


## Redes Sociais Estratégicas

### 1. LinkedIn – Autoridade e Clientes Corporativos

**Objetivo:** Networking, vendas B2B e reforço da sua imagem profissional.

- **Por que usar:**
  - Empresas e profissionais estão lá **buscando soluções**.
  - Ideal para mostrar **cases de sucesso e funcionalidades do app**.
  - Você já tem experiência no setor bancário, o que aumenta sua credibilidade.
- **Conteúdos que funcionam:**
  - Vídeos curtos demonstrando funcionalidades.
  - Posts contando histórias reais (storytelling).
  - Insights sobre dados e mercado financeiro.
  - Antes/depois do uso do aplicativo.
- **Formato ideal de vídeo:**
  - 1 a 3 minutos, legendado, sem precisar de música.

 **Dica:** publique **2x por semana** e interaja com pessoas do seu nicho.

---

### 2. YouTube – Conteúdos Detalhados

**Objetivo:** Mostrar como funciona o app e ranquear no Google.

- **Por que usar:**
  - Vídeos tutoriais têm alta busca.
  - Fácil de **ranquear palavras-chave** como "gestão de quitação de dívidas" ou "carteira digital para cobranças".
  - Funciona como **portfólio público** para investidores.
- **Conteúdos que funcionam:**
  - Demonstração completa do app.
  - Passo a passo para novos usuários.
  - Estudos de caso mostrando resultados.

- **Formato ideal de vídeo:**
  - 5 a 10 minutos, explicativo, com narração.
  - Pode ser gravado no OBS ou no celular.
  - Thumbnail com texto chamativo.

💡 *Dica:*

Publique 1 vídeo quinzenal e reaproveite cortes curtos no TikTok, Instagram e LinkedIn.

---

### 3. Instagram – Engajamento Rápido

**Objetivo:** Mostrar bastidores, atualizações e gerar proximidade.

- **Por que usar:**
  - Ótimo para **stories diários** e **reels curtos**.
  - Conecta você com potenciais clientes de forma mais humana.
  - Dá para mostrar pequenas evoluções do app em tempo real.
- **Conteúdos que funcionam:**
  - Bastidores do desenvolvimento.
  - Reels com dicas de gestão e cobranças.
  - Demonstrações rápidas (30-60 segundos).
  - Stories com enquetes sobre funcionalidades.
- **Formato ideal de vídeo:**
  - Reels de 15 a 60 segundos, legendados, no formato **vertical (9:16)**.

💡 *Dica:*

Aposte em **trends adaptadas** ao tema financeiro e de negócios.

---

### 4. TikTok – Alcance Orgânico

**Objetivo:** Atingir um público grande rapidamente.

- **Por que usar:**
  - Grande alcance sem precisar pagar anúncios.
  - Algoritmo favorece **conteúdos curtos e diretos**.

- Bom para mostrar **cases e soluções de forma simples**.
- **Conteúdos que funcionam:**
  - Reels reaproveitados do Instagram.
  - Vídeos explicando problemas comuns no setor de dívidas.
  - "Antes e depois" de processos de quitação.
- **Formato ideal de vídeo:**
  - 30 segundos, dinâmico, com legendas e cortes rápidos.

💡 *Dica:*

Poste **3 a 5 vezes por semana** no início para entender o que dá mais resultado.

---

## 5. Medium ou Notion (Blog) – Conteúdos Profundos

**Objetivo:** Mostrar autoridade técnica e SEO.

- **Por que usar:**
  - Explicar melhor o que seu app faz.
  - Atrair visitantes do Google interessados em quitação de dívidas.
  - Bom lugar para publicar artigos sobre **dados, cobranças e inovação no setor financeiro**.
- **Exemplo de artigos:**
  - "Como uma carteira digital pode transformar a gestão de dívidas."
  - "5 métricas essenciais para acompanhar a performance de cobranças."
  - "Case real: como aumentamos a taxa de quitação em X%."

💡 *Dica:*

Publique **1 artigo por mês** e linke nas redes sociais.

---

## 🚀 Estratégia de Começo Simples (Sem se sobrecarregar)

Para não se perder entre tantas redes, comece com **duas principais**:

1. **LinkedIn** → autoridade e clientes corporativos.
2. **Instagram** → engajamento rápido e proximidade.

Depois, reaproveite conteúdos:

- **Vídeo do YouTube** → vira cortes para TikTok e Reels.
- **Artigo no Medium** → vira post no LinkedIn.

## **Facebook – Comunidade e Relacionamento**

**Objetivo:** Construir uma base de pessoas interessadas, gerar autoridade e ter um canal de suporte.

**Por que ainda vale a pena:**

- **Grupos ativos:** existem muitos grupos sobre cobranças, gestão financeira e tecnologia que ainda têm bastante engajamento.
- **Página profissional:** funciona como um "cartão de visitas" e dá credibilidade.
- **Anúncios pagos baratos:** o custo por clique no Facebook Ads ainda é mais baixo que no Instagram e LinkedIn.
- **Público mais maduro:** muitos decisores de pequenas empresas ainda estão mais ativos no Facebook do que no TikTok, por exemplo.

---

## **Estratégias de conteúdo no Facebook**

### **1. Página profissional**

Crie uma **Fan Page** para o seu aplicativo.  
Ela será o **centro oficial** das suas postagens.

**O que colocar na página:**

- Nome do app + descrição clara.
- Logo do aplicativo.
- Link do site ou de teste do app.
- Contato (WhatsApp, e-mail, etc.).
- Post fixado explicando o que o app faz.

**Conteúdos recomendados:**

- Vídeos curtos (os mesmos do Instagram).
- Prints e imagens de novas funcionalidades.

- Dicas de gestão de dívidas e cobrança.
- Depoimentos ou estudos de caso de clientes.

💡 *Dica:* publique **2x por semana**, para manter a página ativa e atualizada.

---

## 2. Grupos do Facebook (orgânico e gratuito)

Participar de grupos é ótimo para **construir autoridade** e **entender dores reais do público**.

- Busque grupos com nomes como:
  - "Cobrança e Recuperação de Crédito".
  - "Gestão Financeira e Cobrança".
  - "Microempreendedores e gestão de dívidas".
  - "Sistemas para empresas de cobrança".

💡 **Como interagir sem parecer spam:**

1. Comente ajudando as pessoas com dicas práticas.
2. Compartilhe conteúdos educativos, como vídeos curtos e artigos.
3. Mostre **funcionalidades do app** de forma natural, sem vender diretamente.

**Exemplo de abordagem:**

"Muitos clientes perguntam como organizar melhor os contatos de cobrança. Gravei um vídeo mostrando uma forma simples que usamos em nossa empresa, pode te ajudar também!"

---

## 3. Facebook Ads (opcional, pago)

Ideal quando você quiser **atrair clientes em escala**.

- **Vantagens:**
  - Custo menor do que no Instagram ou LinkedIn.
  - Segmentação detalhada (por profissão, interesse, localização).
  - Dá para criar campanhas bem direcionadas, como "pequenas empresas de cobrança em São Paulo".

💡 *Estratégia inicial:*

- Comece com **R\$ 20 a R\$ 30 por dia** para validar os anúncios.
- Foque em vídeos curtos de 30 a 60 segundos.
- Sempre tenha um **link de cadastro ou WhatsApp** para contato.

---

### **Como integrar o Facebook às outras redes**

Você não precisa criar conteúdos exclusivos para ele.

Dá para **reaproveitar** tudo que já estiver criando para Instagram, TikTok e LinkedIn.

Conteúdo original	Facebook
Reels do Instagram	Publicar como vídeo curto
Post do LinkedIn	Post na página
Artigo do Medium	Link com texto explicativo
Bastidores do desenvolvimento (Stories)	Pode virar uma galeria de fotos

#### **Dica extra:**

Ative a integração **Instagram ↔ Facebook** para postar stories e reels em ambos ao mesmo tempo.

---

### **Frequência recomendada**

Para não se sobrecarregar, siga esse fluxo:

Rede social	Frequência
LinkedIn	2 posts por semana
Instagram	2 reels + stories diários
TikTok	3 vídeos por semana (reaproveitados dos reels)
Facebook (Página)	2 posts por semana (reels + dicas)
Facebook (Grupos)	Participar 3x por semana com interações

---

### **Benefício final de usar o Facebook**

- Ter **prova social** do seu app.

- Criar **comunidade** com clientes e interessados.
- Conectar-se a pequenos negócios que ainda não usam LinkedIn ou TikTok.
- Ter um **canal oficial de suporte e contato**, já que muitos usuários preferem Facebook Messenger.