

MARKETING NO FACEBOOK: O GUIA DA ROCK CONTENT



ESTE EBOOK É CERTO PRA MIM?

Um dos nossos principais objetivos aqui na Rock Content é ensinar. Para que consigamos alcançar este idea, produzimos posts, ebooks, whitepapers, webinars, infográficos e uma infinidade de materiais que são feitos apenas para você. Apesar disso, alguns conceitos são mais introdutórios enquanto outros são avançados. Agora você confere qual é o grau de conhecimento necessário para usufruir ao máximo deste conteúdo.

BÁSICO

Se você está começando a trabalhar com marketing de conteudo, marketing digital ou inbound marketing este conteúdo é exatamente o que você precisa. Aqui abordaremos alguns assuntos de maneira bem introdutória e da forma mais didática possível. Estes são os principais conteúdos para quem deseja começar a aprender algo novo!

INTERMEDIÁRIO

Nestes materiais o conteúdo é voltado para as pessoas que já estão mais familiarizadas com alguns dos conceitos de marketing digital. Este tipo de conteúdo costuma ser um pouco mais aprofundado e aqui costumamos apresentar algumas soluções para problemas um pouco mais complexos.

AVANÇADO

Estes são os materiais mais complexos produzidos pela Rock Content. Para usufruir ao máximo os conteúdos avançados que produzimos, é essencial que você esteja em dia com o que acontece no mundo digital. Nossos materiais avançados são para profissionais com experiência na área que estão em busca de conhecimentos avançados.

..... [ESTE E-BOOK!]











COMPARTIL HE ESTE FROM

SUMÁRIO

[04]

SOBRE OS AUTORES

[05]

INTRODUÇÃO

[07]

POR QUE INVESTIR NO FACEBOOK?

[09]

COMO FUNCIONA O
ALGORITMO DO FACEBOOK?

[15]

COMO USAR O FACEBOOK PARA SUA EMPRESA?

[27]

OS ERROS MAIS BÁSICOS QUE VOCÊ PODE COMETER NO FACEBOOK [29]

DICAS DE MARKETING NO FACEBOOK

[35]

AS MELHORES FERRAMENTAS
PARA O MARKETING NO FACEBOOK

[48]

CONCLUSÃO

[50]

SOBRE A
ROCK CONTENT









COMPARTILHE ESTE EBOOR

TEXTO



REDATOR ROCK CONTENT

Este conteúdo foi produzido por um dos mais de 2000 redatores da base da Rock Content.

Quer conteúdo legal assim no seu blog? Fale com um consultor!



LIZANDRA MUNIZ

Marketing Analyst

@ Rock Content

lizandra@rockcontent.com

..... in



RENATO MESQUITA

Marketing Manager

a Rock Content

renatoarockcontent.com

in

DESIGN



WERIK GONÇALVES

Marketing/Design Analyst

@ Rock Content

werik@rockcontent.com



INTRODUÇÃO

Desde que a internet começou a fazer parte de nossas rotinas surgem de tempos em tempos novas manias, programas e redes sociais que passam a fazer parte do dia-a-dia de bilhões de pessoas ao redor do mundo.

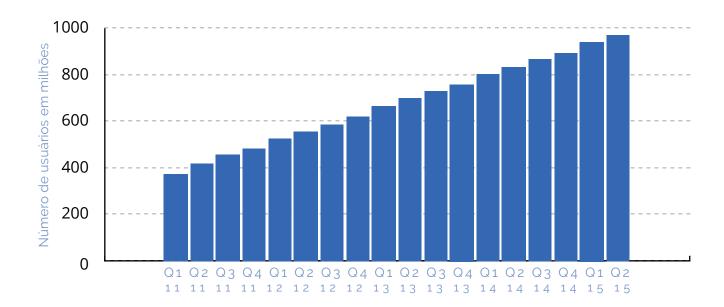
ICQ, Messenger, Myspace, Orkut, Twitter - entre muitos outros - já tiveram sua

época de ouro. Todas as pessoas que em algum momento utilizaram estes programas e redes sociais certamente se lembrarão o quanto eles eram essenciais.

No caso do **Facebook** a história não foi diferente.

Apesar da rede social ter tomado um rumo totalmente diferente do que seu fundador Mark Zuckerberg pensou no primeiro momento, o Facebook está indo muito bem.





Este gráfico produzido pela <u>Statista</u> mostra o número total de usuários globais da rede social desde o último trimestre de 2008. Na época, pouco após seu lançamento, o Facebook contava com 100 milhões de usuários. Atualmente, mais precisamente no final de junho de 2015, a maior rede social do mundo bateu a casa dos **1,4 bilhões de usuários no mundo**.

O que difere o Facebook de todas as outras redes sociais que presenciamos até hoje é o enorme potencial para negócios. Páginas empresariais, anúncios pagos, engajamento e um contato direto com sua base de seguidores. Estas e outras funcionalidades da rede social criaram um novo panorama para milhares de empresas em todo o mundo que utilizam meios digitais para promover, estabelecer sua marca, ganhar autoridade ou criar um canal direto de comunicação com seus seguidores.

Você baixou este material por um simples motivo: você quer aprender como fazer Marketing no Facebook com sucesso para obter resultados incríveis com a rede social.

Vamos parar de conversa e entrar de cabeça neste assunto?



COMPARTIL HE ESTE FROOK!



POR QUE INVESTIR NO FACEBOOK?

Praticamente nenhuma estratégia de marketing digital hoje pode evitar a rede de Mark Zuckerberg: a quantidade assustadoramente grande de usuários é algo que ninguém pode ignorar. E aqui no Brasil a coisa fica ainda mais importante: somos o segundo país do mundo em número de usuários da rede, atrás apenas dos EUA.

ALGUNS DADOS IMPORTANTES SOBRE O FACEBOOK:

- # MAIS POPULAR ENTRE MULHERES;
- # MAIS POPULAR ENTRE PESSOAS COM 18 A 29 ANOS;
- # ENTRE ADULTOS ONLINE, 71 % USAM A REDE SOCIAL,

 QUE HOJE CONTA COM CERCA DE 1.28 BILHÕES DE USUÁRIOS;



COMPARTIL HE ESTE FROOK

O poder do Facebook é inegável. Independentemente do seu negócio, é extremamente provável que você irá encontrar alguém na rede que se interessa pelo seu produto/serviço. Portanto pense duas vezes antes de decidir não criar uma fanpage no Facebook, você pode estar perdendo oportunidades de negócios importantes para a sua empresa!

E lembre-se: não é por que o seu negócio é B2B que você não deve investir na rede!

Apesar do LinkedIn ser a ferramenta mais indicada para este tipo de negócio, o Facebook também pode gerar incríveis oportunidades para seu negócio.



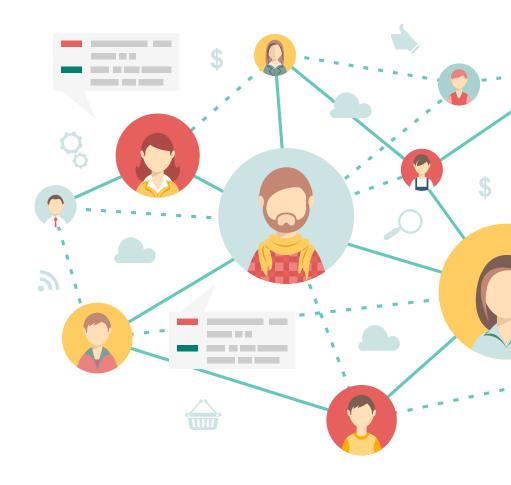


COMO FUNCIONA O ALGORITMO DO FACEBOOK?

Um dos pontos mais críticos em qualquer estratégia de sucesso na rede social se baseia em um grande número de acessos orgânicos proveniente de suas publicações. Entenda que **tráfego orgânico** são todos os acessos em suas páginas e conteúdos que são conquistados sem a necessidade de investimento (Facebook Ads).

Se você achou que o tráfego orgânico era importante apenas nos blogs, está na hora de rever este conceito.

A aquisição de **tráfego pago** é uma das principais formas de monetização que a rede social utiliza para ganhar dinheiro. Para completar, frequentemente o Facebook realiza atualizações que diminuem ainda mais o alcance total de suas publicações de forma orgânica.







DE 2005 À 2011

A rede cresceu de maneira surpreendente desde seu início em 2005. Aos poucos o tráfego começou e o número de usuários começou a aumentar. Assim, o feed de notícias ficava cada vez mais cheio e rapidamente foi criado um algoritmo para moderar tais conteúdos.

NO PRIMEIRO MOMENTO, O ALGORITMO DO FACEBOOK RANKEAVA OS CONTEÚDOS DE ACORDO COM:

- # FREQUÊNCIA
- # RELEVÂNCIA
- **# POSTAGENS MAIS RECENTES**
- # BASEADAS NO TIPO DE RELACIONAMENTO QUE EXISTIA ENTRE RECEPTOR E PUBLICADOR

Este algoritmo foi chamado de **EdgeRank**.





O QUE É E O QUE FAZ O EDGERANK

Edgerank é o algoritmo desenvolvido pelo Facebook que decide o que será mostrado na sua **linha do tempo** após estudar o que é relevante para você, em geral se baseando no tipo de conteúdo que você e seus amigos consomem.

Todas as atualizações de status, comentários, curtidas e compartilhamentos que você recebe passaram pelo crivo do Edgerank antes de serem mostradas Isso muitas vezes nos dá a sensação de que estamos perdendo algo ou em outras vezes que deixamos de participar de discussões porque simplesmente não sabíamos delas. Mas, na verdade, o Edgerank está fazendo com que consumamos apenas conteúdo relevante – não apenas para nós, mas também para anunciantes da rede social.



ANÁLISES REFINADAS

Quando o **botão de "curtir"** foi inserido em 2009, mais uma ferramenta foi utilizada pelo algoritmo do facebook para monitorar, gerenciar e distribuir conteúdos que variam de usuário para usuário, baseado em interesses.

Assim, os usuários do Facebook passaram a receber em suas timelines os conteúdos que realmente eram relevantes.



EDGERANK MAIS COMPLETO

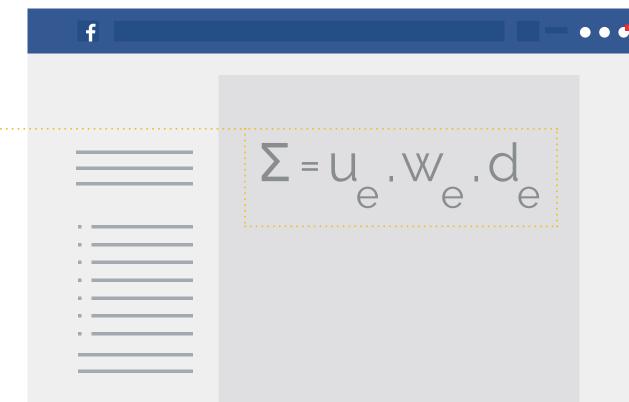
Ao longo dos anos o Facebook recebia atualizações constantes em seu algoritmo, mas foi em 2011 que as coisas realmente tomaram outro rumo.

Naquele ano o time de Mark Zuckerberg transformou o EdgeRank em uma incrível ferramenta capaz de aprender sozinha para otimizar as buscas e interesses de cada usuário único da rede social.

Ao invés de tomar como base que todos os usuários preferem fotos, vídeos e posts, nesta exata sequência, o algoritmo passou a se adaptar de acordo com o comportamento de cada usuário.

Desde cliques, curtidas até conteúdos que o usuário ignorava.

Desde então, é assim que o EdgeRank performa em nossas timelines até hoje. Constantes atualizações são realizadas para otimizar ainda mais a experiência no Facebook.







COMO FUNCIONA O TRÁFEGO ORGÂNICO NO FACEBOOK

Após sofrer tantas atualizações, alguns profissionais de marketing dizem que o tráfego orgânico no Facebook está morto. Por mais que isso possa parecer verdade, o que realmente aconteceu é a soma de alguns fatores:

AUMENTO DO VOLUME DE INFORMAÇÕES, POSTS E COMPARTILHAMENTOS NO FACEBOOK;

EDGERANK EVOLUIU AO PONTO DE DETECTAR CONTEÚDOS DE QUALIDADE E SPAMS:

SIM, O ALGORITMO DIMINUIU
O ALCANCE PARA QUE
PROFISSIONAIS PRECISEM
INVESTIR;

Atualmente, a média de seguidores da sua página que realmente verão suas publicações através do tráfego orgânico será influenciada pelo número de curtidas em sua página:

MENOS DO QUE 1.000: 25.1%

ENTRE 1,000 – 10,000: 13.8%

ENTRE 10,000 - 50,000: 10.0%

ENTRE 50,000 - 100,000: 9.8%

MAIS DE 100,000: 7.7%

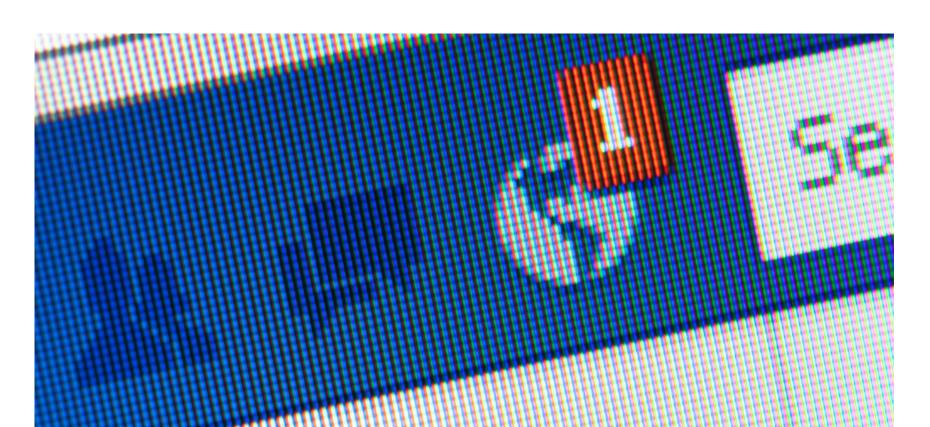




O QUE FAZER PARA CONSEGUIR MAIS ACESSOS ORGÂNICOS

Como você pôde perceber, o Facebook recebe atualizações frequentes para melhorar a experiência de seus usuários. Desde a parte visual até a qualidade das informações que são disponibilizadas na timeline, a rede social está em constante evolução e você precisa estar pronto para testar novas possibilidades.

Investir em **conteúdos únicos e diferenciados** que sejam atrativos para seus seguidores é o ponto chave para o sucesso.







COMO USAR O FACEBOOK PARA SUA EMPRESA

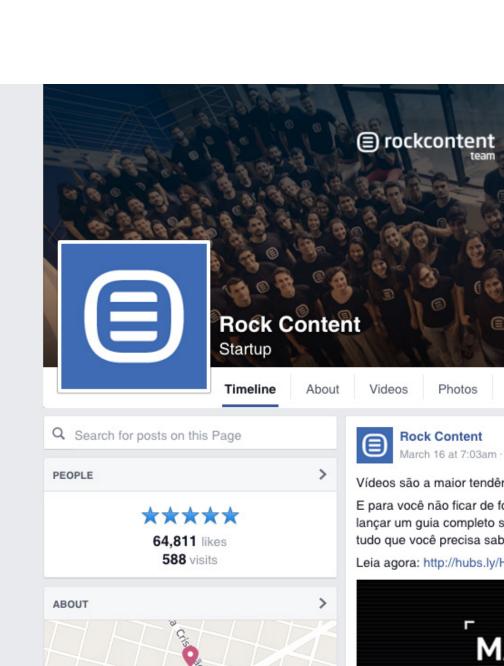
Agora que você já sabe por que deve investir no Facebook e também aprendeu algumas informações valiosas sobre tráfego orgânico, vamos entrar de cabeça em alguns pontos essenciais para o sucesso: como criar um perfil, tamanho das imagens do Facebook e uma breve introdução ao Facebook Ads.

COMO CRIAR UM PERFIL PARA SUA EMPRESA NO FACEBOOK

Para obter sucesso no Facebook não basta criar uma página empresarial de qualquer forma e esperar que seus clientes te encontrem.

Existem algumas boas práticas para criar um perfil de empresa que devem ser seguidas e nós preparamos uma lista com os principais pontos que você precisa ficar de olho.





1. FOTO DE PERFIL

Isso pode parecer óbvio, mas muitas empresas esquecem o poder de uma boa imagem de perfil. Adicione uma imagem de boa qualidade, que represente sua marca e que seja facilmente reconhecível.

Lembre-se que sua foto de perfil será vista por **quem curtiu sua página** todas as vezes que você fizer um novo post.

2. FOTO DE CAPA

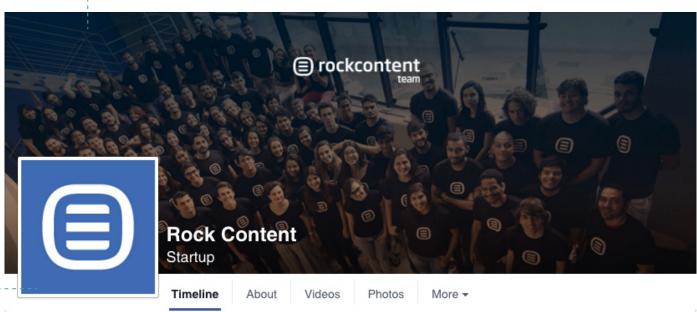
A foto de capa é o que chamará mais atenção quando alguém clicar na sua página. Ela é uma ótima oportunidade para divulgar mais a sua marca, impressionar seus possíveis clientes e causar um grande impacto.

Você pode contratar um designer para te ajudar a fazer algo incrível, mas também existem ótimas opções online que podem te ajudar a criar uma foto de capa incrível sem gastar.

O <u>Canva</u> é uma opção incrível, já que o site vem com templates prontos para você criar uma foto de capa para sua fanpage.

Seja criativo e impressione!

Na nossa página você pode ver o uso das dicas que demos sobre sua foto de perfil e sua foto de capa. Nossa foto de perfil é simples, mas facilmente reconhecível por nossos clientes e todos que conhecem nosso trabalho. E nossa foto de capa fortalece nossa marca em um design minimalista, mas que divulga nosso nome.







3. COMPLETE SEU PERFIL

Agora, complete seu perfil. Lembre-se de não esquecer nenhuma informação importante! Você pode preencher seu perfil na seção "Sobre" e clicar em "Informações da página".

Siga essa **checklist** para saber as informações essenciais para colocar no seu perfil. Você quer que seus potenciais clientes encontrem facilmente informações sobre você. Não pule esse passo!

- 1. COMPLETE A SEÇÃO SOBRE VOCÊ;
- 2. ADICIONE A URL DO SEU SITE;
- 3. ADICIONE SUA FOTO DE PERFIL E FOTO DE CAPA;
- 4. ADICIONE INFORMAÇÕES INICIAIS;
- 5. ADICIONE UM ENDEREÇO SE HOUVER UM ENDEREÇO FÍSICO;
- 6. ESCREVA SUA DESCRIÇÃO E MISSÃO;
- 7. INCLUA UM NÚMERO DE TELEFONE E/OU ENDEREÇO DE E-MAIL;
- 8. SEMPRE LEMBRE DE ATUALIZAR PARA EXISTIR CONTEÚDO EM SUA PÁGINA.



4. ADICIONE COLABORADORES

Se você trabalha com uma equipe e não administrará sua fanpage sozinho, adicionar colaboradores é uma maneira de facilitar seu trabalho e garantir que sua fanpage estará sempre atualizada e funcionando. Os Facebook permite que seus colaboradores assumam os seguintes papeis:

ADMINISTRADOR – COMPLETO E TOTAL ACESSO. SE VOCÊ CRIOU A PÁGINA, ESSE PAPEL É SEU.

EDITOR – PODE EDITAR A
PÁGINA, MANDAR E RESPONDER
MENSAGENS, POSTAR, CRIAR
ANÚNCIOS, VER QUEM CRIOU UM
POST E ANALISAR RELATÓRIOS.

MODERADOR – PODE RESPONDER E DELETAR COMENTÁRIOS, MANDAR E RESPONDER MENSAGENS, VER QUEM CRIOU UM POST, CRIAR ANÚNCIOS E ANALISAR RELATÓRIOS.

ANUNCIANTE – PODE VER QUEM CRIOU UM POST, CRIAR ANÚNCIOS E ANALISAR RELATÓRIOS.

ANALISTA – PODE VER QUEM CRIOU UM POST E ANALISAR RELATÓRIOS.





5. DEFINA SEU TOM DE VOZ

Definir o tom de voz com o qual você irá interagir com seu público-alvo é o que determinará a imagem e reputação que você terá nas mídias sociais. Encontrar o tom de voz que você vai utilizar nas suas redes sociais é a maneira de garantir que você está se expressando de acordo com o que sua marca e sua imagem representam. Então é importante que você tenha essa linguagem definida de maneira precisa.

6. PLANEJE SEU CONTEÚDO

É importante saber exatamente o que você vai postar em sua fanpage. Não poste qualquer tipo de conteúdo apenas para manter a página atualizada! Poste apenas coisas que dialoguem com seu público-alvo e com os interesses e necessidades que eles possuem.

Planeje, pesquise e poste apenas conteúdo de qualidade.

7. CHAME A ATENÇÃO DO SEU PÚBLICO

Conteúdo novo e interessante é essencial para manter a atenção do seu público em sua fanpage. Use bons títulos e sempre coloque imagens. Conteúdo visual recebe 37% mais curtidas e engajamento do que posts sem imagens.

8. PROMOVA SUA PÁGINA

Publique ao menos 5 posts antes de convidar seus amigos e conhecidos a curtirem sua página. Uma vez que você fez isso, comece a promovê-la!
Convide pessoas a curtirem, coloque-a no seu site, crie promoções ou sorteios... as opções de divulgação são muitas! Escolha a que encaixe melhor na sua empresa e estratégia.





9. MENSURE SEUS RESULTADOS

Depois de tudo isso, é importante saber o que funcionou ou não para sua fanpage. O próprio Facebook te oferece relatórios sobre o que gerou engajamento, curtidas e fornece dados demográficos sobre o público que entrou em contato com sua página. Veja cuidadosamente quais estratégias foram boas e abandone aquelas que não trouxeram bons resultados.

10. E, POR FIM: INSPIRE-SE!

Não desanime se sua fanpage não trazer **resultados rápidos**.

Marketing Digital envolve esforço e planejamento e seus resultados acontecem a longo prazo. Inspire-se em paginas de sucesso e não desista!

O Facebook, se bem utilizado, pode ser a base do seu sucesso nas Redes Sociais.







TAMANHO DE IMAGENS NO FACEBOOK

Antes de tudo, é importante ter em mente que o tamanho máximo permitido pelo Facebook para uma imagem é 2048 x 2048 pixels, porém o tamanho máximo exibido na tela é de 960 x 720 pixels. Então, você já sabe que não há necessidade de subir imagens com mais de 960×720 pixels.

Também deve-se saber que há diferenças entre o tamanho das imagens em desktop e em equipamentos como tablets ou smartphones. As imagens exibidas na timeline de uma fanpage possuem 504 x 504 pixels enquanto a mesma imagem é exibida no telefone em 618 x 618 pixels. Percebe-se o ponto a ser seguido: ter o maior tamanho possível da sua imagem, mas sem ultrapassar o necessário para ser exibido na sua íntegra nos dois ambientes.

Com isso, vale analisar a diferença entre postar um link que contenha uma imagem ou postar este link dentro do texto e subir uma imagem independente para sua publicação. Para uma rápida compreensão, quando o conteúdo que você pretende postar contém um link, este automaticamente será carregado, mostrando uma prévia do que contém – em geral uma imagem.

Há ainda algumas particularidades a serem observadas.

A PRÉ-VISUALIZAÇÃO DAS IMAGENS, TANTO PARA RETRATOS OU PAISAGENS, NÃO PASSA DE **398 PIXELS**, SEJA NA HORIZONTAL OU VERTICAL.

OU SEJA, SE O OBJETIVO É PASSAR A MENSAGEM JÁ NA PRÉVIA DO ANÚNCIO, QUE É EXIBIDO NA LINHA DO TEMPO DOS USUÁRIOS, VOCÊ DEVE ESTAR ATENTO A TAMANHOS QUE MANTENHAM TODO SEU CONTEÚDO MESMO COM A REDUÇÃO DE TAMANHO PREVISTA.

AS DEFINIÇÕES DOS TAMANHOS
DE EXIBIÇÃO DE IMAGENS SÃO
DIFERENTES PARA O USO DO
FACEBOOK COMO USUÁRIO
INDIVIDUAL (PERFIL DE PESSOA)
E PARA O USO COMO FANPAGE.



Outro fator de grande importância é que sua imagem não pode conter mais de 20% de texto. Isso irá impedir que um anúncio seja aprovado pelo Facebook. Ou seja, escreva bem pouco na sua imagem e deixe as informações para a descrição da publicação. Este é um requisito do

Facebook para permitir o

publicações.

impulsionamento das suas

Sua foto de perfil será redimensionada, não importa o tamanho utilizado dentro da escala aceitável para upload. O tamanho da foto de perfil do Facebook é de 160 x 160 pixels.
Para que sua foto esteja exposta na íntegra, saiba que ela terá que possuir um tamanho quadrangular.

Você terá a possibilidade de editar sua foto, cortando e ajustando o que quer exibir. Neste caso, você terá a apresentação de sua imagem em 180 x 180 pixels (tamanho ideal a ser carregado), para adaptar para 160 x 160 px.

Uma possibilidade interessante é ter sua foto de perfil integrada com a sua foto de capa. Então, tendo em mente que o tamanho publicado da foto de capa é de 851 x 315 pixels, você pode carregar uma foto com maior largura e altura, como 1230 x 525 pixels, e usar o editor para arrastá-la e sicronizá-la com a sua de perfil. Lembrando que do topo da sua foto de perfil ao topo da foto de capa há um espaço de 210 pixels.

RESUMINDO:

- # TAMANHO MÁXIMO EXIBIDO NO FACEBOOK: 960 X 720 PIXELS.
- # TAMANHO MÁXIMO PARA TIMELINE DE FANPAGE: 504 X 504 PIXELS.
- # TAMANHO MÁXIMO DE VISUALIZAÇÃO EM DISPOSITIVOS MÓVEIS: 618 X 618 PIXELS.
- # TAMANHO MÁXIMO DE IMAGEM DE PRÉ-VISUALIZAÇÃO: 398 X 398 PIXELS.
- # TAMANHO DA FOTO DE PERFIL: 160 X 160 PIXELS.
- # TAMANHO DA FOTO DE CAPA: 851 PIXELS X 315 PIXELS.





COMO FUNCIONA O FACEBOOK ADS

Antes de começarmos a falar um pouco mais sobre a plataforma de publicidade paga do Facebook, precisamos deixar claro que aqui você encontrará apenas algumas informações sobre seu funcionamento e características dos anúncios.

Aqui você aprenderá mais sobre a força do Facebook Ads, uma das ferramentas de anúncios pagos com o maior potencial de segmentação já criados. Graças à sua base de contatos e milhares de informações sobre cada pessoa, os anúncios do Facebook conseguem ser extremamente direcionados e costumam apresentar melhores resultados, quando criados corretamente.

Agora você confere quais são os tipos de anúncios existentes e as possíveis segmentações.





TIPOS DE ANÚNCIO

Atualmente, existem 8 tipos de anúncios que você podem serem criados no Facebook Ads e Powereditor. Eles são:

- # ENVOLVIMENTO DE PUBLICAÇÃO
 DE PÁGINA: PERMITE QUE VOCÊ
 IMPULSIONE UMA PUBLICAÇÃO DA
 SUA PÁGINA, MOSTRANDO-A PARA
 UM NÚMERO MAIOR DOS SEUS FÃS,
 AUMENTANDO ASSIM O SEU NÚMERO
 DE CURTIDAS/COMENTÁRIOS/
- # CURTIDAS DE PÁGINA: SÃO ANÚNCIOS PARA AUMENTAR A SUA BASE DE FÃS, ESTIMULANDO PESSOAS A CURTIR A SUA FANPAGE.

COMPARTILHAMENTOS.

- # CLIQUES NO SITE: PERMITE QUE O
 USUÁRIO SEJA DIRECIONADO PARA
 O SEU WEBSITE.
- # CONVERSÕES NO SITE: SIMILAR AO ANTERIOR, MAS É FOCADO NAS CONVERSÕES, E NÃO NOS ACESSOS/CLIQUES.
- # INSTALAÇÕES DO APLICATIVO:
 PERMITE QUE VOCÊ ESTIMULE
 OS USUÁRIOS A INSTALAR O SEU
 APLICATIVO.

- # ENVOLVIMENTO COM O
 APLICATIVO: SÃO ANÚNCIOS COM
 O OBJETIVO DE GERAR MAIS
 ATIVIDADES NO SEU APLICATIVO.
- # PARTICIPAÇÕES NO EVENTO:
 ANÚNCIOS PARA PROMOVER UM
 EVENTO NO SITE.
- # OBTENÇÕES DA OFERTA:
 ANÚNCIOS QUE PROMOVEM UMA
 OFERTA (É PRECISO CRIAR UMA
 NOVA OU USAR UMA JÁ CRIADA).

Cada uma dessas opções tem um resultado bem diferente e deve ser usada de acordo com os seus objetivos estratégicos. Tenha em mente quais são eles na hora de fazer a sua campanha.





SEGMENTAÇÃO

Também há diversas possibilidades de segmentação dentro do Facebook. As mais importantes são:

- # GEOGRÁFICA: PERMITE QUE SEJA DELIMITADA
 UMA REGIÃO ESPECÍFICA PARA A CAMPANHA. É
 MUITO ÚTIL PARA PEQUENAS EMPRESAS COM
 NEGÓCIOS LOCAIS, EM QUE ANUNCIAR PARA UM
 PÚBLICO DE OUTRA CIDADE, POR EXEMPLO, NÃO
 FAZ SENTIDO.
- # GÊNERO: SE VOCÊ VENDE MAQUIAGEM, PRA QUE GASTAR DINHEIRO MOSTRANDO O SEU ANÚNCIO PARA HOMENS, NÃO É? É POSSÍVEL ESPECIFICAR UM GÊNERO, CASO ISSO FAÇA SENTIDO PARA A SUA CAMPANHA.
- # IDADE: CASO O SEU PÚBLICO TENHA UMA IDADE BEM DELIMITADA (SE VOCÊ VENDER BRINQUEDOS, POR EXEMPLO), É POSSÍVEL AJUSTAR ISSO.
- # IDIOMA: CASO VOCÊ QUEIRA FALAR COM PESSOAS QUE FALAM OUTRO IDIOMA DO PADRÃO DA REGIÃO SELECIONADA.

Ainda é possível fazer uma campanha mais avançada, usando recursos como o status de relacionamento ou o perfil educacional das pessoas. Também é possível fazer essa delimitação de acordo com os interesses dos usuários (que eles demonstram através dos seus likes), o que pode ajudar bastante na efetividade da sua campanha. Ao usar esse recurso, você consegue falar diretamente com um público com valores mais próximos dos da sua empresa e assim converter com muito mais facilidade.

Para obter os melhores resultados com suas campanhas no Facebook Ads é essencial que a segmentação seja muito bem planejada e definida. Este estudo e preparação podem fazer uma diferença absurda nos resultados finais sobre valor das conversões ou cliques.





REFERÊNCIAS E INDICAÇÕES DE LEITURA

Apesar de não termos nos aprofundado neste ebook sobre o Facebook Ads, preparamos uma lista com alguns conteúdos de nosso blog que podem te auxiliar e algumas referências externas que certamente serão de grande valia:

- # A HISTÓRIA DO FACEBOOK ADS: APRENDA COMO TUDO COMEÇOU
- # 9 DICAS PARA MELHORAR O
 CTA DOS SEUS ANÚNCIOS NO
 FACEBOOK ADS
- # 5 ERROS NO FACEBOOK ADS
 QUE COMPROMETEM SEUS
 RESULTADOS
- # APRENDA COMO MONTAR UMA AUDIÊNCIA NO FACEBOOK ADS
- # FACEBOOK ADS OU GOOGLE
 ADWORDS: QUAL É O MELHOR
 PARA SEU NEGÓCIO?
- # 5 MITOS DO FACEBOOK ADS QUE VOCÊ ACREDITA SER VERDADE

- # 4 PASSOS PARA OBTER
 BONS RESULTADOS COM A
 SEGMENTAÇÃO DO FACEBOOK
 ADS
- # 60 MOTIVOS QUE PODEM FAZER
 ANÚNCIOS NO FACEBOOK ADS
 SEREM REJEITADOS OU SUA
 CONTA BANIDA
- # FACEBOOK POWER EDITOR: O QUE É E COMO UTILIZÁ-LO
- # O GUIA BÁSICO DE COMO CRIAR ANÚNCIOS NO FACEBOOK
- # FACEBOOK CUSTOM AUDIENCES: APRENDA O QUE É E COMO CRIAR A SUA!

Referências interessantes sobre o assunto:

ADESPRESSO:

BLOG DE UMA FERRAMENTA MUITO INTERESSANTE PARA GESTÃO DE CAMPANHAS NO FACEBOOK.

JON LOOMER:

BLOG DE UM DOS MAIORES EXPERTS EM FACEBOOK ADS DO MUNDO.





OS ERROS MAIS BÁSICOS QUE VOCÊ PODE COMETER NO FACEBOOK

Você criou uma página no Facebook, começou a postar... mas não está conseguindo os bons resultados que esperava com a rede social.

O que fazer nessa situação?

Você pode estar cometendo alguns erros básicos na sua página. Mas não se desespere: eles são todos facilmente corrigidos. Te explicaremos a seguir quais são eles:





IGNORAR OS DADOS DO FACEBOOK INSIGHTS

Nunca veja o Facebook Insights como perda de tempo.

Ter informações
detalhadas sobre seu
público e postagens é
saber como utilizá-las é o
diferencial para ter sucesso
com marketing no Facebook.
Como criar postagens
sem saber se elas estão
atingindo quem realmente
está interessado na sua
página? Seu calendário
editorial e seu planejamento
dependem desses dados.

NÃO RESPONDER MENSAGENS, COMENTÁRIOS E POSTAGENS NO SEU MURAL

Já falamos da importância do engajamento sincero com seu público.

E como você pode fazer isso se está ignorando o que eles estão falando na sua página? Não importa se você recebeu alguma crítica pesada e sem fundamentos: responda-a com calma e simpatia. Responda todos os usuários que interagirem com sua marca. Essa é uma oportunidade de criar fãs fiéis e transformar críticos em possíveis seguidores.

FOCAR APENAS EM PROMOVER SEU PRODUTO OU SERVIÇO

Esse é um dos maiores erros que as empresas cometem no Facebook.

Tentar jogar uma promoção do seu produto ou serviço em todas as postagens e conteúdos é **extremamente cansativo** para seu público. Fazer isso vai desmerecer seu produto, que é exatamente o que você não quer que aconteça.

NÃO TER UMA ESTRATÉGIA

comum. Não adianta completar seu perfil e postar sem uma estratégia em mente. Fazer isso é atirar no escuro. Você precisa saber exatamente quem é sua persona, seus desejos, interesses. O que ela procura quando está online no Facebook? Como conversar com ela, que tipo de linguagem usar? Em quais horários ela está mais presente na rede social?

Defina com clareza o que sua marca busca no Facebook e quem você quer atingir. Um planejamento bem definido pode ser o diferencial para uma página de sucesso ou mais uma página que é criada e não obtêm resultados positivos.



DICAS DE MARKETING NO FACEBOOK

Agora que você já sabe a importância de usar o Facebook como parte da sua estratégia de marketing digital e quais erros evitar, vamos te dar algumas dicas matadoras para ter sucesso na rede social.

Aqui separamos 10 dicas importantes, mas tenha em mente que o Facebook é uma rede social que está sempre se modernizando e você precisa se manter atualizado.

Sugerimos que você separe as dicas que melhor se encaixam no perfil da sua empresa e faça testes. Alguma dica não funcionou para você? Parta para a próxima. Alguma das dicas foi um sucesso tremendo? Amplie-a e a use sempre como parte da sua estratégia. A palavra-chave, aqui, é foco. Foque-se no que funciona para você e sua empresa.





1. SEJA MOBILE-FRIENDLY

Em casa, na rua, no carro, no ônibus... em todos os lugares há pessoas usando um celular! Hoje em dia não ter um site mobile-friendly é quase um suicídio para sua marca. Atualmente quase metade das atividades do Facebook são realizadas por um dispositivo móvel. Sempre que for criar conteúdo para a rede, verifique se ele vai se adaptar bem na tela de um smartphone. Você pode perder oportunidades incríveis se não se adaptar à essa nova era.



2. ANUNCIE COM UMA CONTA NO FACEBOOK

É possível criar anúncios na rede sem ter uma conta no Facebook, mas seu anúncio aparecerá apenas na coluna da direita na rede social. Se você pretende conseguir destaque no feed de notícias dos usuários o ideal é anunciar diretamente com uma conta no Facebook. Já te ensinamos em outra seção desse e-book a usar o Facebook ADS. A ferramenta pode ser uma ótima aliada nas suas estratégias de marketing no site.

Lembre-se também de adicionar boas imagens aos seus anúncios. Elas são o diferencial para chamar a atenção do seu público.





3. LEMBRE-SE DA REGRA DOS 80/20

Para quem não a conhece, essa regra segue um princípio muito simples: 80% das publicações realizadas em sua página devem ser sobre outros assuntos de interesse dos seus seguidores e 20% dos posts podem ser de auto-promoção da sua empresa e dos seus serviços.

Em resumo, a cada 10 posts que você fizer, 2 podem ser para a divulgação de seus serviços ou produtos e os outros oito deverão conter conteúdo relevante para seus usuários.

O motivo dessa regra existir é bem óbvio: seus seguidores não curtiram a sua página apenas para serem bombardeados com promoções e produtos o tempo todo. Eles querem conteúdo interessante e de qualidade.

4. HUMANIZE SEU CONTEÚDO

Essa dica é essencial: não trate seus seguidores como se eles fossem a mesma pessoa. Pense neles como seres **comuns e individuais**, com desejos, problemas e necessidades diferentes.

Crie um relacionamento com as pessoas que curtiram sua página no Facebook. Humanizar seu tom de voz e tratar seus seguidores com intimidade faz as pessoas se sentirem mais confortáveis e seguros com a sua marca. Identificação faz o seu ser muito mais interessante conteúdo para aqueles que te lêem.

Clientes gostam de serem ouvidos.
Portanto, a partir de hoje, busque saber a opinião deles sobre assuntos que você posta em sua página do Facebook.
Crie um engajamento sincero e mantenha um dialógo aberto com seus seguidores e você verá que seu conteúdo chamará muito mais a atenção do seu público.



5. PENSE BEM NAS SUAS CHAMADAS

Seja objetivo e claro nas chamadas que você escreve no Facebook. Texto demais desvia a atenção do usuário e pode fazer com que seu conteúdo seja ignorado.

Lembre-se da dica anterior: considere a experiência do usuário ao escrever uma chamada. O que pode ser do interesse dele naquele conteúdo? O que ele procura? Para quem você está divulgando? Com essas perguntas em mente crie uma chamada certeira e interessante, buscando a atenção e o engajamento dos seus seguidores no Facebook.

6. ABUSE DO FACEBOOK INSIGHTS

A ferramenta de análise de dados do Facebook, o Facebook Insights, é seu novo melhor amigo.

Nela você pode ver dados sobre suas curtidas, alcance, público... é essencial para saber qual tipo de publicação funcionou ou não, além de saber quem você está atingindo com suas postagens. Você está atingindo seu público-alvo? Ele está interagindo com sua página?



O Facebook Insights te mostra isso (e muito mais!). Lembre-se de checar a ferramenta diariamente e usar suas informações a seu favor.





7. PENSE RÁPIDO E MANTENHA-SE ATUALIZADO

Se manter atualizado no que anda rolando e sendo falado por seus seguidores é outro passo importante para o sucesso da sua página. Viu alguma tendência no seu feed? Não perca o timing e faça alguma postagem sobre isso.

Mas seja atento: a cultura dos memes anda muito rápido. Se você tentar usar algo que já perdeu o pico de popularidade sua página será vista como desatualizada e seus seguidores podem achar que você está forçando a barra.

8. FAÇA TESTES

Faça testes com horários, frequência de postagens, chamadas e conteúdo.

Para saber o que funciona para você e sua empresa é necessário diversificar sua estratégia.

Pense nas possibilidades do seu público-alvo e faça testes. Talvez um conteúdo postado fora do horário de pico, por exemplo, pode ser uma melhor opção para atingir quem você realmente quer. E você só terá essas informações em mãos se testar todas as alternativas que o Facebook te oferece.





9. NÃO SE ESQUEÇA DO PODER DAS IMAGENS

Essa dica é um pouco óbvia - falar que imagens promovem maior engajamento no Facebook chega até a ser clichê.

Somos seres visuais e a imagem gera uma resposta rápida para que seu conteúdo seja rapidamente compreendido. E na rapidez com que o feed de notícias do Facebook é atualizado é importante que você tenha alguma maneira de **pegar o foco do usuário** para sua postagem - e uma imagem boa é o caminho mais rápido para isso.

10. NÃO TENHA MEDO DE ARRISCAR

E, por último: pense no Facebook como uma ótima oportunidade para mostrar a verdadeira cara e personalidade da sua preciosa marca.

Não tenha medo de ser criativo, ousado e interessante - a concorrência atual no Facebook é enorme e somente aqueles que realmente têm um conteúdo interessante ao usuário irão se destacar.

Não perca a sua chance!





AS MELHORES FERRAMENTAS PARA O MARKETING NO FACEBOOK

Sejamos sinceros: um marketing bem feito no Facebook é algo que pode consumir uma grande parte do seu tempo. Há muito o que se fazer: agendamentos, controle de conteúdo, monitoramento e aplicação dos resultados... a lista é enorme e pode ser um pouco sufocante.

Mas não se desespere! A tecnologia existe para nos ajudar. Redes Sociais, ferramentas e aplicativos sempre funcionaram como parceiros um para o outro. Por que não utilizá-los de maneira conjunta para facilitar sua vida?

Aqui vamos te ajudar com algumas das nossas ferramentas favoritas que vão tirar o estresse diário que pode ser lidar com marketing diário no Facebook.







1. HOOTSUITE

O <u>Hootsuite</u> é conhecido por sua diversidade e mil utilidades no gerenciamento de redes sociais. Uma das ferramentas mais avançadas do mercado, ela permite que você poste, agende e monitore o resultado de suas contas. Em sua versão gratuita ela permite que você adicione 3 redes sociais, o que é perfeito para pequenas e médias empresas.







2. BUFFER

Para ter qualquer rede social de sucesso você precisa ser ativo nela – e manter uma postagem constante de material de qualidade é importante para qualquer estratégia de Social Media. Mas com as tarefas do dia a dia isso pode ser esquecido. E é aí que o **Buffer** entra. Ele permite que você agende o dia o horário de qualquer postagem no Facebook (além de outras redes sociais). Você pode modificar o conteúdo quando desejar. A ferramenta faz o resto do trabalho por você, simplificando (e muito!) o processo de postagem de conteúdo.







3. MENTION

Isso deveria ser anotado por toda empresa nas redes sociais: seus clientes e seguidores irão compartilhar a experiência que tiveram com sua marca (seja ela boa ou ruim) com outros consumidores. E isso é notável: quantas vezes você já não viu um amigo reclamando sobre um serviço ruim de alguma empresa no Facebook?

O <u>Mention</u> serve exatamente para isso: monitorar em tempo real o que estão falando sobre sua marca. Assim, você pode acompanhar o que seus clientes andam pensando e ainda responder rapidamente qualquer crítica, elogio ou sugestão.





Buzzsumo

4. BUZZSUMO

O <u>Buzzsumo</u> funciona como uma espécie de pesquisa para sua marca. Ele te mostra quais são as palavras-chave e temas mais procurados pelos usuários. Assim você pode acompanhar tendências, ver o que seu público-alvo anda compartilhando e quais palavras-chave trouxeram resultados para a sua marca.





5. FEEDLY

O **Feedly** é uma ferramenta RSS que permite a adição e manutenção de conteúdo como sites, blogs, etc. Assim, você pode manter todo conteúdo interessante para você em um só site – o que facilita (e muito!) com que você e sua equipe estejam sempre atualizadas com as tendências do mercado. É uma maneira incrível de sempre saber o que seus concorrentes andam fazendo e obter ideia novas de postagem para suas redes sociais. A ferramenta também permite que você compartilhe publicações nas redes sociais que preferir.





6. POCKET

O <u>Pocket</u> é um aplicativo simples e objetivo feito para armazenar conteúdos que podem ter chamado a sua atenção mas que você não pode ler no momento – sendo uma maneira fácil de salvar e recuperar artigos e posts interessantes. Outra ótima maneira de se manter atualizado para criar conteúdos incríveis no Facebook sem gastar muito tempo da sua agenda.







7. QUINTLY

Marketing Digital e análise de dados andam de mãos dadas. A análise e mensuramento de seus resultados é a maneira mais eficaz de medir o que funcionou ou não na sua página do Facebook – e investir nas estratégias que estão dando certo.

Se você está planejando uma nova estratégia para suas redes sociais é essencial que você faça um benchmarking dos seus competidores. E é isso que o **Quintly** vai te ajudar a fazer: o aplicativo é incrível para o planejamento de novas campanhas em redes sociais.







8. PIKTOCHART

Já falamos que utilizar imagens em suas postagens no Facebook são a forma mais fácil e rápida de impactar seus leitores. O uso de materiais diversos e interessantes também entra nessa jogada como essencial para criar um conteúdo de qualidade.

E o uso de infográficos entra nessa lista: são peças informativas, com um design atrativo e que rapidamente ensinam o leitor e potencial cliente sobre assuntos que podem lhes interessar. E o <u>Piktochart</u> é seu parceiro nisso: ele disponibiliza inúmeros templates, tipografias e cores, facilitando a criação de um infográfica de maneira simples e objetiva, sem dor de cabeça.



Canva

9. CANVA

Assim como o Piktochart, o <u>Canva</u> existe para te ajudar a criar imagens com um design de qualidade mas de uma forma simples e rápida. O site oferece uma grande variedade de imagens gratuitas, ícones, gráficos, tipografias e etc. Além disso, ele te auxilia com o tamanho ideal de cada imagem.

Quer postar uma foto de perfil ou foto de capa no Facebook, por exemplo? O Canva tem os modelos prontos para você! Basta ser criativo e ter um senso estético que essa ferramenta virará sua nova melhor amiga na produção de imagens para suas postagens nas redes sociais.



EMPRESAS QUE FAZEM UM MARKETING INCRÍVEL NO FACEBOOK

Depois de tudo que te mostramos até agora, você deve estar se perguntando: mas como aplicar tudo isso na minha página no Facebook?

Umas das respostas mais simples pra essa pergunta é: se inspirando.

Fique de olho nas empresas que fazem um marketing espetacular no Facebook e que usam a rede social como uma de suas principais estratégias de marketing digital.

Separamos aqui quatro grandes exemplos de empresas que sabem como usar o Facebook a seu favor:



COCA-COLA

Com 92 milhões de curtidas no Facebook, é impossível não mencionar a gigante dos refrigerantes, a Coca-Cola, como parte de uma das empresas mais bem sucedidas na rede social. A marca já estabeleceu uma presença de peso no site.

Se você tem dúvidas sobre como aplicar um tom de voz específico, diferenciação de formatos e diversificação do seu conteúdo, recomendados fortemente que você dê uma olhada na página da marca.



Pai é aquele cara que sempre resolve suas encrencas:

"Pai, meu dente de leite caiu!"

"Pai, a correia da bike escapou"

"Pai, me busca na festa da Tina?"

"Pai, abre essa Coca-Cola pra

mim?"

Neste Dia do Pais, aproveite pra resolver essa também: dividir sua #sededecoca com ele.





Só tem uma coisa que não funciona de jeito nenhum na crise.



Ainda Sobre a Crise – e 6 Formas de Lidar com Ela

ENDEAVOR.ORG.BR

ENDEAVOR BRASIL

A <u>Endeavor Brasil</u> é um ótimo exemplo de uma empresa que sabe dialogar de maneira eficaz com seu público-alvo. Seu conteúdo é de qualidade e extremamente informativo.

PONTO FRIO

A Ponto Frio criou um personagem fictício, o Pinguim, para interagir com seus seguidores nas redes sociais. E isso não poderia ter dado mais certo: o Pinguim é um fenômeno nas redes sociais. A empresa sabe equilibrar a descontração do personagem com ofertas e divulgação de produtos. Um ótimo exemplo de como ser criativo e inovador no Facebook.



Vou mandar o papo reto e cantar essa canção pro amigo muito esperto, to falando do paizão! Antenado, bom em tudo me ensinou muita lição, baita exemplo meu escudo mais que pai é campeão!

O Pinguim dá o recado pra você surpreender: Num passeio lado a lado ele vai te agradecer! Vale abraço, um carinho, só não vale esquecer um encontro rapidinho pro coroar amolecer!

Pai, você é o cara, sacou?!?!

Feliz Dia dos Pais! 💛 🐔

.....

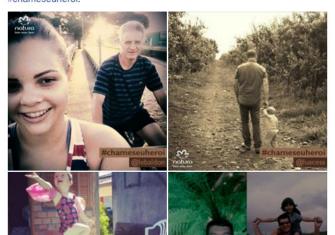
https://www.youtube.com/watch?v=5HRyrOxJyO8





O Dia dos Pais está chegando! Que tal ver o nosso álbum de fotos dos pais-heróis que recebemos nas nossas redes sociais?

Se você ainda não postou uma foto com seu pai, aproveite o momento e faça a sua homenagem! Só não esqueça de usar a hashtag



NATURA

A página no Facebook da Natura é um grande exemplo de engajamento com seu público. A marca chama seus seguidores a participarem ativamente da página a todo o momento. Além disso, seu conteúdo é diversificado e de extrema qualidade, mostrando os diversos lados da Natura como marca.

CONCLUSÃO

O Facebook é uma rede social essencial para o sucesso de qualquer estratégia on e offline. Graças ao incrível alcance que a rede consegue atingir, milhares de empreendedores e profissionais de marketing fazem uso do Facebook diariamente.

Não existe uma receita de bolo que lhe garantirá retornos imediatos, mas todas as dicas que demos neste material, quando utilizadas com perfeição, certamente conseguem gerar ótimos resultados.

Outro ponto que deve ser reforçado é que não adianta ficar apenas lendo e estudando sobre as melhores práticas. A melhor forma de obter bons resultados fazendo marketing no Facebook é testando você mesmo.

Coloque em prática as dicas que listamos aqui. Atualize o perfil de sua empresa, compartilhe conteúdos relevantes para seu público e capriche na campanha de Facebook Ads. Temos certeza que você ficará contente com os resultados!

Caso você tenha alguma dúvida sobre algum ponto que não conseguimos esclarecer aqui, não deixe de conferir o **Fórum do Marketing de Conteúdo**! Lá você encontra uma das maiores comunidades do assunto no Brasil. E se precisar de uma ajudinha, não deixe de falar com um dos **consultores da Rock Content**.



VOCÊ SE INTERESSOU PELO CONTEÚDO, MAS QUER IR ALÉM?

O QUE VOCÊ ACHA DE RECEBER UMA AVALIAÇÃO GRATUITA DE SUA ESTRATÉGIA DE MARKETING DIGITAL OFERECIDA PELA ROCK CONTENT?

QUERO RECEBER UMA AVALIAÇÃO GRATUITA



rockcontent

A Rock Content é a empresa líder em marketing de conteúdo no mercado brasileiro. Nós ajudamos marcas a se conectarem com seus clientes através de conteúdo fantástico e blogs corporativos sem monotonia.

Através de nosso serviço de consultoria montamos estratégias de conteúdo para nossos clientes que são executadas pelo nosso time de milhares de escritores freelance qualificados.

Possuímos vários materiais educativos gratuitos e sempre temos algum artigo interessante no blog do Marketing de Conteúdo.