



GESTÃO DE MÍDIAS SOCIAIS

PARA PEQUENAS EMPRESAS



SUMÁRIO

O QUE É MARKETING DE MÍDIAS SOCIAIS?.....	3
GESTÃO DE MÍDIAS SOCIAIS.....	6
COMO AS REDES SOCIAIS BENEFICIAM A SUA PEQUENA EMPRESA?.....	8
O RECONHECIMENTO DA SUA MARCA AUMENTA.....	9
MAIOR AUTORIDADE E GERAÇÃO DE TRÁFEGO.....	10
POTENCIAL DE GERAÇÃO DE DADOS.....	12
ANÁLISE DE COMPETIDORES.....	13
REDES SOCIAIS PARA PEQUENAS EMPRESAS.....	14
INSTAGRAM.....	15
TIKTOK.....	16
FACEBOOK.....	17
TWITTER.....	18
COMO PEQUENAS EMPRESAS PODEM CONSTRUIR VALOR NAS REDES SOCIAIS?.....	19
COMO PEQUENAS EMPRESAS PODEM USAR AS REDES SOCIAIS?.....	22
USE AS REDES SOCIAIS PARA O MARKETING.....	23
VENDA PELAS REDES SOCIAIS.....	28
POR FIM... ..	30



As **mídias sociais** estão mudando constantemente, mas isso não pode impedi-lo de usar pelo menos uma delas como plataforma publicitária para o seu negócio.

Aqui no Sebrae, nós compreendemos que aprender coisas novas pode ser muito acalentador e que outras pessoas fazem parecer fácil. Afinal, quem tem tempo para ficar desenhando planos de marketing, criar conteúdo e publicar com alta frequência enquanto está tentando colocar um negócio em pé?

Com tantas pessoas ativas nas redes sociais ao redor do mundo, 5 bilhões para ser mais exato, toda e qualquer empresa deveria ter presença nesses espaços.

É uma maneira poderosa para que negócios de todos os tamanhos encontrem e atinjam o seu cliente em potencial.

Até descobrir todos os segredos da plataforma e da sua audiência, você precisará investir tempo, e pode até ser frustrante no início. Porém, basta acertar em um pequeno ponto para romper a bolha e ver o reconhecimento da sua marca crescendo junto com os resultados.

Porém, atualmente é preciso estar em mais de um espaço para conseguir encontrar todos os seus clientes em potencial, gerando diferentes conteúdos, mas mantendo uma coesão para que a história faça sentido.



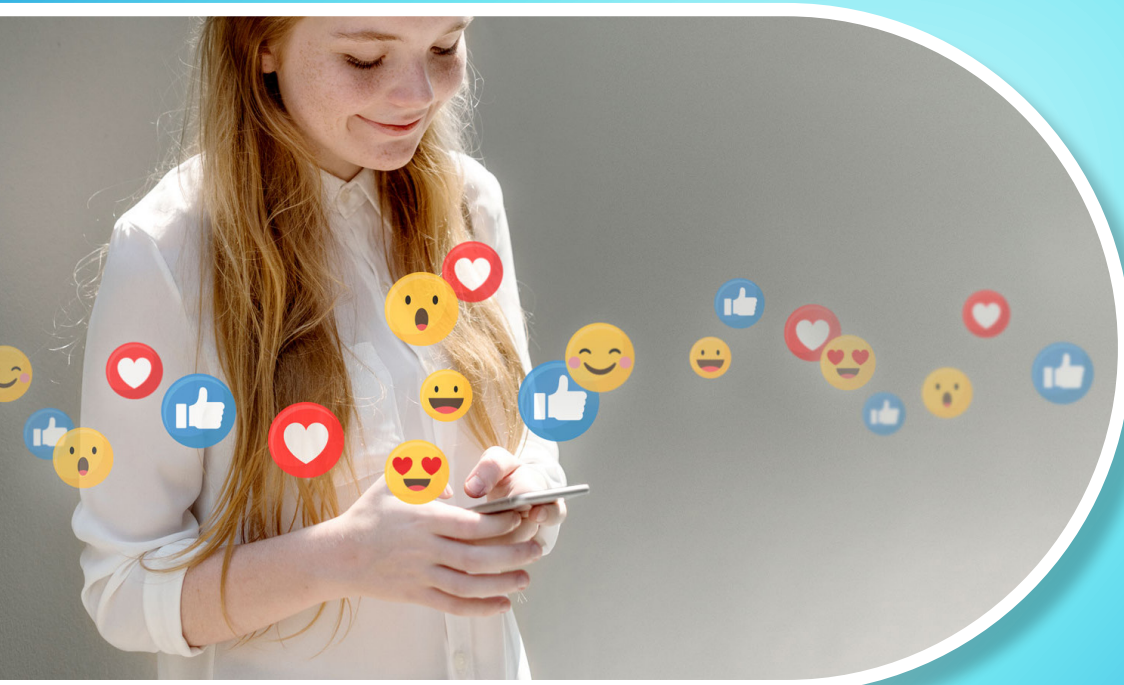
Tudo isso pode parecer extremamente complicado à primeira vista, mas garantimos: é um processo mais suave do que parece, apesar de exigir comprometimento e determinação.

Com isso em mente, o Sebrae criou este guia completo, exclusivo, sobre **gestão de mídias sociais para pequenos negócios**. Venha conferir!





O QUE É MARKETING DE MÍDIAS SOCIAIS?



As mídias sociais são qualquer canal, ferramenta ou plataforma que permite que as pessoas criem conteúdo e compartilhem uns com os outros. Pode ser sites ou aplicativo onde você compartilha fotos, vídeos ou qualquer outro conteúdo.

The background of the page is a vibrant blue gradient. It is decorated with various 3D-style icons floating around. These include gold coins with dollar signs, red and blue circular buttons with white thumbs-up icons (resembling social media 'like' buttons), and red heart icons. In the top left corner, there is a stylized laptop screen showing a social media interface. A purple megaphone icon is also visible on the right side.

Em relação às mídias tradicionais, há a vantagem de que existem bem menos restrições nesses meios de comunicação. No entanto, com o passar dos anos, este está se tornando um território acompanhado mais de perto pela legislação.

O **marketing em mídias digitais** permite que pequenos negócios usem esses canais para divulgar os seus produtos e serviços para os seus consumidores e consumidores em potencial.

A partir do momento em que a sua empresa está atingindo o seu público-alvo exatamente onde eles estão interagindo, aparece uma oportunidade de compartilhar um pouco mais sobre a marca com eles.

Por meio do **engajamento contínuo nas redes sociais**, os seus esforços com marketing irão construir um grupo de clientes interessados no seu negócio e nos seus produtos e serviços.

No entanto, neste cenário, existe um problema. As redes estão se atualizando o tempo todo, assim como novas plataformas são criadas e desaparecem diariamente. Isso não significa que você deve ficar pulando de um barco para o outro.



É preciso **criar a sua estratégia** e se tornar fiel a ela, adaptando quando necessário. O marketing em mídias sociais é benéfico para o crescimento do negócio, mas cada canal exige a sua própria metodologia.

De acordo com pesquisa realizada pela agência de dados **Statista**, o Brasil é o 5º país com maior número de usuários de redes sociais no planeta. Até 2026, espera-se que pelo menos 87% da população esteja nesses canais.

Já para o **Comitê Gestor da Internet no Brasil**, atualmente 80% da população já tem acesso ao serviço, portanto, essa é uma oportunidade para que empresas se posicionem com relevância diante do seu futuro mercado consumidor.





GESTÃO DE MÍDIAS SOCIAIS



A **gestão de mídias sociais** trata-se de executar estratégias nesses canais de comunicação, por meio da criação, agendamento, publicação e análise de conteúdos exclusivos.

O gerenciamento das redes sociais é uma parte fundamental do marketing de hoje em dia, mesmo se a sua marca possui apenas lojas físicas. Em 2022, a presença em mídias digitais é tão importante quanto às unidades físicas das marcas.



Existe muito mais a ser feito do que apenas encontrar tempo para postar nas redes sociais. Há um senso comum de que essa é uma tarefa simples que pode ser feita por qualquer membro da equipe, porém, a **gestão de mídias sociais** é um trabalho complexo.

Exige compreender o comportamento humano, assim como saber escrever muito bem e de maneira persuasiva, analisar os dados de maneira inteligente, e uma **organização** sem precedentes.





COMO AS REDES SOCIAIS BENEFICIAM A SUA PEQUENA EMPRESA?



Comprar um espaço publicitário em um jornal ou anúncios no rádio pode parecer uma tentação para a maioria dos negócios locais. No entanto, esse marketing tradicional está perdendo o seu efeito diante do grande poder do **digital**.

A vibrant blue background featuring various 3D-style icons. At the top left, a laptop screen displays a social media interface. Scattered around are gold coins with dollar signs, red and blue circular buttons with white thumbs-up icons, and red heart-shaped buttons with white thumbs-up icons. A purple megaphone is also visible on the right side.

Se no passado as empresas precisavam desembolsar milhões para veicular seus anúncios no horário nobre, hoje em dia é possível gastar apenas alguns reais para que a sua mensagem seja compartilhada em todo o mundo.

Com a **segmentação** que as redes sociais promovem, é possível conversar diretamente com a sua audiência com um excelente custo-benefício.

O RECONHECIMENTO DA SUA MARCA AUMENTA

O **reconhecimento de marca** é um dos atributos mais importantes de qualquer empresa. O cliente precisa olhar para algum elemento do seu negócio e automaticamente saber com quem ele está falando.

Com as redes sociais, a sua empresa pode ter um alcance muito maior. Isso significa estar diante de um público crescente que pode ter interesse pelos seus produtos ou serviços.



Quando a comunicação é trabalhada de maneira **estratégica e acertada**, cria-se uma **coerência no seu discurso**. Nesse sentido, os usuários têm a impressão de que a sua conta empresarial, na verdade, é de uma pessoa conversando com eles.

Essa **humanização** faz com que o **engajamento** com as marcas aumente de maneira significativa. E clientes engajados, são os clientes que compram.

Paralelamente, esse movimento ajuda a trazer uma **personalização para a marca**. Isso significa a construção de um **branding sólido**.

Esse Branding faz com que as pessoas não reconheçam a marca apenas pelas cores do logo, mas também pelo tom de voz, pela linguagem usada e pelos tipos de conteúdos publicados.

MAIOR AUTORIDADE E GERAÇÃO DE TRÁFEGO

As **redes sociais** ajudam empresas a se tornarem líderes no seu nicho e se posicionarem com relevância diante dos competidores. Esse posicionamento vem do **engajamento orgânico** que os clientes promovem quando o seu conteúdo é único e de alto valor.



De fato, quanto mais materiais exclusivos e poderosos você consegue publicar, maior será a percepção de que você **domina** o assunto, portanto, é uma autoridade no nicho que precisa ser consultada antes que se tome qualquer decisão.

É preciso compreender que **reputação é tudo**, e as **redes** dão a maior oportunidade para que a empresa se comunique rapidamente com os clientes para solucionar problemas.

Existem empresas que possuem até mesmo hashtags exclusivas nas quais os seus clientes podem mandar dúvidas, críticas e sugestões, de modo a organizar todo esse **fluxo de feedback** que recebem.

Quando a sua página nas redes sociais é interessante, e isso significa ter a capacidade de entreter o seu público, eles se tornam mais interessados no que o seu negócio tem a dizer. Eles irão querer saber mais sobre a empresa.

Assim, se você conta com um website pronto, pode direcionar todo esse tráfego gerado direto para o seu **funil de vendas** para convertê-lo em um fechamento.



POTENCIAL DE GERAÇÃO DE DADOS

É extremamente simples **criar anúncios em redes sociais**, e a maior vantagem é que você pode enviar esses anúncios diretamente para a sua audiência mais qualificada. Dessa maneira, a sua audiência irá interagir com conteúdos que efetivamente resolvem os seus problemas.

Nesse sentido, a **maioria das plataformas possui ferramentas do tipo Analytics**, que permitem que você monitore os seus seguidores, a taxa de engajamento e as taxas de cliques em cada um dos links.

Esses números certamente irão ajudá-lo a definir os tipos de conteúdos que os seus seguidores mais gostam, além de permitir que a campanha seja atualizada periodicamente com base em dados reais e confiáveis.



ANÁLISE DE COMPETIDORES

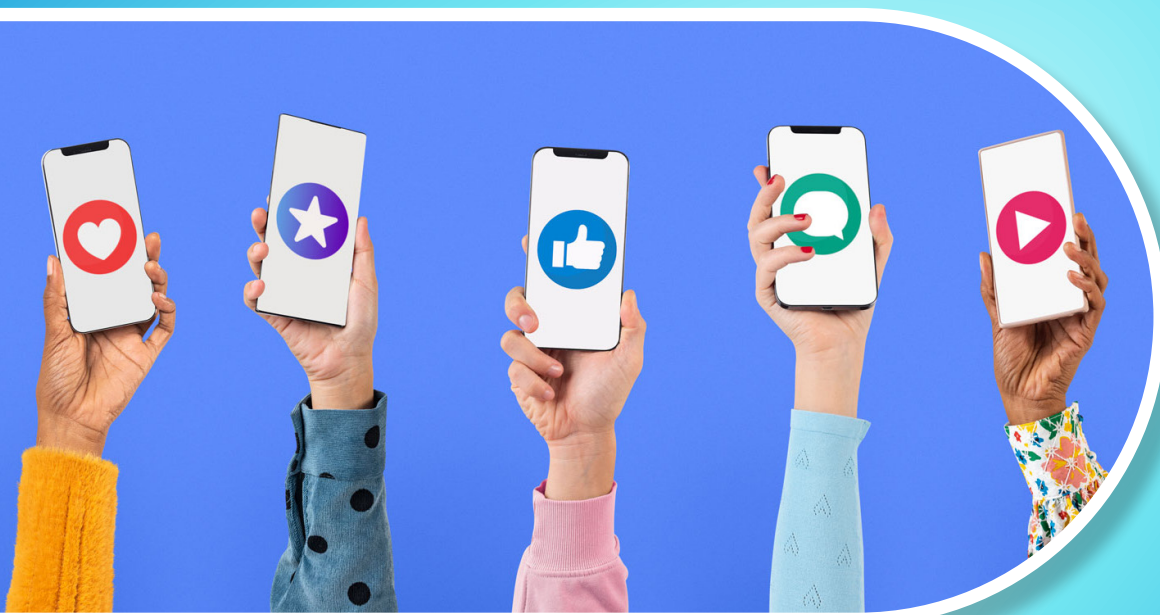
Um dos pontos mais incríveis das redes sociais, mas que muitas vezes é ignorado é a capacidade que elas entregam de permitir que você **monitore a concorrência**.

Ficar de olho no que o competidor está fazendo é uma das maneiras de garantir que o seu próprio negócio não fique para trás. De fato, o seu concorrente pode ser uma fonte de inspiração para que você crie os seus próprios conteúdos.

Saiba que a **gestão de mídias sociais** é altamente pautada em **tentativa e erro**. Ou seja, você pode e deve ficar de olho no que as outras contas estão acertando para replicar na sua, e onde elas estão errando para evitar cometer os mesmos erros.



REDES SOCIAIS PARA PEQUENAS EMPRESAS



As **redes sociais** são fenomenais para que **pequenas empresas** consigam se posicionar com mais relevância em seu nicho de atuação. Lembre-se que agora você está competindo de igual para igual com as grandes empresas pela atenção dos seus usuários.

Aqui, listamos as principais redes e as razões pelas quais você deveria investir em cada uma delas. Confira.



INSTAGRAM

O Instagram é uma ferramenta que se tornou especialmente popular, com mais de **1,1 bilhão** de usuários ativos no mundo em 2022.

Não há limites para o que essa rede pode fazer para o seu negócio, da ferramenta de **lives** para engajar a audiência aos stories para aprofundar o relacionamento. Essa é uma plataforma puramente visual de fotos e vídeos. Por ser exclusivamente mobile, possui ferramentas otimizadas para os smartphones.

Os nichos mais relacionados às artes estão mais propensos a fazer sucesso no Instagram, porém, todos os tipos de negócio podem se beneficiar da plataforma para **gerar engajamento com a sua audiência**.

Nessa rede é preciso lembrar que se valoriza a **qualidade do conteúdo**. Portanto, será necessário dominar fotografia, iluminação, qualidade de edição e poder de copywriting.



TIKTOK

O TikTok certamente é a nova plataforma da vez para usuários que criam e compartilham vídeos curtos. Pode ser uma das melhores ferramentas para negócios quando usadas do jeito certo.

Afinal, a rede social, ao contrário da sua rival, prioriza a **quantidade de conteúdo** criado para prender a atenção do usuário. O seu algoritmo é mais voltado à **viralização** do que para o **engajamento**.

Portanto, trata-se de uma porta de entrada para pequenas empresas que precisam construir uma **identidade digital**. É o primeiro passo para se tornarem reconhecidas nesse meio.

Porém, é preciso ter cuidado. O TikTok é dominado pela **geração Z**, os adolescentes e jovens que podem ainda não ter uma renda, mas que em breve terão.

Para usar essa rede social, é preciso compreender como a marca pode traduzir os seus conteúdos de alto valor em materiais mais viralizáveis e simples de serem consumidos.

Uma dica é acompanhar como os seus concorrentes estão surfando nessas mudanças do mercado.



FACEBOOK

Se o **Facebook** fosse um país, seria o mais populoso do mundo. São mais de **2,9 bilhões de usuários ativos por mês** em 2022.

É altamente vantajoso e com um bom custo-benefício para empresas de todos os tamanhos, afinal, consegue atingir um público bem amplo em termos de idade, faixa de renda e distribuição territorial.

Pode-se usar a rede para compartilhar tudo, desde imagens simples até links para formulários de contato. Com um **conta business**, você poderá acessar a ferramenta de anúncios, que funciona junto com a do Instagram, além de poder customizar o seu perfil para que ele tenha uma cara mais **comercial**.

Como o Facebook é uma rede social mais consolidada, é natural que a maioria das empresas já estejam nele, portanto, pode ser mais difícil se diferenciar. Dessa maneira, quem conseguir se estabelecer como uma autoridade estará gerando um tráfego de alto valor.



TWITTER

O **twitter** é a rede social perfeita para algumas empresas, mas pode não ser tão interessante para outras. É uma mídia focada em **mensagens curtas** para engajar a sua audiência e compartilhar links para conteúdos mais amplos.

Você pode postar vídeos, links, imagens, pesquisas e diversas outras funcionalidades, porém, sempre limitado a 240 caracteres. Se a página é bem planejada, favorece o **compartilhamento** por meio dos likes, retweets e menções.

Essa é a **rede social para empresas com uma voz poderosa**. São as empresas que possuem uma personalidade tão bem consolidada diante do público, que parecem ser uma pessoa mesmo.

Aqui estão algumas coisas que você pode conseguir no Twitter:

- Descobrir quem é a sua audiência e o que ela está falando;
- Mais conversas e relacionamentos. Menos vendas diretas;
- Compartilhamento de conteúdo altamente relevante para ser compartilhado.



COMO PEQUENAS EMPRESAS PODEM CONSTRUIR VALOR NAS REDES SOCIAIS?



Se você é o CEO de uma empresa menor, temos certeza de que está acumulando algumas funções. Pode até mesmo ser o responsável pela **gestão de mídias sociais** do negócio. É assim mesmo que toda grande empresa começa.



Porém, não se pode deixar essa tarefa de lado nem por um minuto, afinal, ela possui um impacto significativo nas suas vendas. De fato, segundo a agência Sprout Social:

- Cerca de 57,5% das pessoas comprariam das marcas que seguem;
- 71% compraria após uma boa experiência digital.

Note o quanto é importante garantir que a **experiência do usuário** seja positiva se você deseja que ele se torne um lead de alto valor. Se ela for negativa, ele pode deixar de seguir a sua empresa para encontrar uma alternativa mais positiva.

Com base nesse mesmo estudo, chegou-se à conclusão de que os usuários deixam de seguir uma marca por seis motivos:

- Muitas mensagens promocionais;
- Informação irrelevante;
- Publicam demais;



- Usam gírias que não se encaixam na voz da marca;

- Muito quietas;

- Não respondem.

Observando essas seis principais razões, podemos chegar à conclusão de que o trabalho do **gestor de redes sociais** é garantir que se chegue a um número ideal de postagens diárias, sem se tornar irritante, mas sem deixar a sua audiência esperando por mais conteúdo.

Outro ponto importante, é notar a importância de **entregar um conteúdo de valor** para gerar engajamento.

Saiba que os usuários não deixam de seguir os seus amigos por essas mesmas razões. Mas empresas sempre serão empresas, por maior que seja o relacionamento com o cliente, portanto, elas precisam se esforçar para sempre manter esse **lead aquecido**, ou continuar impulsionando ao longo da **jornada de compra**.



COMO PEQUENAS EMPRESAS PODEM USAR AS REDES SOCIAIS?



A **presença nas mídias sociais** é importante para o marketing, sem dúvidas. No entanto, ela cumpre diversas outras funções que ajudam a **construir o branding da sua marca**, e que discutiremos em detalhes.



USE AS REDES SOCIAIS PARA O MARKETING

Quando você criar uma sólida **presença digital** com o seu plano de marketing para o seu pequeno negócio, você poderá encontrar clientes e consumidores onde quer que eles estejam.

Precisamos reforçar que não existe uma receita a ser seguida que garanta o seu sucesso nesse meio. Cada empresa precisará encontrar o seu ponto de crescimento específico. Então, aqui, trouxemos algumas dicas.

Tenha um planejamento de marketing

A melhor maneira de ter sucesso em qualquer empreendimento, é contar com um **planejamento estratégico** para cada área. O marketing não escapa disso. Por mais que ele seja baseado em tentativa e erro, é preciso pensar nele com cuidado. Existem três tipos de planejamento de marketing:

1. Planejamento estratégico;
2. Planejamento tático;
3. Planejamento operacional.



Cada um deles é definido de acordo com a sua área de atuação. O primeiro, diz respeito à **estratégia de marketing** a ser adotada. É a espinha dorsal de qualquer plano, com os princípios, missões, objetivos e valores a serem perseguidos.

O **planejamento tático de marketing** irá encontrar as **ferramentas** necessárias para que a estratégia seja executada. É nessa etapa que você irá selecionar as melhores redes sociais para cada um dos seus objetivos.

Isso mesmo. No plural. Para conquistar uma presença digital relevante, será necessário estar em mais do que uma rede ao mesmo tempo, porém, mantendo a coerência e a voz da marca em todas elas.

Por fim, o **planejamento operacional de marketing** irá guiar as pessoas para que usem as ferramentas adequadas de acordo com a estratégia. É o momento de efetivamente colocar as mãos na massa, com cada um da equipe sabendo qual é o seu papel e quando deve executar suas funções.

Publique com consistência

Encontre o equilíbrio ao postar conteúdo. Garanta que você não está postando em excesso para não incomodar a audiência, mas não tão pouco para que não seja suficiente.



Por exemplo, postar cinco vezes na semana sobre serviços mecânicos e apenas uma sobre venda de carros. Se você fizer isso, os seus seguidores também darão muito mais valor a um serviço em detrimento do outro.

Quando você encontrar a quantidade ideal para cada conteúdo, tende variar os tipos, tentando imagens estáticas, vídeos curtos, vídeos longos ou qualquer tipo de material que tenha criado e que faça sentido para a marca.

Ao encontrar os tipos de conteúdo que a sua audiência mais reage, comece a variar o **horário de postagem** para entender quando eles estão mais ativos e mais propensos a se engajar com o seu conteúdo.

Uma dica para começar, é tentar postar **todos os dias**. Cada vez que você publica algo, a sua chance de ser encontrado pela audiência aumenta, portanto, com a devida estratégia, será possível converter esses usuários.

Desenvolva uma voz clara

Para ser consistente e ter uma **voz forte e clara**, em primeiro lugar, é preciso saber exatamente com quem você está falando.



Por exemplo, o Tik Tok é uma rede focada na **geração Z**, então você precisará conhecer as gírias delas, assim como os tópicos que as estão deixando interessadas nesse momento. Certamente a linguagem será diferente caso o seu público seja *millennial* ou *baby boomer*.

Aspectos como a **idade**, localização, gênero, interesses e desejos, ou todas as características que usamos para segmentar a audiência, permite que você encontre o tom de voz que o seu público específico irá entender.

Ter **consistência no tom de voz** usado on-line permite que as pessoas reconheçam essa sua **voz** da mesma maneira que reconheceram os seus pais ao falar no telefone. São as palavras usadas, a velocidade de fala, a maneira como responde, e diversos outros critérios.

O **reconhecimento de marca**, invariavelmente, é construído com base em **lealdade e engajamento**.

Saiba que você precisa entreter

Muitas pessoas torcem o nariz para o marketing em redes sociais, pois acreditam que esse é um espaço sem conteúdo.



Na verdade, hoje em dia as **redes sociais** se tornaram quase uma **praça de convivência do ser humano**. É onde as pessoas fazem compras, conversam com os seus amigos e tomam decisões sérias.

No entanto, não podemos esquecer que o ser humano não é tão lógico quanto gostaria. Ele também precisa de uma dose de humor e descontração para tomar decisões.

Nesse mar de informações, quem prende a atenção da audiência consegue o bem mais valioso de uma pessoa, **o seu tempo**. Portanto, deve usá-lo com extrema sabedoria.

Então, saiba que você precisará entreter o seu público se quiser que ele pare de rolar o feed para prestar atenção na sua marca. Será preciso usar os gatilhos mentais para que ele deixe de fazer o que estava fazendo para prestar atenção em você.

É por isso que a **segmentação da audiência** é tão importante. É preciso saber exatamente o que as pessoas estão precisando para que você possa entregar sem ficar enrolando. Afinal, quanto mais tempo levar para fechar uma negociação, maiores serão as chances de a pessoa se distrair e acabar desistindo da compra.



VENDA PELAS REDES SOCIAIS

Saiba que a sua vida não vai mudar se o perfil da sua empresa tiver mil ou um milhão de seguidores. No fundo, o que importa de verdade é a **taxa de engajamento**. Afinal, se essa audiência não converte, ou não compra seus produtos, de que adianta perder tempo com isso?

Ao contrário do que muitos pensam, as redes sociais são o lugar perfeito para fazer vendas. Algumas já contam com o seu próprio marketplace para incentivar esse comportamento.

Dessa maneira, é preciso considerar o uso de **anúncios pagos** para impulsionar as suas chances de fechar negócio. Comece focando nas maiores redes e nas mais importantes para o seu público, como Instagram, Facebook e TikTok. Isso pode ajudar a atingir o seu público com mais assertividade, enquanto você coleta dados sobre a sua audiência.

Ainda, você pode utilizar o poder dos **influenciadores digitais**.

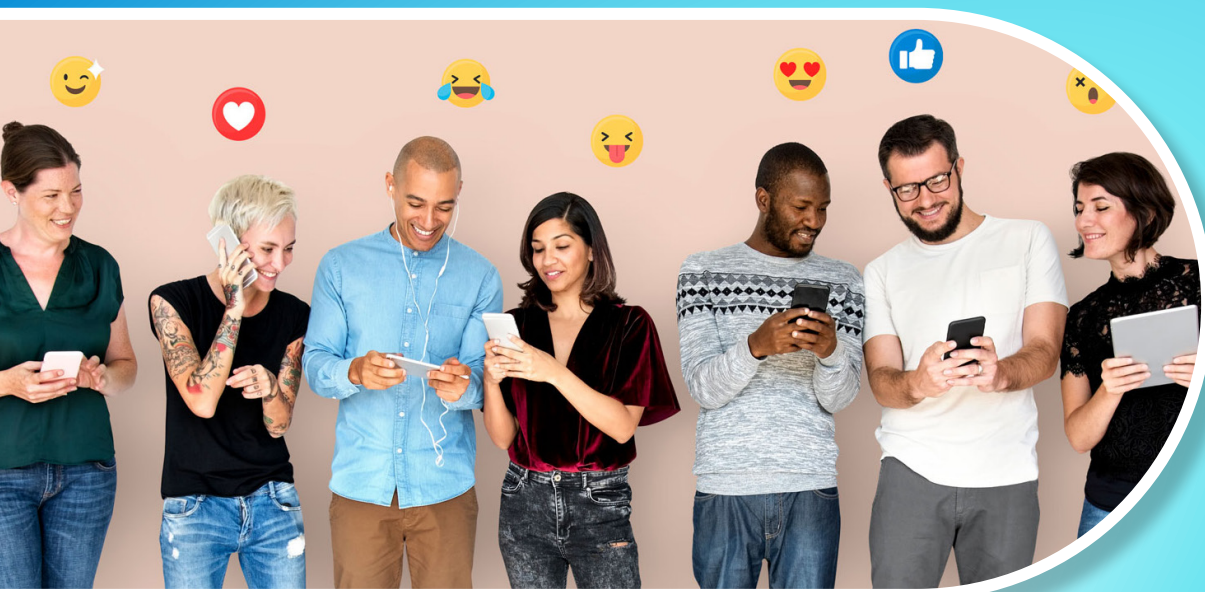


De fato, segundo pesquisa realizada pelo instituto Qualibest, cerca de 73% das pessoas já comprar algum produto por indicação de um dos seus influenciadores favoritos.

Essa é a maneira moderna de usar a magia do **marketing boca-a-boca** a seu favor. Os influenciadores certamente possuem um custo-benefício muito melhor em relação aos tradicionais anúncios com celebridades. Ainda, podem-se formar parcerias, benéficas para ambos, que ajudam no seu crescimento.



POR FIM...



No final das contas, as **redes sociais** são espaços para a criação de relacionamentos. As empresas podem encontrar a sua audiência e entregar um conteúdo que seja significativo e de alto valor.

Podemos encarar as redes também como um local onde é possível **ouvir o seu cliente** para compreender melhor o que ele precisa. Com essa escuta ativa, a sua estratégia de marketing nas mídias sociais será muito mais efetiva e assertiva.

Você pode contar com o Sebrae para uma gestão de mídias sociais campeãs. Acesse nossos conteúdos!



www.sebrae.com.br | 0800 570 0800

