

# COMEÇANDO DO ZERO NAS REDES SOCIAIS:

COMO PRODUZIR CONTEÚDOS ATRATIVOS  
E GERAR VALOR PARA A SUA MARCA



# ÍNDICE

## **Capítulo 1: Criando suas redes sociais**

- Qual rede social escolher para divulgar meu negócio
- O que preciso para criar meu perfil (logo e descrições)
- Bom senso é tudo

## **Capítulo 2: Conhecendo meu público**

- Como definir seu público-alvo
- Pesquisando seus interesses
- Construindo a persona

## **Capítulo 3: Como criar conteúdo para o meu público**

- Atenção aos interesses
- Criando editorias
- Como criar um texto atrativo para o meu público
- Como trabalhar as imagens: fotos ou artes?

## **Capítulo 4: Gerando valor: porque criar um relacionamento ao invés de só fazer propaganda**

- Intercalar posts de conteúdo com posts de isca
- Como mensurar meus resultados: ROI a curto prazo, marca de valor e mais vendas a longo prazo, com credibilidade!

# **INTRODUÇÃO**

**Idealizamos esse Ebook para ajudar você, empreendedor, que se viu obrigado a embarcar no mundo das redes sociais durante a crise. Percebeu que só oferecer um bom produto não bastava, era preciso se comunicar bem no meio online também.**

**Sua concorrência aumentou, bem como suas preocupações. E infelizmente seu faturamento pode ter diminuído. Embora sejamos uma agência que sobrevive de clientes (e somos muito gratos por isso!), sabemos que em alguns momentos nem todos os negócios podem investir em planos mensais de comunicação e marketing.**

**E por isso, vamos dividir com você alguns conteúdos que podem lhe ajudar a cuidar das redes sociais da sua empresa e da sua presença online.**

**Se esse material chegou até você, e lhe ajudou de alguma forma, nossa missão foi cumprida.**

**Uma boa leitura!**

**Assinado: PSPonto Comunicação**

# **CAPÍTULO 1: CRIANDO SUAS REDES SOCIAIS**

## **Qual rede social escolher para divulgar meu negócio?**

**Você percebeu que seu negócio precisa ter presença digital, e por isso criou um Perfil no Facebook, uma Fanpage, um Instagram, e agora está pensando seriamente em criar um Tik Tok, pois ouviu que essa é a nova moda entre os jovens.**

**Mas calma! Cada rede social têm suas particularidades e seu público dominante. Vamos analisar cada uma?**

## **facebook**

**Ainda muito utilizado no Brasil (130 milhões de usuários brasileiros), o Facebook é uma das redes sociais mais populares do mundo.**

**De acordo com dados do próprio Facebook (Audience Insights), no Brasil 54% dos usuários do Facebook são mulheres, contra 46% dos homens. A faixa etária dos usuários está entre 25 e 34 anos em primeiro lugar, e em segundo lugar as faixas etárias de 35 a 44 anos e 18 a 24 anos, que ficam praticamente empatadas nesse posto.**



## Instagram

Segundo pesquisa da agência Statista, 71% dos usuários do Instagram (Statista, 2018) têm menos de 35 anos.

A verdade é que o Instagram têm lançados cada vez mais atualizações que atraem os jovens usuários: GIFS, Reels, Filtros, entre outras.

Sendo assim, muitos usuários viram o Instagram como um “escape”, quando o Facebook tornou-se conhecido por uma rede social com muitos posts de política, propagandas, dentre outros conteúdos que não são bem aceitos pelos internautas.

Lembre-se: estamos no Instagram e no Facebook para relações sociais, ver o que o outro está fazendo, e lá acabamos comprando, acabamos vendo uma notícia, mas esse não é o foco.



## You Tube

Você não precisa ser um Youtuber para ter canal no Youtube. Se seu negócio tem o poder de gerar conteúdos interessantes em vídeo, pode ser uma boa estar presente na plataforma, que atrai desde usuários mais novos até os mais velhos.

As Lives que movimentaram essa quarentena gerada pela pandemia do Covid-19 evidenciaram o poder do Youtube!



## TikTok

O Tik Tok já é a quarta maior rede social em número de usuários, e parece ter chego com tudo aqui no Brasil.

Inicialmente, só adolescentes eram frequentemente vistos se aventurando pela plataforma, mas hoje já é comum encontrarmos perfis de adultos, e até artistas e influencers.

E respondendo a pergunta que você está fazendo em sua mente: sim, já é possível fazer vídeos divulgando o seu serviço, marca ou produto no Tik Tok.

Um exemplo: cirurgiões plásticos têm feito vídeos dando informações sobre próteses de silicone e outros procedimentos estéticos bastante procurados. É interessante ficar de olho nos áudios que estão em alta, desde que isso faça sentido para a sua marca.



## LinkedIn

A rede social profissional também permite criar a página da sua empresa, bem como fazer anúncio e criar vagas.

Como dissemos, é uma rede social profissional, mas que pode ser bem aproveitada principalmente se a sua empresa for B2B, afinal, dificilmente você conseguirá chegar ao CEO da empresa com a qual pretende fazer negócios pelo Instagram, por exemplo, não é mesmo?!



## **PARA FACILITAR, VAMOS RESUMIR:**

### **Facebook:**

**crie uma boa Fanpage institucional, e movimente-a por lá também principalmente se seu público for adulto/idoso;**

### **Instagram:**

**crie uma conta comercial no Instagram para poder criar n anúncios na plataforma, aproveitar todas as suas ferramentas, e atingir jovens e adultos;**

### **Tik Tok:**

**crie seu perfil se o seu público for adolescente e/ou jovem adulto, mas lembre-se de embarcar no “estilo” dos vídeos nas tendências que estão bombando!**

### **Youtube:**

**crie seu canal no Youtube se tiver conteúdos em vídeo frequentes e atrativos. De nada adianta criar um canal, subir um único vídeo, e deixá-lo abandonado. Se o seu foco forem vídeos esporádicos, você pode postá-los no Facebook Watch ou no IGTV do Instagram;**

### **Linkedin:**

**obrigatório se a sua empresa for B2B!**

**Observação importante: O Facebook não permite mais a criação de perfis com nomes de empresas. Para isso, crie uma Fanpage, que não será invasiva para seus “amigos” e lhe possibilitará explorar as diversas ferramentas para negócios.**

## **O QUE PRECISO PARA CRIAR MEU PERFIL (LOGO E DESCRIÇÕES)**

**Se você ainda não tem um bom logo, saiba que isso será bastante necessário na criação do seu perfil e na padronização de uma identidade visual das suas redes!**

**O logo pode ser usado na foto de perfil da sua Fanpage e conta comercial do Instagram.**

**Algumas dicas rápidas para deixar seus perfis no Instagram e no Facebook bastante atrativos:**

**- No Instagram, além de colocar uma boa foto de perfil, ou seu logo legível, não esqueça de preencher a Bio, dando mais informações sobre seu negócio;**

**- Você também pode criar destaques, para que seus clientes tenham sempre a mão o cardápio, os reposts feitos por outros clientes, dentre outras categorias importantes. Mas olha só: se forem muitos posts em um só destaque, dificilmente o cliente terá tempo e paciência de olhar todos. Que tal manter somente os mais importantes?**

**- No Facebook, não se esqueça de contar a história da sua empresa no ‘Sobre’, isso gera bastante valor e causa empatia;**

**- Além de uma foto de perfil na Fanpage, invista em uma boa capa, mas com informações sucintas e objetivas. Nada de “textão” nessa parte!**

**DICA BÔNUS: Que tal usar uma “árvore de links” no seu perfil do Instagram, para não ter que escolher entre inserir o seu website ou o API do whatsapp na Bio? Você pode usar ferramentas gratuitas, como LinkTree ou o Linklist. Eles funcionam como um mini site que direciona o cliente para o canal que ele escolher!**

## **BOM SENSO É TUDO**

**Sabemos que nem todas as empresas têm verba para contratar uma agência de marketing! E se você decidiu começar a divulgar seu negócio por conta própria na internet, temos um conselho:**

### **PAUTE-SE PELO BOM SENSO!**

**Sim, em letras maiúsculas e garrafais. Você encontrará na internet ferramentas gratuitas que lhe permitirão gerar um bom copy, e até mesmo artes, como o Canva, além de editores de vídeo bastantes simples e intuitivos, como o Inshot.**

**Mas lembre-se: ao fazer você mesmo, use uma linguagem respeitosa, uma imagem agradável de ser visualizada, e evite misturar temas da sua empresa com brigas políticas, ou outras polêmicas. Atenção: não se envolver em polêmicas é diferente de se posicionar quando necessário! Algumas situações exigem posicionamento: como o racismo, homofobia, entre outras.**

**Os perfis do seu negócio devem ser apartidários, mas sempre respeitosos quanto ao direito do próximo.**

**Bom senso é entender que ninguém é obrigado a consumir o seu produto e serviço, e por isso gerar conteúdos nas redes sociais que convençam e fidelizem. Antes feito, do que perfeito!**

## **BOM SENSO É TUDO**

**Sabemos que nem todas as empresas têm verba para contratar uma agência de marketing! E se você decidiu começar a divulgar seu negócio por conta própria na internet, temos um conselho:**

### **PAUTE-SE PELO BOM SENSO!**

**Sim, em letras maiúsculas e garrafais. Você encontrará na internet ferramentas gratuitas que lhe permitirão gerar um bom copy, e até mesmo artes, como o Canva, além de editores de vídeo bastantes simples e intuitivos, como o Inshot.**

**Mas lembre-se: ao fazer você mesmo, use uma linguagem respeitosa, uma imagem agradável de ser visualizada, e evite misturar temas da sua empresa com brigas políticas, ou outras polêmicas. Atenção: não se envolver em polêmicas é diferente de se posicionar quando necessário! Algumas situações exigem posicionamento: como o racismo, homofobia, entre outras.**

**Os perfis do seu negócio devem ser apartidários, mas sempre respeitosos quanto ao direito do próximo.**

**Bom senso é entender que ninguém é obrigado a consumir o seu produto e serviço, e por isso gerar conteúdos nas redes sociais que convençam e fidelizem. Antes feito, do que perfeito!**

# CAPÍTULO 2: CONHECENDO MEU PÚBLICO-ALVO

## COMO DEFINIR SEU PÚBLICO-ALVO E PESQUISAR SEUS INTERESSES

Antes de começar a criar conteúdo para o seu público, que tal pesquisar quais são os interesses dele? Você pode fazer isso de diversas maneiras:

- Defina a idade, sexo e classe econômica do seu público (recorte social)
- Procure pesquisas sobre os interesses desse público;
- Converse com pessoas dessa idade e/ou perfil;
- Observe as hashtags que eles utilizam;
- Fique de olho nos influencers que eles seguem;



## CONSTRUINDO A PERSONA

Após conhecer melhor seu público, tente construir uma persona, imaginando como seria seu comprador ideal, quais seus gostos e características. Vamos supor que você tem uma loja de piscinas, por exemplo. Veja um exemplo de persona para esse segmento:

Vamos chamar a persona de Jorge.

Jorge é um homem de 40 anos, pai de dois filhos, que depois de ser promovido e se estabelecer na carreira, mudou-se de um apartamento para uma nova casa, mais espaçosa e com quintal, pensando em mais qualidade de vida para a sua família. A nova casa comporta uma piscina, e portanto, ele está disposto a fazer o investimento.

**DICA:** o Facebook Audience Insights mapeia alguns dados do público pretendido pela sua página no Facebook. Vale a pena colocar os dados do seu público lá e comparar com os dados gerais dos usuários do Face para saber quais suas particularidades. Com base nisso, você pode criar sua segmentação de anúncio.

# CAPÍTULO 3: COMO CRIAR CONTEÚDO PARA O MEU PÚBLICO

## ATENÇÃO AOS INTERESSES

Se você já sabe quem é seu público, com certeza já começou a descobrir quais são seus interesses!

Que tal agora elencar quais “dores” eles sentem? Exemplo: uma dor dos jovens é a falta de emprego no país. Com base nas dúvidas e problemas do seu público, você pode criar conteúdos que apresentem **SOLUÇÕES**.

Faça as perguntas certas, e traga as respostas para os seus seguidores! O site [www.answerthepublic.com/](http://www.answerthepublic.com/), por exemplo, mostra quais as principais perguntas feitas no Google sobre determinada palavra-chave.

Vamos supor que você tem uma loja de roupas femininas. Ao digitar a palavra vestido, veja só algumas perguntas que aparecem:

**Qual vestido é mais bonito?**

**Qual vestido combina comigo?**

**Vestido parecido com antix**

**Olha só o que podemos tirar daí:**

- Um post sobre o vestido que valoriza cada corpo
- Fotos de vestidos com estampas inspiradas na marca Antix
- Os vestidos que são tendência nessa estação



# **CAPÍTULO 3: COMO CRIAR CONTEÚDO PARA O MEU PÚBLICO**

## **CRIANDO EDITORIAS**

Com base nas perguntas do seu público, você pode criar EDITORIAS de postagens, e variá-las para que seu conteúdo não fique repetitivo!

Uma estratégia que adotamos eventualmente na PSPonto: mapear quais editorias foram abordadas em determinado mês nas redes sociais do cliente, e ver quais provocaram maior interação. Essas podem voltar a aparecer mais vezes, e os posts têm potencial para impulsionamento!

## **COMO CRIAR UM TEXTO ATRATIVO PARA O MEU PÚBLICO**

E para trabalhar bem o conteúdo para o seu público, não se esqueça de criar textos que conversem com a persona. Se seu público é mais jovem, por exemplo, você pode ousar e usar algumas gírias! Se o público é mais velho, talvez seja necessário adotar um tom mais sóbrio.



## **COMO TRABALHAR AS IMAGENS: FOTOS OU ARTES?**

Uma parte importante do seu post e que merece muita atenção é a imagem utilizada. Lembre-se: as pessoas estão nas redes sociais buscando entretenimento, a divulgação é consequência. Então lembre-se de usar imagens atrativas, dando preferência a fotos reais.

Caso vá construir uma arte, em um aplicativo como o Canva, preze por cores e elementos que agradem o seu público.



# **CAPÍTULO 4: GERANDO VALOR: PORQUE CRIAR UM RELACIONAMENTO AO INVÉS DE SÓ FAZER PROPAGANDA**

## **INTERCALAR POSTS DE CONTEÚDO COM POSTS DE ISCA**

Como já te falamos, as pessoas estão nas redes sociais buscando entretenimento, e acabam encontrando também divulgações, mas dificilmente esse é o foco principal. Para não se tornar “agressivo” aos seus seguidores, evite fazer somente propaganda.

Que tal criar um calendário de postagens, intercalando conteúdos que interessem ao público, com postagens de “isca” (propaganda)? Quando você conquista um consumidor através do seu conteúdo, quando chegar o momento da propaganda ele já estará mais receptivo e propício a ser “fisgado”!

**Algumas maneiras de criar um bom relacionamento com seu público:**

- - **Faça Stories e explore recursos como GIFS, enquetes, entre outros;**
- - **Mostre os bastidores do seu negócio;**
- - **Apresente-se, e conte sua história;**
- - **Já pensou em criar um filtro do seu negócio, alinhado aos seus temas de abordagens, por exemplo?**
- - **Faça “Reels”, pois esse estilo de vídeo do Instagram tem apresentado ótimo engajamento;**
- - **Caso tenha conteúdo para isso, um canal no Youtube pode ser uma boa!**
- - **Faça com que seus clientes sintam-se co-criadores do seu negócio: peça sua opinião em inovações, lançamentos de novos produtos/serviços, etc.**



# **CAPÍTULO 4: GERANDO VALOR: PORQUE CRIAR UM RELACIONAMENTO AO INVÉS DE SÓ FAZER PROPAGANDA**

## **COMO MENSURAR MEUS RESULTADOS: ROI A CURTO PRAZO, MARCA DE VALOR E MAIS VENDAS A LONGO PRAZO, COM CREDIBILIDADE!**

**Está motivado a começar a investir de uma vez por todas nas redes sociais? Assim que começar a patrocinar seus posts, dentre outros investimentos, anote todos os gastos, para posteriormente calcular seu ROI – Retorno sobre Investimento. Através desse cálculo você pode saber por exemplo qual investimento em marketing lhe traz mais cliente, dividindo seu budget de maneira mais estratégica!**

$$\text{ROI} = \frac{\text{(Receita - Investimento)}}{\text{Investimento}} \times 100.$$

**Mas lembre-se: se uma ação de marketing na qual você apostava todas as suas fichas não deu retorno imediato, tenha paciência! Quando construímos uma marca de valor, precisamos pensar em retorno a longo prazo.**

**Isso costuma acontecer, por exemplo, com parcerias com influencers. Ao fechar uma divulgação com um influenciador, talvez em um primeiro momento você ganhe seguidores, mas não faça muitas vendas. Esses seguidores, ainda meio receosos em um primeiro momento, ao serem engajados pelos seus posts e demais ações continuamente, acabam fechando a venda!**

**Um outro exemplo são os Outdoors. Nem sempre eles geram vendas imediatas, mas acabam por fortalecer a imagem da marca e gerar credibilidade, o que a longo prazo com certeza lhe trará retorno.**

**Quando falamos em funil de vendas, sabemos que o processo de vendas passa pela descoberta, reconhecimento, consideração, e só depois a decisão de compra!**

**Então persista, e mostre o valor da sua marca. Com certeza isso irá gerar boas vendas**

# CONCLUSÃO

Se você chegou até aqui, significa que você já entendeu que precisa expressar o valor da sua marca e dos seus produtos nas redes sociais. E se decidir dar um passo a mais, e profissionalizar a presença online do seu negócio, saiba que estamos aqui.

Contratar uma agência é ter uma equipe capacitada a propor soluções, sugestões e estratégias. É contar com um time de especialistas que também deseja o sucesso do seu negócio, assim como você!

Um abraço da equipe PSPonto e nossos mais sinceros votos de boas vendas!

