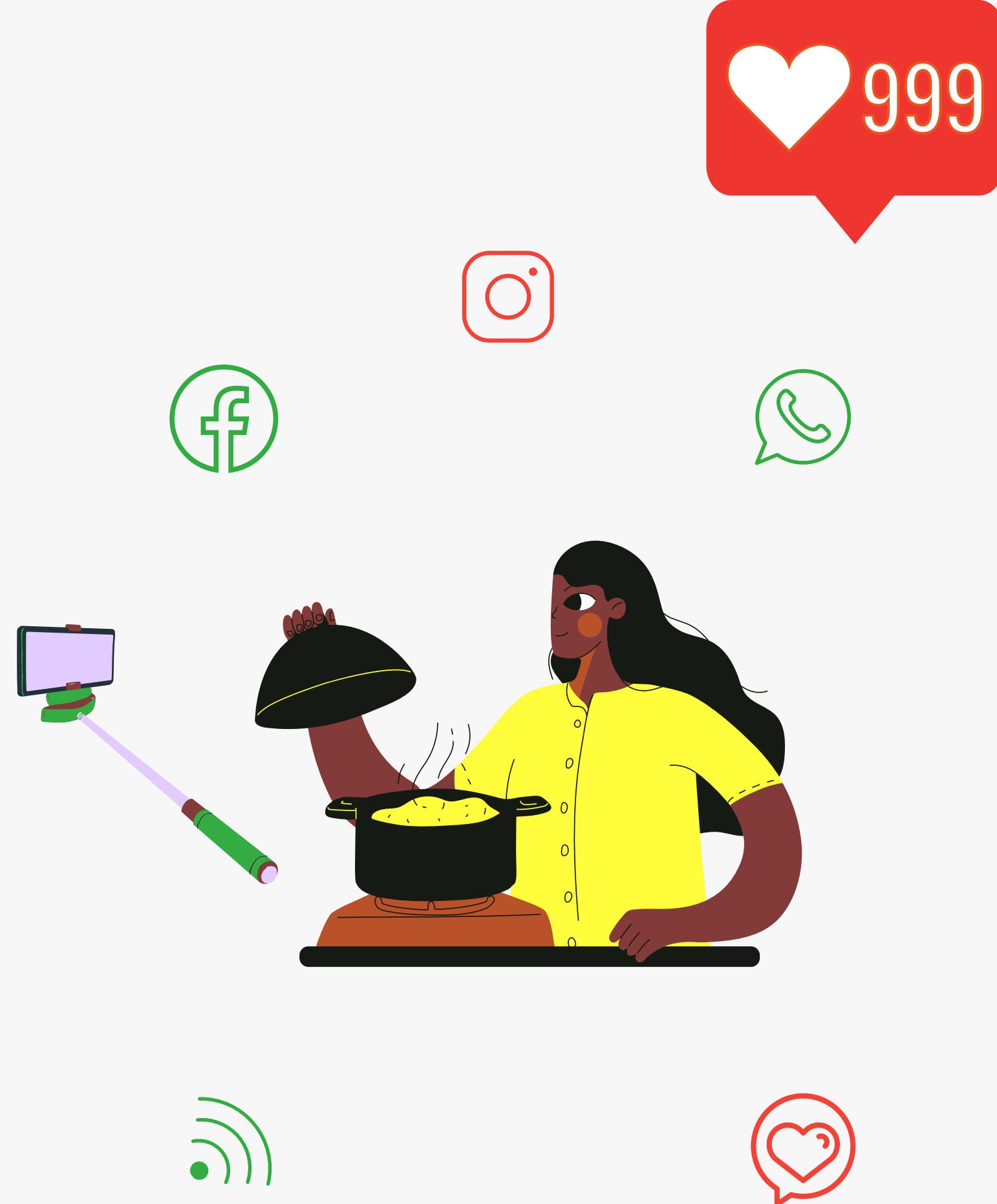
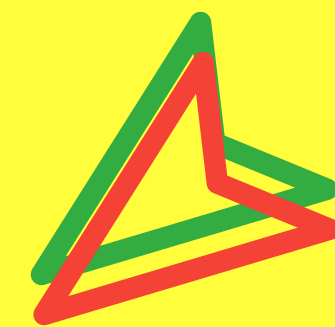


Guia DE MÍDIAS SOCIAIS

PROGRAMA DE APOIO A PEQUENOS
NEGÓCIOS LOCAIS





GUIA DE MÍDIAS SOCIAIS

#FORTALECIMENTOCOMUNITARIO

#MEUNEGOCIO

#MINHAMARCA

Este material foi produzido como parte das atividades do Programa de Apoio a Pequenos Negócios Locais da Tabôa, visando contribuir para o fortalecimento de capacidades de gestão de empreendedores de Serra Grande (BA)



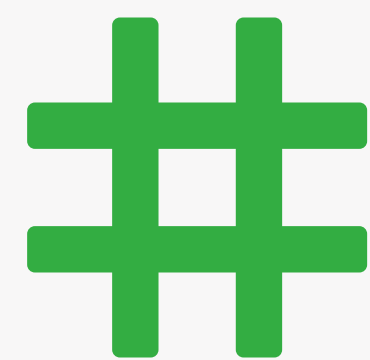


DEIXANDO MINHA MARCA NA REDE

#REDESSOCIAIS #EMPREENDEDORISMO

AO LONGO DO TEMPO, COM AS MUDANÇAS TRAZIDAS PELA TECNOLOGIA, TEMOS CONHECIDO E AUMENTADO NOSSA PRESENÇA EM DIVERSAS REDES SOCIAIS. E, NO CONTEXTO DA PANDEMIA DE COVID-19, MUITOS NEGÓCIOS PERCEBERAM QUE, PARA CONTINUAREM EXISTINDO, ERA PRECISO FORTALECER SUA PRESENÇA DIGITAL.

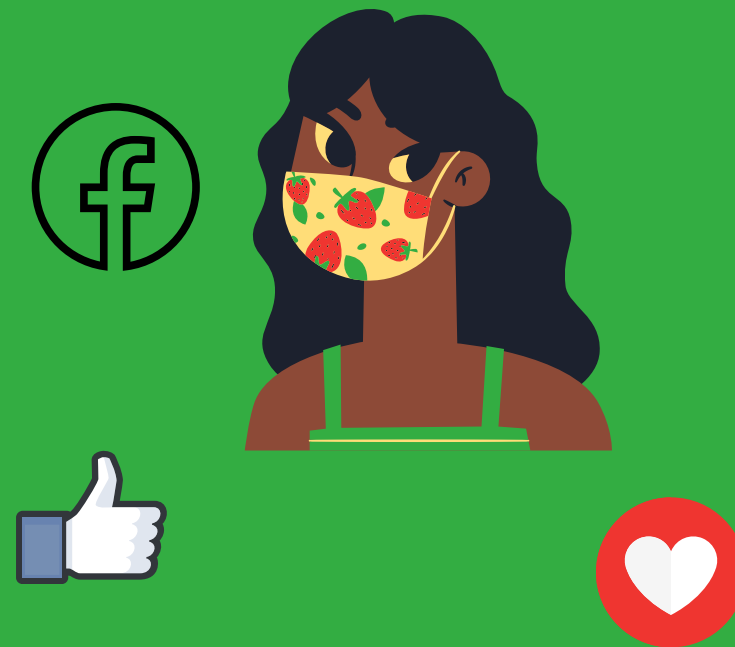
ASSIM, ESTE GUIA É VOLTADO PARA EMPREENDEDORAS E EMPREENDEDORES QUE QUEREM FORTALECER SUA MARCA NAS REDES SOCIAIS DE UMA MANEIRA ORGÂNICA E CONTEXTUALIZADA COM SUAS DEMANDAS DO COTIDIANO.



CURTIU? ENTÃO, SIMBORA!

FACEBOOK

A REDE SOCIAL DA CONEXÃO, INFORMAÇÃO E ASSOCIAÇÃO EM GRUPOS



wpp +face+insta

Três das maiores redes sociais utilizadas no Brasil pertencem à mesma empresa e, hoje, podem ser utilizadas de maneira integrada. É possível replicar as mesmas postagens do feed e também stories, assim como compartilhar os mesmos contatos.

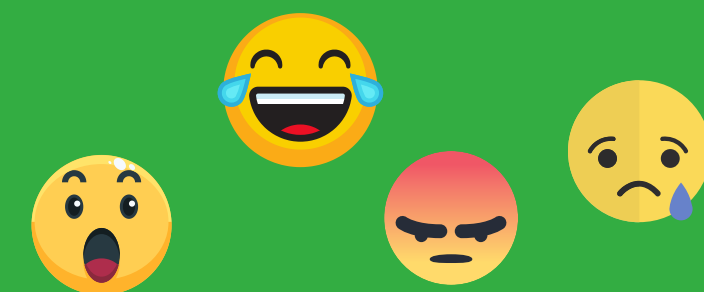


Estúdio criativo

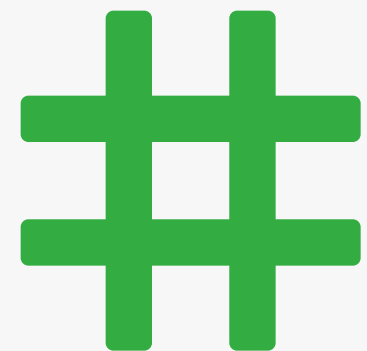
O Estúdio de Criação reúne todas as ferramentas de que você precisa para publicar, gerenciar, monetizar e mensurar com eficiência o conteúdo de todas as suas páginas do Facebook e contas do Instagram. Qualquer pessoa que gerencie uma página pode usar o Estúdio de Criação. Nele, a função administrativa determina informações específicas que os usuários podem ver e quais ações ele pode realizar.

Reutilizar conteúdo do Instagram

Através dessa integração, os conteúdos do feed e stories podem ser postados ao mesmo tempo no Instagram e no Facebook. Desta maneira, você não precisa criar conteúdos específicos para cada rede.



MARKETPLACE



1. O marketplace do Facebook é uma área de compra e venda dentro do Facebook

Você encontra produtos à venda na sua região e também pode divulgar os seus produtos, usando os recursos da plataforma e fazer a venda.



2. É possível contar com anúncios no marketplace do Facebook

Esta é uma forma de impulsionar suas vendas investindo em campanhas e anúncios pagos que rodam dentro da plataforma de compra e venda do Facebook.

3. Anúncios

Outra maneira de aumentar a divulgação é utilizar o gerenciador de anúncios para desenvolver e criar seus anúncios e defini-los de acordo com o seu orçamento. Os anúncios no Marketplace também aparecerão no Feed de Notícias.



INSTAGRAM

A REDE SOCIAL DA IMAGEM

Uma maneira simples, divertida e criativa de capturar, editar e compartilhar fotos, vídeos e mensagens com amigos e família.



FEED

O feed é o cartão de visita do seu instagram: através das imagens, hashtags e informações que criam o vínculo entre marca e cliente.

STORIES

Os stories são vídeos e fotos informais, que possibilitam a realização de brincadeiras, perguntas e enquetes. Estas interações são ótimas para o relacionamento com seu cliente.

LIVE

As lives são vídeos ao vivo, nos quais você trará conteúdos de valor. É um espaço para mostrar bastidores, lançar produtos. E o melhor de tudo: podem ser salvos após a transmissão.

IGTV

O IGTV permite aos usuários criar vídeos em formato de até 10 minutos. Contas verificadas e contas com pelo menos 10k podem adicionar vídeos de até 60 minutos.

REELS

A função principal do Reels é a publicação de vídeos com filtros, música e dublagens de até 15 segundos, editados dentro do próprio aplicativo. Ele ajuda na interação e a demarcar autenticidade da marca.

INFORMAÇÕES E MÉTRICAS



COMO ORGANIZAR E ENTENDER AS INFORMAÇÕES DA SUA CONTA COMERCIAL

ALCANCE

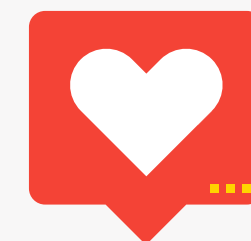
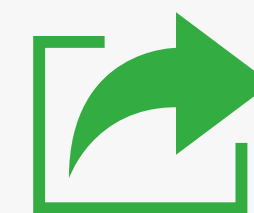
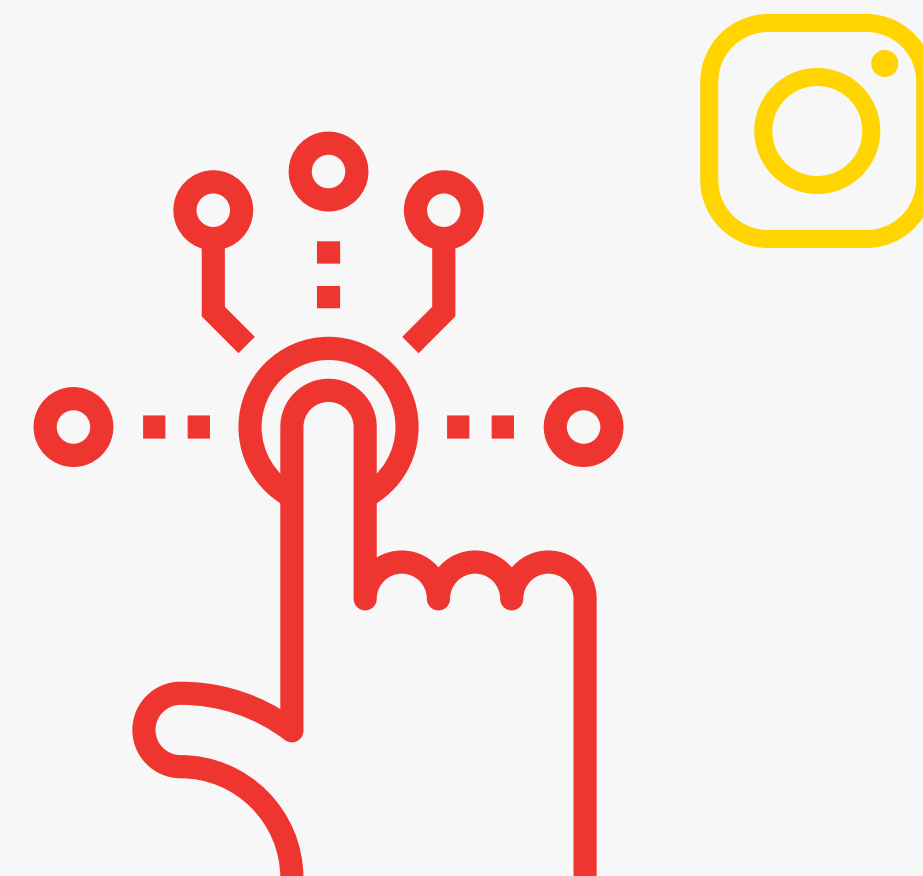
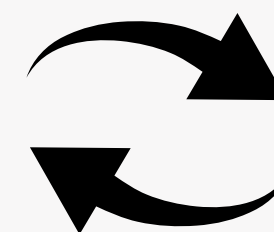
Esta métrica contará apenas uma visualização por conta, demonstra a quantidade de vezes que um perfil visualizou seu conteúdo no Instagram, seja no perfil, publicação no feed ou stories.

ENGAJAMENTO

Ele exibe a qualidade do seu conteúdo. É a média de likes somada com a média de comentários e dividida pelo número de seguidores do seu perfil.

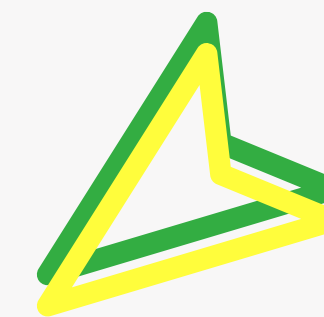
IMPRESSÕES

Representa a quantidade de vezes que usuários visualizaram seu perfil ou suas publicações, sejam do feed ou stories. Demonstra o interesse pelo seu conteúdo.





ORGANIZAÇÃO DO FEED



BIO

A biografia é uma descrição resumida sobre o perfil pessoal ou corporativo. Nele você resume sua atuação, missão e resolução.

IDENTIDADE VISUAL

É o conjunto de elementos gráficos que comunicam ao público a ideia, os valores, o propósito e a missão de uma empresa, produto ou serviço. Seus elementos são: nome, slogan, cores, tipografia, embalagens e outras peças de divulgação.

DESTAQUES

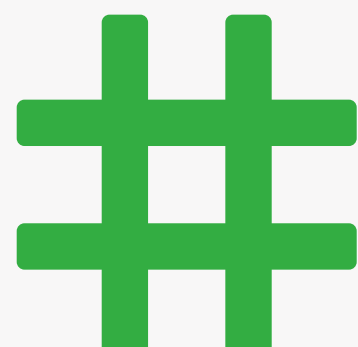
Os stories também possuem uma extensão conhecida como “destaques”. Os destaques permitem realçar histórias em seu perfil por tempo indeterminado, é um importante recurso para trazer informações sobre compra, vendas, entrega, localização e quem é a empresa.

HASHTAGS

As hashtags aumentam a visibilidade e categorizam seus posts. Utilize até sete e leve em conta seu nicho. Pesquise, crie # para suas promoções e peça que seus clientes as sigam.

SITE

É o espaço para *linkar* sites, portfólios, WhatsApp específico, encurtadores de *link* ou sites que reúnem *links* como o *linktree*.





WHATSAPP

Para usar o WhatsApp Business, baixe o aplicativo na Google Play Store ou na App Store. Concorde com os termos e permita que o app acesse seus contatos, fotos e arquivos. Insira e verifique seu número de telefone comercial

E, para seu negócio o Whatsapp pode ser um grande aliado na venda delivery.



MENSAGENS AUTOMÁTICAS

A chamada mensagem de ausência é uma maneira de se comunicar com seus clientes quando você está offline ou fora do seu horário comercial. Há ainda a mensagem de saudação para quando abrirem uma conversa com sua conta. É uma maneira de humanizar e otimizar esse primeiro contato.

ETIQUETAS

É possível organizar e acessar rapidamente itens que foram marcados e até mesmo criar novos tipos de etiquetas, você pode dividir clientes e fornecedores por exemplo.



BUSINESS \$

CATÁLOGO

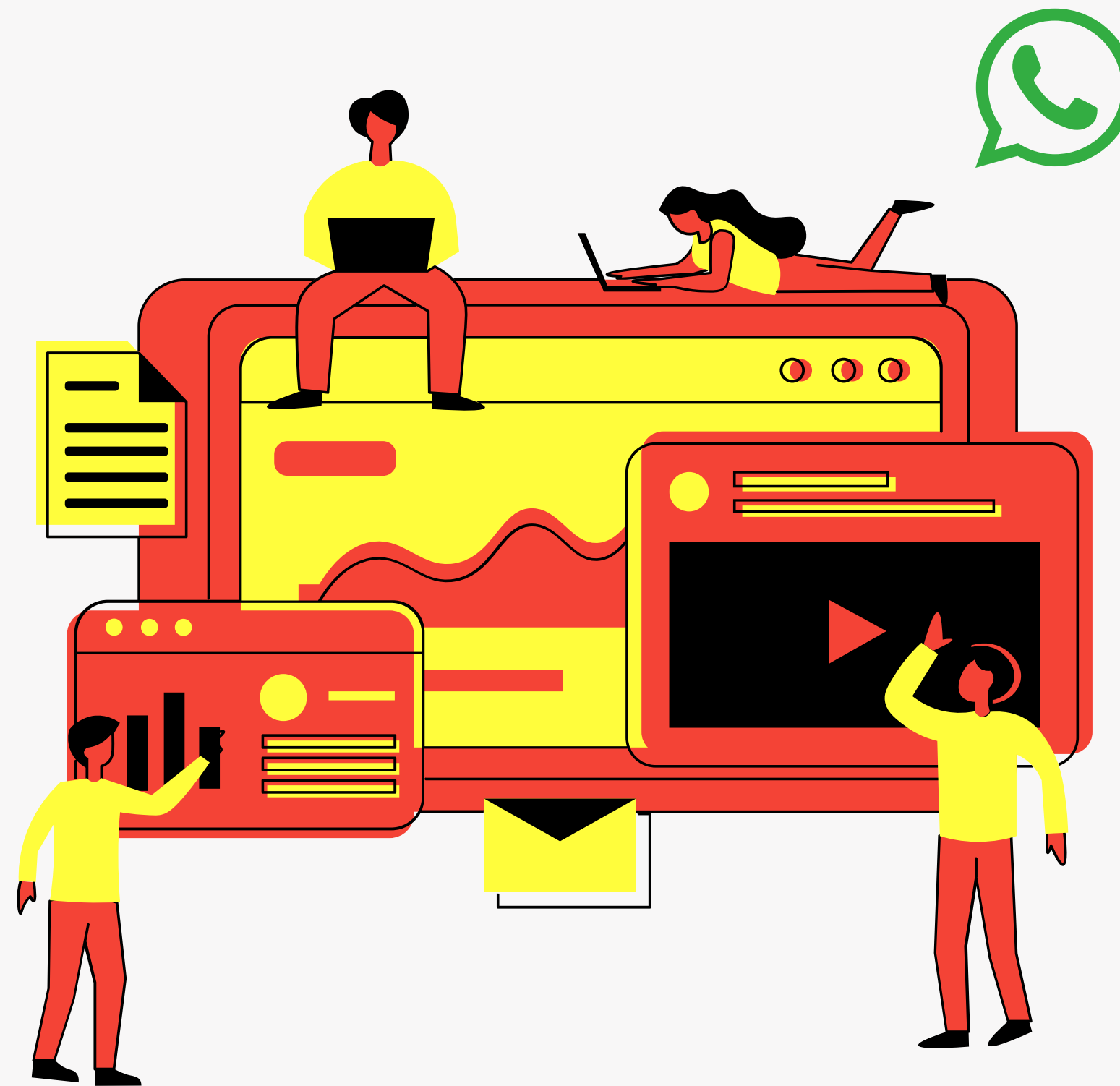
Através do catálogo de produtos, seus clientes podem ter acesso ao que é oferecido por você de forma prática e, assim, conhecer melhor a sua marca.

HORÁRIO DE ATENDIMENTO

Estabeleça dias e horas para seu atendimento e informe isso no aplicativo através do perfil e mensagem de ausência.

FOTO DE PERFIL

É interessante que seu Whatsapp Business possua uma logomarca no perfil. Isto ajuda a conferir profissionalismo a seus canais. Então, não utilize fotos pessoais neste canal.



PRODUZINDO CONTEÚDO PARA AS REDES SOCIAIS



PLANEJAMENTO

Faça uma pré-definição de temas que serão abordados durante o mês.

AVALIAÇÃO E OBSERVAÇÃO

Avalie as estratégias usadas e faça ajustes necessários. Observe e se inspire em contas que sejam do mesmo segmento que o seu.

PERIODICIDADE

Se você não pode postar todos os dias no seu feed, poste ao menos três vezes por semana. Esteja presente nos stories e responda comentários e direct com presteza.

COMPARTILHE SUA ESSÊNCIA

Compartilhe receitas, músicas, informações importantes, promoções e dê dicas. Crie conexão com seu público.

FEEDBACK E INTERAÇÃO

Recebeu elogios? Divulgue! Incentive que seus clientes marquem sua @página. Utilize os stories para interagir, fazer enquetes e estabelecer vínculos com seu público.

FORTALEÇA SUA COMUNIDADE

Fortalecer nossa rede e comunidade e nos fortalecer. Colaboração é a palavra do momento! Divulgue e crie atividades com outras empreendedoras,. Todas ganham!

APP E SITES

ESTES APLICATIVOS E SITES IRÃO TE AJUDAR A CRIAR CONTEÚDO, EDITAR/CRIAR IMAGENS E REPOSTAR INFORMAÇÕES QUE VOCÊ ENCONTROU NA REDE E SE ALIAM AO SEU SEGMENTO.



Canva

Aplicativo e site de design gráfico



Story Save app para download de vídeos no instagram

coolors

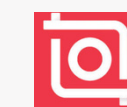
Site para criação de paleta de cores



Repost para Instagram



SNAPSEED: editor de fotos



INSHOT editor de fotos e vídeos

ELABORAÇÃO



KARINE FÊNIX
COMUNICAÇÃO INTUITIVA

Karine Fênix é bacharela em Comunicação Social pela UESC. Participou de projetos ligados ao audiovisual e atua como social media desde 2014. Atuou na produção e assessoria de comunicação de projetos voltados para mulheres, jovens e educadores de comunidades tradicionais e do campo, Atualmente é professora de produção audiovisual na rede estadual de ensino.



GUIA DE MÍDIAS SOCIAIS



Email

atendimento@taboa.org.br

Website

<https://www.taboa.org.br/>

Telefone

(73) 3239-6219