

# O Poder das Redes Sociais

Saiba como essas ferramentas vão fazer sua Empresa Vender Mais!

Venda Mais!



# Venda Mais com o Poder das Redes Sociais

*Saiba como essas novas ferramentas de comunicação e interação podem se tornar elementos fundamentais na sua estratégia de vendas*

Muito mais do que um espaço para divulgar as fotos da viagem ou escrever postagens de até 140 caracteres sobre a sua rotina, as redes sociais são vistas cada vez mais como um espaço comercial, que vêm crescendo para além do nicho da interação entre pessoas.

Para que o marketing digital traga resultados positivos para o seu negócio, seja ele um empreendimento inteiramente Virtual ou um Negócio Físico, é preciso saber como direcionar e montar suas estratégias de vendas e enxergar as melhores maneiras de atingir o seu público-alvo.

Atualmente, considerar as redes sociais ao estruturar campanhas estratégicas de vendas se tornou rotina, uma vez que as pessoas gastam cada vez mais tempo nestes espaços.

Segundo uma pesquisa do IBOPE, os brasileiros gastam, em média, mais de 3h30 em Redes Sociais diariamente.

Isso faz com que plataformas como Facebook, Twitter e Instagram se tornem um espaço com alto potencial de conquista, engajamento de clientes em potencial ou fidelizados e assim Aumento nas Vendas.

Com a segmentação de [anúncios e postagens patrocinadas](#), proporcionada por esses espaços virtuais, é possível aplicar os preceitos do inbound marketing e iniciar uma busca pelos clientes certos, na hora certa e com o produto certo.

Esse direcionamento é vital para o sucesso de [Campanhas em Redes Sociais](#) e ainda é possível fazer tudo isso sem o contato “invasivo” do cliente com o produto, característica muito presente no marketing tradicional.

Mas para saber como utilizar as Redes Sociais nas suas [estratégias de comunicação digital](#), é preciso conhecer bem seus recursos e saber qual delas se enquadra mais no perfil do seu Negócio e Público-alvo.



Tenha agora uma Gestão Profissional  
do seu Negócio nas principais Redes Sociais !

Venda Mais

# Sumário

O que são Redes Sociais e quais as mais usadas? .....	4
Um pouco sobre as principais Redes Sociais do Brasil .....	5
O papel das Redes Sociais no Marketing digital .....	8
Marketing Social: estratégias de Vendas para Redes Sociais .....	9



Tenha agora uma Gestão Profissional  
do seu Negócio nas principais Redes Sociais !

Venda Mais

## O que são Redes Sociais e quais as mais usadas?



Segundo a Wikipédia, uma rede social pode ser definida como uma estrutura que é composta por organizações ou pessoas, sempre conectadas por um ou mais relacionamentos. A principal característica comum entre todas as redes sociais é a possibilidade da existência de relações horizontais e não-hierárquicas.

Dados referentes a abril de 2016, colhidos pelo portal de estatística e estudos Statista, mostram que as redes sociais mais utilizadas hoje, no Brasil e no mundo, contam com mais de 1 bilhão de usuários ativos.

No pódio de espaços virtuais mais utilizados no Brasil estão o Facebook, com mais de 1,5 bilhão, seguido pelo YouTube e WhatsApp, ambos com 1 bilhão de usuários ativos.

Vale ressaltar que o primeiro e terceiro lugar pertencem a Mark Zuckerberg, criador do Facebook, Instagram (400 milhões), Twitter (320 milhões) e Skype (300 milhões), outras três redes sociais muito usadas pelos brasileiros, ocupam o oitavo, nono e décimo lugar, respectivamente.

Com dados como este em mente, é possível elaborar um esboço de estratégia de social media, usando como base quais rede sociais seus clientes fiéis e em potencial utilizam com mais frequência.

Desta forma, estrutura-se com mais facilidade abordagens diferentes e personalizadas de vendas e anúncios para cada uma delas.



Tenha agora uma Gestão Profissional  
do seu Negócio nas principais Redes Sociais !

Venda Mais

**MLMídiaDigital**  
Consultoria em Marketing e Vendas Online  
www.mlmidiaigital.com.br

# Um pouco sobre as principais Redes Sociais do Brasil



Os brasileiros estão entre os usuários mais ativos em quase todas as redes sociais disponíveis. Dentre as preferidas estão o Facebook, Instagram, Twitter, G+ e YouTube.

Cada uma é um espaço para compartilhamento de conteúdos diversos, com focos diferentes em formatos de mídia como o vídeo, a foto, o texto ou uma mistura de todos eles.

## Facebook

O Facebook talvez seja o espaço mais completo no quesito redes sociais. Criado em 2004 por Mark Zuckerberg, a rede tinha como objetivo inicial o agrupamento de informações pessoais e compartilhamento de fotos e mensagens.

Atualmente, a rede permite a criação de grupos, trocas de mensagens via inbox, upload de arquivos nos mais diversos formatos, criação de eventos, jogar na plataforma, criação de páginas para instituições e/ou negócios e anúncios.

Por abranger tantas necessidades e ser intuitivo, o Facebook é a rede mais acessada no Brasil e em todo o mundo atualmente.



Tenha agora uma Gestão Profissional  
do seu Negócio nas principais Redes Sociais !

Venda Mais

## Instagram

Criado em 2010 por Kevin Systrom e Mike Krieger, o Instagram é uma rede social para compartilhamento de fotos e vídeos.

O principal diferencial da rede, responsável pelo grande interesse inicial, foi a existência dos filtros de imagem e o design clean e simples, parecido com o de um álbum de fotografias.

Com foco inicial apenas em fotografias, o Instagram foi comprado em 2012 por Mark Zuckerberg e, atualmente, comporta vídeos e alguns recursos de edição similares ao seu maior concorrente, o Snapchat.

Postagens patrocinadas também são parte da rede, como uma forma de rentabilizar publicações e estimular marcas a criarem um perfil.

## Twitter

Está entre as redes sociais mais antigas que se mantêm ativas e relevantes atualmente. Fundada em 2006 por Jack Dorsey, Evan Williams, Biz Stone e Noah Glass, o Twitter é considerado um espaço de *microblogging*.

Nele, os usuários compartilhavam inicialmente status de até 140 caracteres de comprimento. Hoje, é possível enviar fotos, gifs, vídeos e criar enquetes na plataforma, mas a restrição de tamanho dos textos se mantém.

## G+

Lançado em 2011, o Google+ é a rede social da Google, pensada para integrar todos os serviços oferecidos ou comprados pela empresa em um único espaço, além de oferecer novas funcionalidades, como a criação de círculos de amigos e chats ao vivo.

O Hangouts talvez esteja entre as funções mais usadas do G+, ideal para chamadas de vídeo com mais de uma pessoa.



Tenha agora uma Gestão Profissional  
do seu Negócio nas principais Redes Sociais !

Venda Mais

## YouTube

O YouTube pode ser considerado como uma das primeiras redes sociais a serem rentabilizadas. Criado em 2005 por Chad Hurley, Steve Chen e Jawed Karim, o YouTube foi originalmente pensado para ser um espaço de upload e compartilhamento de vídeos.

Atualmente, ainda é considerado o maior de seu segmento, apesar de concorrentes fortes terem surgido ao longo do caminho, como Vimeo e Snapchat.

É responsável pelos primeiros conteúdos “virais” e conhecidos “memes” que conhecemos hoje.

## LinkedIn

O LinkedIn é uma rede social de negócios fundada em dezembro de 2002 e lançada em 5 de maio de 2003. É comparável a redes de relacionamentos, e é principalmente utilizada por profissionais com o intuito de apresentar suas aptidões, de uma forma que outros profissionais da mesma empresa possam endossar, dando credibilidade ao conteúdo.

Por ser uma rede social para contatos profissionais, ela foi criada especialmente para relacionamentos profissionais, e uma ótima ferramenta para encontrar um emprego, descobrir malas diretas e entrar em contato com possíveis parceiros de negócios.



Tenha agora uma Gestão Profissional  
do seu Negócio nas principais Redes Sociais !

Venda Mais

# O papel das Redes Sociais no Marketing digital



Mas a pergunta que sempre surge é: “[Vale a pena investir em marketing nas redes sociais no meu negócio em especial?](#)”. E a resposta é sempre uma só: claro que sim.

O Brasil é o país que mais utiliza redes sociais em toda a América Latina, segundo dados da eMarketer, divulgados em junho deste ano. São 93.2 milhões de usuários que acessam alguma rede ao menos uma vez todo mês; quase metade da população do país concentrada nesses locais virtuais.

Com uma massa tão heterogênea de usuários, não importa o nicho de mercado no qual você atue, o perfil do seu cliente e o que você procura vender: é muito provável que o público que você deseja atingir esteja, em grande parcela, presente nas redes. E, para atingi-los, é preciso estar onde eles estão.

Dentre os diversos segmentos presentes no marketing digital, o marketing de redes sociais é considerado o mais interativo e pessoal de todos, graças à horizontalidade promovida por esses espaços de convívio on-line.

Por proporcionarem um contato não-hierarquizado entre cliente e empresa, tanto nos anúncios e links patrocinados como na interação via mensagens, as redes sociais exercem um papel fundamental na fase de fidelização dos clientes, um dos pilares que sustentam qualquer boa estratégia de inbound marketing.

A conexão ininterrupta durante todas as horas do dia permite que uma rede de atendimento personalizado ao cliente torne-se parte das funções das redes sociais do seu empreendimento.

As *social medias* também são consideradas um valioso canal de mensuração de opinião. Através de pesquisas e questionários divulgados para seus clientes e seguidores através das redes sociais, é possível conhecê-los melhor, saber suas necessidades e adaptar a elas ideias para novos produtos e serviços.



Tenha agora uma **Gestão Profissional**  
do seu **Negócio nas principais Redes Sociais !**

Venda Mais

Isso amplia as chances de haver uma boa recepção e criação de receita, fazendo com que investir em novidades não seja mais um empreendimento tão arriscado e com métricas de expectativa de retorno mais definidas.

## Marketing Social: estratégias de Vendas para Redes Sociais



Cada empreendimento deve possuir nicho, público-alvo e principais redes sociais de atuação definidos para que uma boa estratégia de marketing social seja estruturada e traga bons resultados.

E, para colocar a mão na massa e conquistar o engajamento do usuários nas suas publicações, existem diversas possibilidades de caminhos a serem seguidos quando o assunto é estratégia de marketing para redes sociais.



Tenha agora uma Gestão Profissional  
do seu Negócio nas principais Redes Sociais !

Venda Mais

Obviamente que um não exclui o outro e o mais comum é que todos se misturem e sejam utilizados de maneira consciente e inteligente dentro do âmbito da comunicação digital.

Dentre as estratégias de marketing para redes sociais aplicadas com mais frequência, pode-se citar o marketing viral, promoções e os links patrocinados. Cada uma possui suas especificidades e atinge o público de maneiras diferentes.

## Marketing Viral

Diferentemente do que se possa pensar, o conceito do marketing viral, ainda que com um nome diferente, não surgiu em conjunto com as redes sociais e a internet. Ainda que com a ampliação de possibilidades de divulgação e facilidades de acessos proporcionados pelo universo virtual seja mais fácil criar conteúdo que “viralize”.

São muitas as vantagens da aplicação prática do marketing viral em suas redes sociais:

- Conquista de altas taxas de engajamento (curtidas, compartilhamentos, retweets, comentários, etc.).
- Aumento no número de visitantes, leads, clientes e clientes fidelizados na página, perfil ou Site.
- Consolidação da marca no mercado de nicho atuante como autoridade no assunto e referência em conteúdo de qualidade que gere interação.
- Fidelização de novos clientes, gerando mais divulgação gratuita para a sua marca.

Por definição, o marketing viral é considerado uma estratégia de vendas que tem por objetivo principal encorajar pessoas a passarem uma mensagem publicitária adiante. Mas conquistar uma taxa de engajamento que seja considerada viral, com a concorrência existente hoje, é uma tarefa que requer muito estudo.

Antes da internet, peças publicitárias e conteúdos diversos já eram criados e acabavam caindo na “boca do povo”. Nos anos 1950 e 1960, era comum que slogans publicitários, televisivos ou radiofônicos, se tornassem conhecidos por todos e virassem um tipo de bordão.

Algumas publicidades mais recentes, divulgadas majoritariamente no meio televisivo, também podem ser enquadradas dentro do marketing viral, por terem se tornado parte do imaginário popular.

O “Compre Baton” e os “Pôneis Malditos” são bons exemplos de como a viralização de conteúdo independe da internet, mas que, graças à ela, funciona melhor, com mais eficiência e é mais fácil de metrificar.

O primeiro passo para aplicar o marketing viral em suas estratégias de vendas em redes sociais é não produzir o conteúdo com a pretensão de que ele viralize. A característica fundamental e comum presente em todas as mensagens publicitárias que se tornaram virais é a intenção em criar algo de qualidade e que seja memorável.

Ao produzir um conteúdo buscando uma boa taxa de engajamento, é muito importante considerar que existem os chamados “facilitadores da viralização”: métodos aplicados na produção da peça que aumentam as chances de uma ampla divulgação. São eles:



- **Formato de fácil absorção.** Alguns formatos de conteúdo têm mais tendência a viralizar do que outros e essa chance maior ou menor está intimamente relacionada à facilidade de absorção da mensagem oferecida por eles. Não à toa, mensagens veiculadas em formato audiovisual são as que viralizam com mais frequência. Não é impossível conseguir aplicar o marketing viral em outros formatos, como textos e imagens, mas nestes casos, o conteúdo precisa ser pensado de maneira mais inteligente e estratégica.
- **Inspire emoções.** Dificilmente um conteúdo que não desperta sentimentos e sensações no usuário das redes sociais conseguirá evoluir para uma mensagem viral. Para que a vontade de divulgar e compartilhar seja despertada no indivíduo, é preciso que ele se emocione com que está sendo dito. Podem ser emoções negativas ou positivas, mas fuja da neutralidade.
- **Inovação e *plot twist*.** Nada melhor que a boa e velha surpresa para somar interesse a algo aparentemente comum. E essa regra também se aplica ao conteúdo divulgado em redes sociais. Criar peças, textos, imagens, etc., que surpreendam o público, inovem e sejam inesperados aumenta as chances de que eles sejam amplamente divulgados. O uso da ironia é muito frequente em mensagens publicitárias com altas taxas de engajamento.

Atualmente, incorporar e elaborar a mensagem considerando a linguagem, trejeitos e formatos muito difundidos nas redes sociais é cada vez mais comum e capaz de gerar métricas excelentes de interação com os usuários. Isso porque estes sentem-se contemplados e refletidos pelo que está sendo veiculado em forma e conteúdo e não mais somente no produto divulgado.

## Promoções

Ganhar prêmios e cortesias é algo que, por si só, inspira interesse e engajamento. A tática de oferecer os famosos *freebies* já era amplamente utilizada antes da internet e foi adaptada para se encaixar também no universo virtual.

Organizar sorteios de cortesias, ingressos e produtos, bem como oferecer descontos em serviços seus ou de parceiros é uma das estratégias que mais geram engajamento em quase todas as redes sociais.

A grande vantagem que faz deste método um dos mais valiosos é a conquista de interações com “estranhos”. Por estranhos entende-se usuários que nunca antes tiveram contato com a marca e ficam sabendo da ação promocional através do compartilhamento ou marcação de um amigo.

Esse tipo de ação amplia o número de visitantes e, em consequência, acaba ampliando o número de leads e de clientes, mesmo após a finalização da promoção, sorteio ou desconto.

É comum que não se enxergue a curto prazo as vantagens de investir em distribuir seus produtos ou serviços “de graça”, periodicamente. Porém, mesmo que pareça que você está “pagando” para alguém se tornar cliente, este primeiro contato com uma amostra do seu empreendimento é crucial para conquistar a confiança de novas pessoas e facilita a fidelização com o tempo.



Tenha agora uma Gestão Profissional  
do seu Negócio nas principais Redes Sociais !

Venda Mais

É preciso encarar as curtidas, compartilhamentos, seguidores e marcações de amigos nos comentários, normalmente exigidos para validar a participação no sorteio, como uma moeda de troca. Ela pode ser considerada, inicialmente, uma alternativa ao dinheiro, mas, a médio prazo, poderá gerar mais receita.

## Links patrocinados

A forma mais tradicional de divulgações de produtos e serviços na internet, apesar de oferecer algumas limitações, também deve ser levada em consideração nas redes sociais.

Os [links patrocinados](#) disponíveis em quase todas as redes sociais atualmente, em geral, é uma das primeiras estratégias na qual um empreendedor investe em redes sociais para atingir seu público-alvo que ainda não entrou em contato com a marca.

Graças à segmentação de anúncios disponibilizada por essas redes, esse investimento possui uma taxa de retorno relativamente alta, já que a sua propaganda aparece apenas para pessoas que já possuem algum interesse no seu nicho.

Esse monitoramento é realizado através dos cookies presentes em quase todos os sites, que servem para avisar ao algoritmo das redes em quais nichos de anúncios um determinado usuário tem mais chance de clicar.

Ainda assim, para criar uma publicidade que gere engajamento de valor ao seu negócio, não basta pagar. É preciso seguir as regras de divulgação determinadas pelas redes sociais na qual você está anunciando, que visam manter experiência de navegação do usuário positiva e não-invasiva.

A elaboração do conteúdo do anúncio também precisa ser otimizada. Gramática e ortografia devem ser respeitadas sempre e imagens ou vídeos que acompanhem os anúncios devem ser de alta qualidade.

Dê preferência a estruturar a mensagem de divulgação de maneira sutil e o menos invasiva possível, para que o usuário não perceba logo de cara que o que ele está vendo no feed de notícias ou na dashboard não faz parte das publicações comuns.

Para que o uso das Redes Sociais como plataforma de divulgação e anúncio do seu Negócio dê resultado, é essencial ter uma [Administração e Gestão adequada e profissional](#) de todos os seus perfis.

Com um Serviço de Administração e Gestão das Redes Sociais utilizando as melhores ferramentas e estratégias profissionais, você garante que todos os seus perfis serão sempre ativos e gerem um melhor resultado, com retorno em Vendas para o seu Negócio.

As estratégias de marketing implementadas terão seus resultados monitorados a todo o momento e a interação com os usuários será personalizada e em tempo real.

**Tenha agora uma Gestão Profissional do seu Negócio nas Principais Redes Sociais!**



Tenha agora uma Gestão Profissional  
do seu Negócio nas principais Redes Sociais !

Venda Mais

**MLMídiaDigital**  
Consultoria em Marketing e Vendas Online

www.mlmidia digital.com.br