atrai visualizações e contribui para o sucesso da sua marca.

Comentários são importantes

Muitos canais não respondem aos comentários em seus vídeos. **Sempre se comunique com sua audiência** e agradeça o feedback e engajamento deles. Tire suas dúvidas, indique soluções e não censure debates que geralmente acontecem entre usuários.



YouTube

Parcerias

Junte-se com outros canais, marcas e *youtubers* para interações e campanhas criativas e divertidas, que geram *brand awareness*, entretenimento e vários *leads*. Entre em contato com proprietários de canais grandes e proponha uma **ação de marketing**. Os canais brasileiros mais populares contam com milhões de inscritos, que podem se tornar *leads* em potencial para seu negócio.

Avalie seu desempenho

Utilize as ferramentas de análise do YouTube e do Google Analytics para acompanhar a performance de seus conteúdos. Avalie quais conteúdos e formatos tiveram mais sucesso, em quais horários e com quais audiências e **redirecione seu planejamento para o que deu certo**.

YouTube Ads

Você pode criar um curto vídeo e impulsioná-lo como anúncio em vídeos monetizados que são veiculados em todo o mundo. Pessoas podem clicar nesses anúncios para visualizar sites, ofertas e conteúdos. Eles devem chamar atenção em seus **primeiros 5 segundos** para engajar e incentivar o espectador a assistir o vídeo completo, ou um vídeo mais curto e passar a mensagem toda em poucos segundos.





Google+

Google+



37% dos usuários de redes sociais dos EUA utilizam o Google+ diariamente. (via [DMR](#))

Criado pela gigante da internet, o Google+ veio com a promessa de ser um concorrente direto do Facebook e outras redes sociais. Hoje, ele conta com **300 milhões de usuários** ativos mensalmente e é o melhor parceiro de negócios locais devido à sua relação íntima com o motor de busca do Google. (via [DMR](#))

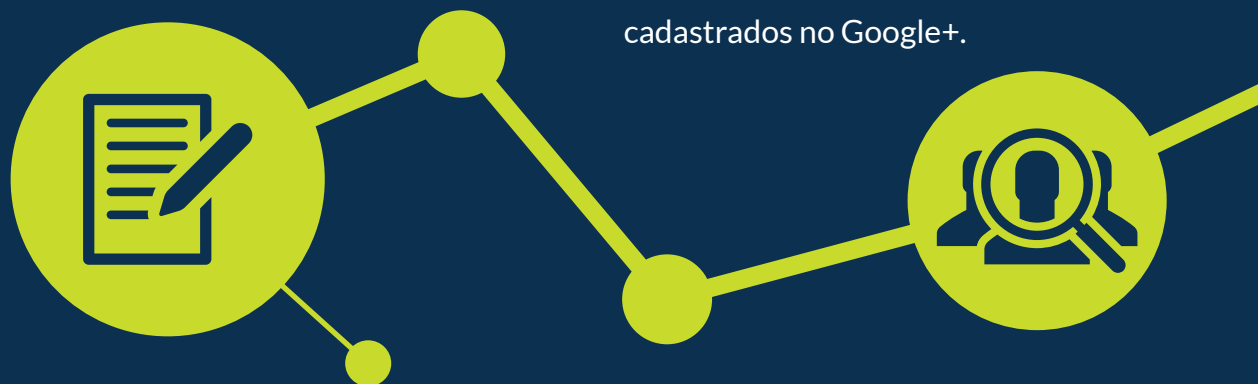
🔑 Dicas chave

Complete seu perfil

Quando uma conta no Google é criada, um perfil no Google+ automaticamente é criado junto. Configure-a devidamente, com a identidade visual e personalidade da sua empresa. Coloque também endereço, telefone, site e outras redes sociais para ajudar na otimização do seu perfil.

Intimidade com as buscas

Como o Google+ é integrado ao próprio Google, os perfis da rede ajudam no SEO do seu site. Perfis mais ativos e com mais conexões têm maior visibilidade do que páginas sem perfis configurados. Essa integração se estende mesmo a outras plataformas, como **Hubspot** ou **Wordpress**, dando maior credibilidade aos autores cadastrados no Google+.



Google+

Visibilidade local

Se seu negócio possui um foco mais localizado, como um restaurante ou bar, é importante não só configurar seu perfil como também **reivindicar seu endereço no Google Maps**, que também está integrado ao Google+. Com isso, você ganha acesso à edição de informações sobre seu negócio, inclusão de fotos, preços, ofertas e outros serviços que serão visíveis a todos que estiverem em busca de algo no seu setor em sua proximidade.

Adicione o botão +1 ao seu site

O **botão de +1** é o equivalente ao botão de Curtir do Facebook. Com ele, todas as pessoas ligadas a quem curtiu verão o seu conteúdo em suas redes e terão acesso ao mesmo, ajudando na divulgação e compartilhamento. Inclua o botão em seus artigos, páginas e materiais relevantes para garantir o engajamento.

Conteúdo é vital

O Google+ é uma rede com menos poluição do que as demais, então se preocupe bem mais com conteúdos ricos e de valor para seus usuários. Artigos, *webinars*, *white papers* e *e-books* são excelentes formas de agregar valor ao seu perfil.



Google+

Organize seus contatos

Criar círculos com empresas parceiras, colaboradores e clientes é importante para manter e expandir o alcance das suas publicações. Classifique e organize sua agenda de contatos para resultados otimizados.

Consistência e agenda

Mantenha uma agenda de postagens regular e consistente. Isso mantém seu público engajado e envolvido. Evite postar conteúdos repetidos ou antigos demais. Utilize uma ferramenta de CRM para gerenciar suas postagens, como o **Hubspot**.

Otimize os títulos de suas postagens

O tamanho ideal do cabeçalho de uma postagem no Google+ é por volta de 60 caracteres (via [BufferSocial](#)). Utilize o máximo de palavras chave possível no seu título e cabeçalho para otimizar o SEO e mantenha a simplicidade e objetividade.



Google+

#hashtags

O uso de *hashtags* funciona como palavras-chave para sua publicação. Utilize sempre *hashtags* relevantes e relacionadas ao conteúdo em questão. Você pode incorporá-las no corpo da publicação ou adicioná-las ao final da mesma em sequência.

Avalie seu desempenho

O **Google Insights** é a plataforma integrada do Google+ que avalia suas publicações e o resultado das mesmas. **Sempre verifique o desempenho** de suas postagens e avalie a melhor direção para conduzir suas futuras interações.

Google Adwords

Devido à sua intimidade com o Google, os anúncios do Google+ são os mesmos do próprio motor de busca: o Google Adwords. Isso faz com que seu site se torne um link patrocinado e apareça acima de todos os outros nas pesquisas pelas palavras-chave contratadas. Você pode optar por pagar um valor fixo ou por cliques, dependendo da sua necessidade e resultados.



Outras redes interessantes

Snapchat

O Snapchat é uma rede que vem crescendo rapidamente. Fundada em 2011, já conta com mais de **100 milhões de usuários** ativos diariamente, compartilhando aproximadamente 9 mil fotos e vídeos curtos por segundo. É uma rede com uma audiência bastante jovem (71% tem menos de 25 anos) e com alto potencial de viralização, mas apenas 1% dos profissionais de marketing estão utilizando como ferramenta de promoção de seus negócios. (via [DMR](#)). Ainda faltam dados para comprovar a eficácia da rede como ferramenta de marketing, porém ela se mostra como uma forte candidata a próxima rede de sucesso.

Periscope

Fundado em 2015, o Periscope é uma plataforma de transmissão rápida de vídeos. Ao contrário do Snapchat em que os vídeos somem depois de algum tempo, o Periscope os mantém guardados para serem assistidos posteriormente. Conta com **10 milhões de usuários** ativos e que compartilham e assistem **350 mil horas de vídeos diariamente** (via [Omnicores](#)). A plataforma é muito jovem ainda, mas se integra com o Twitter, veterano no mercado. Empresas com forte apelo visual podem explorar o aplicativo de forma criativa e ter a chance de obter bons resultados. Com o tempo, a rede pode amadurecer e despontar como sucesso em streaming de vídeos curtos.

Foursquare

Foursquare é uma rede baseada em localização. Fundada em 2009, conta com **55 milhões de usuários** ativos mensalmente (via [DMR](#)). Com o aplicativo, pode-se deixar uma opinião ou resenha sobre um local o qual você visitou. Pode ser uma excelente opção de rede social para restaurantes e outros negócios locais, que não precisam de uma visibilidade muito global.



Socialize

Você agora conhece as vantagens e dicas de várias redes sociais. O próximo passo? Primeiramente, analise e defina seu *buyer persona*, o cliente ideal. Converse com seu time de *marketing* e vendas e façam em conjunto. Com isso definido, você pode começar a elaborar estratégias online, não só de redes sociais, como aproveitar e mudar a forma que você é visto por seus futuros clientes. Uma **boa estratégia de marketing digital** é mais do que necessária para o sucesso de qualquer campanha nas redes sociais.

As práticas de **inbound marketing** são comprovadamente mais eficientes do que as de *outbound marketing*. Criação de conteúdo relevante, guias, artigos, *webinars*, *growth-driven design* e uma forte presença nas redes são a chave para impulsionar o crescimento do seu negócio. Então vamos arregañar as mangas e socializar?



Sobre a Agência Inbound

Somos uma agência especializada em *marketing* para empresas que precisam melhorar suas estratégias online. Através do pioneirismo, experiência e credibilidade, valorizamos a excelência nos resultados. Com mais de seis anos de atuação, nossa agência tem ajudado a mudar para melhor o *marketing* de empresas de todos os segmentos e tamanhos, usando tecnologia de ponta aliada à *expertise* de nossa equipe.

Quer ver o potencial de resultados que a sua empresa pode alcançar conosco?

SOLICITE UM DIAGNÓSTICO GRATUITO



Contato

Rua Paulo de Tarso dos Santos Silva, 18 - Sala 02
CEP 12946-639 - Atibaia, SP
+55 11 3402.3770
contato@inboundeiros.com
www.agenciainbound.com.br

