

Como dobrar suas vendas com mídias sociais: Checklist Completo (Artigo)

Você já sentiu isso?

Você sente aquele frio na barriga quando vê os números, algo dentro de você sente que é capaz de aumentá-los. Mas, no meio de tantas perguntas uma delas se sobressai: Como vou fazer isso?

Talvez você sente que já fez de tudo, gastou muito e o retorno não foi bom. Você se sente perdido, sente abalado por ver concorrentes se saindo bem, de certa forma até mais fácil e rápido que seu negócio.

Há no mundo da internet diversos gurus apresentando inúmeras estratégias e técnicas mágicas para você conseguir dobrar suas vendas.

O objetivo desse artigo é simplesmente te dar uma luz no túnel! Te fazer parar de se desesperar e para de vender a alma para conseguir resultados melhores.

Redes sociais

A melhor forma de conseguir Atrair clientes e Criar elo de maneira econômica e rápida

As redes sociais se tornaram virais, com exposição de informações íntimas, como suas preferências, medos, anseios, e até mesmo idealizações.

Sabendo disso, percebemos que redes sociais são excelentes ferramentas para seu negócio. Para isso, é indispensável ter em mãos técnicas certas e uma estratégia desenhada para o seu público depois de estudá-lo profundamente.

Redes sociais vem sendo excelente forma de coletar dados relevantes que nos ajudam a segmentar o nosso público e conhecê-lo bem melhor. Além da possibilidade de cruzar os dados para gerar mecanismos de vendas mais personalizado e eficaz.

O Facebook possui mais de 2 bilhões de usuários ativos em seu banco de dados.

O Instagram conta com mais de 1 milhão de curtidas por minuto.

No Youtube são assistidas mais de 5 bilhões de horas em vídeo por mês.

O LinkedIn possui mais de 600 mil usuários em sua rede.

Ou seja, as redes sociais dão ao empreendedor um mar de oportunidades. Melhor dizendo, **um mar de vendas.**

Talvez você esteja pensando: Ok, Jessica, esses dados apresentados acima são impressionantes. Mas meu território de negócio é somente o Brasil, ou até mesmo pequena parte dele. E aí?

Bom, se o seu negócio é fortemente nacional então você poderá e deverá abusar (com inteligência, claro) das redes sociais. Esta afirmação pode ocorrer devido a pesquisa realizada pela ComScore, empresa especializada no mundo digital, que teve como resultado de que o Brasil é um dos países que mais utilizam e passam maior tempo nas redes sociais.

Isso mesmo, estamos no topo do rank, galera!!!

Com uma média de 60% maior em relação ao resto da humanidade.

São números surpreendentes: São, em média, 650 horas mensais em redes sociais.

As redes sociais mais utilizadas pelos brasileiros segundo o [relatório Digital in 2019](#), feito pela *We Are Social* em parceria com a Hootsuite:

1. YouTube

Incríveis 95% dos respondentes da pesquisa disseram que utilizam a plataforma para assistir programas, escutar músicas, acompanhar sobre notícias e games, Youtubers, e, claro, para fazer o marketing de seu negócio.

O YouTube é a maior rede social do Brasil hoje em dia e a segunda do mundo.

Entretanto, mesmo com número fascinante de usuários, somente 47% das empresas brasileiras investem em marketing na rede, o que significa uma discrepância de mais de 20% em relação ao número de usuários brasileiros — segundo dados da [Social Media Trends 2018](#).

2. Facebook

O Facebook não poderia ficar fora dessa lista, não é mesmo? Afinal, com mais de 2 bilhões de usuários, o Facebook conquistou rapidamente o posto mundial da rede social mais popular. Na pesquisa, o Facebook ficou em segundo lugar com 90% dos participantes afirmando que são usuários ativos da plataforma.

Na batalha pela 1ª posição do rank mundial, o Brasil perde em questão de números de usuários ativos no Facebook. No entanto, ainda fica no pódio em 3º lugar, perdendo somente para Estados Unidos e Índia.

Para as empresas, a grande quantidade de usuários vem sendo um grande atrativo. Entretanto, também é uma plataforma que você precisa aprender a se posicionar, o baixo engajamento e o diminuição do alcance orgânico têm sido um grande desafio para empresas que ingressaram com interesse de consolidar a sua marca.

3. WhatsApp

O aplicativo conta com mais de 1.5 bilhões de usuários espalhados do mundo. Segundo dados da [Social Media Trends 2018](#), o WhatsApp aparece em terceiro lugar com 89% dos respondentes brasileiros presentes.

Antes, o app contava somente para facilitar a comunicação entre amigos e familiares, mas agora ele é uma ferramenta poderosa de engajamento com cliente.

Com o recente anúncio do [WhatsApp Business](#), novas possibilidades para empresas serão oferecidas, usado para vendas, notícias, dicas rápidas, SAC, e um tipo de engajamento mais especial com seu prospect ou cliente.

Quer aprender mais sobre Marketing no WhatsApp? Não deixe de conferir nosso post sobre o assunto!

4. Instagram

O Instagram é uma das redes sociais mais queridinha no momento. Com [69 milhões de usuários](#) em 2019 no Brasil e com o maior índice de engajamento entre as redes sociais.

Os resultados foi impressionante quando 47,1% dos respondentes afirmaram que o Instagram é sua rede social preferida, deixando todas as outras para trás (isso mesmo, até mesmo o Facebook ficou para trás, com um pouco menos de 30%)

É uma plataforma que prova que veio para ficar: inovando cada vez mais nos formatos de conteúdos e anúncios, ela tem apresentado uma aceitação crescente para as empresas no Brasil, o crescimento foi de 16,9% — o maior crescimento observado no relatório da Social Media Trends.

5. Messenger

Atualmente com [1,2 bilhões de usuários](#), o Messenger pode ser equiparado ao WhatsApp pois é um dos maiores potenciais da rede para marketing, têm automação por meio do uso de [chatbots](#), além da integração como canal de comunicação para marcas.

Embora seja uma imensidão de pessoas utilizando essas plataformas, temos um grande desafio da época: **Conseguir criar um vínculo com o cliente.**

Conseguir criar um vínculo com o cliente realmente é uma grande tarefa, visto que estamos rodeados de informações e amarrados de propagandas por diversos meios tecnológicos.

Por isso, aconselha-se desenhar estratégias bem segmentadas para seu público alvo e estudar de perto seus comportamentos em diversas plataformas.

Pensando nisso, fiz esse e-book para te ajudar a entender mais a fundo Como se Engajar de maneira correta: O Guia Completo

Como as redes sociais podem te dar a autoridade que você merece

É importante entender que as redes sociais podem também derrubar seu negócio, e acredite, diversos empreendedores foram destruídos por elas. Você deve estar achando que essa frase é exagerada, mas, lamento em informar que não é.

As redes sociais permitem que seja feita a troca de opiniões e experiências do usuário com um produto. Não é difícil encontrar pessoas que entram nas redes sociais para saber de feedback para entender mais sobre certo produto para decidirem se irão comprar ou não, e até mesmo para tirar alguma dúvida.

Com isso, podemos afirmar que manter a reputação do seu negócio é essencial, não é?

Para criar uma estratégia voltada para mídias sociais é importante entender que você não irá simplesmente atrair clientes, mas, realmente consolidar sua marca e também criar um elo mais forte com futuros e atuais clientes. Suas estratégias têm que visar primordialmente

fidelizar clientes, criar confiança em seu público, criar um propagador e defensor da sua marca de tal maneira que se assemelha com um evangelizador.

Assim como todos os modelos de negócio, você precisa gerar empatia com seu público para conseguir atingir seu objetivo. Tem que fazê-los prestar atenção no que você faz, no seu profissionalismo, nas qualidades de seus produtos e o quão eles podem, e, para isso, você precisa entender a fundo quais são os anseios de seu público, suas necessidades, suas dores, ou seja, ouvir e entender seu público é essencial.

Um ponto importante é o alcance de suas publicações, não adianta fazer um post e deixar lá porquê isso é um tiro no pé já que vai ter desprezo total do visitante/cliente. Seja o diferencial do seu mercado.

Pense em engajar e aumentar a visibilidade dos seus conteúdos de forma otimizada.

Checklist para não ser “o esquecido” da Redes Sociais

- Tenha sua Persona definida

Para se dar bem com seu público você precisa saber muito bem sobre o que eles pensam, quais são seus medos e vontades. Este passo é importante para todos empreendedores, mas, principalmente, para aqueles que querem trabalhar com links patrocinados.

- Pesquise sobre posts mais populares em blogs e redes sociais

É necessário que fique antenado sobre tudo que esta acontecendo ao seu redor e o que o seu público esta gostando. Não digo para copiar os posts exatamente, mas, procure seguir o que esta dando certo para quem esta fazendo sucesso.

- Tenha conteúdos bons, encontre seu diferencial

Como dito logo a cima, é recomendado se orientar e seguir o modelo dos posts em alta entre seu público alvo. No entanto, isso não significa que você terá que copiar o conteúdo dos outros. Siga o modelo, faça conteúdos originais e mostre o quão melhor você consegue ser em mostrar seu diferencial.

- Tenha conteúdos visuais

Sem dúvida os conteúdos mais virais são imagens, vídeos e infográficos (acesse agora o material completo sobre Marketing de Conteúdo Visual)

Hoje em dia se você abrir qualquer Rede Social poderá notar que não irá conseguir absorver em grande quantidade as informações que estão lá. Com isso, podemos quase dizer que é impossível engajar com o público fazendo com que ele absorva o conteúdo sem que simplesmente esqueçam.

Os conteúdos visuais é a nova tendência e transmite informações de maneira eficiente, e aumenta a probabilidade de conversão.

Saiba mais clique aqui

- Pense nos celulares, otimize os conteúdos para mobile

Desde os inicio da internet há uma preocupação de realizar design para desktop, mas, depois foi pensado em simplificar o conteúdo para os celulares e tablets também serem acessíveis. Atualmente esta idéia de apenas simplificar o conteúdo ficou para trás, pois hoje a idéia é fazer um conteúdo personalizado para mobile (Mobile First).

A boa prática de planejamento de conteúdo para mobile também é essencial para que seu site seja recomendado em um ranking melhor nos mecanismos de pesquisas.

(Como planejar os conteúdos para mobile)

- Interage com os usuários
- Não publique posts apenas para vendas

Para de pensar somente em vendas! Eu sei, você deve estar pensando:
Que besteira! Sem vendas não sobrevivo e meu negócio quebra!

E também sei o que faz as vendas acontecerem e o cliente voltar é o relacionamento humano e o reconhecimento que o vendedor quer ajuda-lo.

Tenha uma postura que faça o prospect confie no seu potencial.

Recomendo que em cada 3-5 artigos/posts 1 seja de venda.

- Otimize as palavras chaves

Se você pensa que escrever um artigo com a palavra-chave otimizada é somente encher o post com ela, você não esta muito enganado, mas esta consideravelmente atrasado, fora que fazer um conteúdo assim pode ser considerado pobre e com uma taxa alta de rejeição pelo leitor.

Então saia desse pensamento.

O Google já é excelente em semântica, logo não é preciso usar essa versão ultrapassada para conseguir rankear bem.

(imagem do <https://comunidade.rockcontent.com/como-usar-palavras-chave/>)

Percebeu?

Agora o Google entende o que você esta querendo, ele compreende a frase e procura sobre.

Entenda agora Como usar palavra-chave em 2020

- Organize a administração de Publicação e Divulgação

O planejamento da publicação e divulgação não pode faltar. É de extrema importância que você tenha no papel em qual mídias que irá publicar, como irá fazer isso.

Entre agora e adquira grátis o e-book sobre divulgação de conteúdo e aprenda como divulgar seu novo artigo a partir dos artigos antigos.

Pense em qual divulgação será mais aceita pelo seu público por cada tipo de conteúdo.

Dando um toque especial em algumas Rede Social

Cada rede social tem a sua particularidade e, para que você tenha sucesso, é necessário conhece-las bem!

Se o seu objetivo é vender mais, por exemplo, você precisa conhecer as características de cada rede social para adequar suas ações, materiais, campanhas, metas, cronograma e assim por diante.

- **Facebook**

Crie uma Fanpage: Pode parecer bem na cara, mas Ela te permite criar posicionamento de marca, divulgar conteúdos de relevância para engajar seus leads, estabelecer contato com seus potenciais clientes e ainda disseminar sua marca.

Ou seja, se sua empresa ainda não possui uma fanpage no Facebook, você está perdendo a chance de aumentar as vendas do seu negócio.

Aposte no Creator: o Facebook lançou o aplicativo Creator, focado na produção de vídeos para a melhoria na produção de conteúdos por meio de gráficos, ferramentas de interação e informações úteis.

Dentro do aplicativo é possível ter acesso a ferramentas para criação e até gráficos que facilitam o entendimento dos dados obtidos pelos vídeos postados na rede social.

Alguns dos itens que podem ser facilitados com ajuda do aplicativo são as transmissões ao vivo, acesso facilitado às mensagens de pessoas que interagiram na página, acesso a dados sobre sua página que podem facilitar a criação de conteúdo etc.

Invista no Ads e Facebook Lead Ads: Ao utilizar o Ads, os anúncios aparecem no feed de notícia dos usuários. Ele te permite, inclusive, segmentar o público que você quer atingir, fazendo com que você consiga alcançar resultados mais expressivos.

As campanhas podem ser segmentadas por idioma, localidade, gênero, idade e interesses, e você pode definir o investimento que melhor atende os seus objetivos e necessidades.

Além dos anúncios feitos pelo Facebook Ads, você ainda pode investir no Facebook Lead Ads. Essa funcionalidade faz com que o usuário impactado pelo anúncio não saia da rede social, facilitando a sua conversão e a sua experiência do usuário.

Isso acontece, pois quando o usuário clicar no anúncio, aparecerá um formulário previamente preenchido com suas informações públicas do Facebook, como nome e email, dentro da própria plataforma para o usuário converter em poucos cliques.

Faça anúncios para celular com o Creative Hub: Essa ferramenta te permite criar anúncios otimizados para celular e visualizar quais deles a empresa pretende lançar.

A ferramenta também permite criar mockups para pré-visualizar como ficará o anúncio na rede social na versão mobile, ajudando a garantir a qualidade do que vai ser anunciado, uma vez que mais da metade dos usuários do Facebook acessam a rede social remotamente.

Instale o Facebook instant articles e carregue mais rapidamente seus links: O objetivo dele é tornar a leitura de artigos mais agradável e sem interrupções. Ele melhora consideravelmente a experiência do usuário, pois com o Instant o conteúdo da página é otimizado para um carregamento mais rápido, facilitando e agilizando a navegação.

Uma vez que você melhora a experiência do seu usuário, ele tem mais interesse em se manter em sua página e você tem mais tempo e chances para impactá-lo positivamente com conteúdos e técnicas focadas no aumento de vendas do seu negócio.

Faça integração com o marketplace: A última dica que separamos para que você tenha resultados efetivos com vendas por meio do Facebook é a integração do seu negócio com o Marketplace da própria rede social.

Para utilizar essa função, basta inserir as informações do produto que deseja vender, assim como o faria em um grupo de anúncios, por exemplo. Adicione fotos, clicando no ícone da câmera, e preencha todas as descrições, incluindo preço, categoria, localização e especificações. É possível ainda notificar quando a entrega ficar por sua conta.

Vale dizer que páginas não podem publicar no Marketplace, apenas perfis, sendo assim, atente-se quando quiser fazer alguma postagem, você pode ter uma pessoa responsável por ela, por exemplo

- **Instagram**

Tenha uma conta no Instagram for business: A ferramenta que foi anunciada e lançada em 2017 permite que as empresas tenham um perfil dentro do aplicativo como uma conta empresarial. A conta empresarial do Instagram inclusive pode ser vinculada com a conta da fanpage do Facebook.

Além disso, a ferramenta melhorou o processo para a análise de dados e métricas das ações dentro do perfil da empresa no app. Ainda é possível criar anúncios diretamente pelo aplicativo e impulsionar os posts que tiveram mais sucesso no perfil da empresa, permitindo o alcance de novos potenciais clientes.

Produza e divulgue somente boas imagens: Você deve já ter cansado de ouvir que uma imagem vale mais que mil palavras. Então como não usá-las a favor do seu negócio?

Então se a empresa vai criar um perfil na rede social, crie imagens que conecte com seu público, caso contrário, seu conteúdo vai acabar passando despercebido.

Ainda mais quando aviso de anúncio estiver junto: Você pode também investir em cenas exclusivas, reações espontâneas e momentos descontraídos da sua equipe.

Além disso, no Instagram os feeds padronizados, ou seja, organizado por cores, formato da foto etc, são uma tendência que leva muitos usuários a seguirem as páginas. Trabalhar as cores de itens, de fundo e até mesmo a iluminação já pode ser o diferencial do seu perfil empresarial.

Venda com o Shopping: Seguindo a tendência mobile, o Instagram disponibilizou tags para fotos de contas comerciais. Essas etiquetas permitem marcar produtos com preços e links que redirecionam o seguidor para o site da loja.

Além de tornar melhor a experiência do usuário e facilitar a vida do seu potencial cliente, essas tags são ideais para que você fique de olho no que a concorrência está ofertando e como.

Ao facilitar as ações dos usuários, a chance de converter novos clientes aumenta, impactando diretamente no aumento de vendas do seu negócio.

Use o Stories estrategicamente: Os stories vão ser o meio de criar lembranças de sua empresa para todos que a seguem.

Nele é comum ter um conteúdo maior e mais detalhado. Então vamos supor que sua empresa lançou um novo produto, claro que pode ser desagradável se sua empresa postar várias fotos sobre ele de uma vez. Mas em um vídeo é mais fácil de apresentar o produto e ainda mostrar detalhes de maneira dinâmica.

Além disso, é possível destacar os momentos que realmente representam a sua marca, como mudanças no ambiente de trabalho, novos produtos, novas parcerias e assim por diante.

- **Youtube**

Planeje seus vídeos: Dedicar-se a produções audiovisuais tem se tornado cada vez mais importante para a divulgação de uma marca, principalmente em uma rede social com dados de acesso como o YouTube.

Sendo assim, crie o seu canal e planeje suas pautas com foco na variedade de conteúdo. Você pode abordar temas como apresentação de produtos, tutoriais e palestras, história da empresa, depoimentos de clientes e novidades do seu nicho, essa escolha vai depender da preferência do seu público.

Utilize palavras-chave nos vídeos: Capriche na escolha das descrições e dos títulos. Para criá-los de forma mais assertiva, use o planejador de palavras-chave do Google: com ele será mais fácil entender quais keywords estão em alta.

Essa inserção faz com que quando os usuários do YouTube pesquisem por assuntos já desenvolvidos por você, seu canal aparecerá nas buscas, gerando força de marca e aumentando sua visibilidade, o que resulta em novas oportunidades de vendas e fidelização de clientes.

Divulgue seus vídeos: Uma vez que o vídeo já foi postado, é chegada a hora de colocá-lo para circular com o maior alcance possível.

Para isso, compartilhe em todas as suas redes sociais o conteúdo. Isso vai fazer com que seu vídeo seja disseminado de maneiras diferentes e com pessoas diferentes.