



MIGRAÇÃO DE PERFIL pessoal para empresarial



Migração de perfil pessoal para empresarial

Um erro muito comum entre pequenos empreendedores é o **uso de perfis pessoais para divulgar informações da empresa**. Além de ser contra as políticas de uso de muitas redes sociais, essa prática ainda pode gerar problemas no futuro.

Por isso, vamos destacar aqui a importância de se trabalhar com perfis adequados, além de mostrar como migrar o seu perfil para o formato certo nas principais redes.

No decorrer do texto, deixamos vários links de referência para artigos e conteúdos das próprias redes sociais.

Lembre-se: na hora da dúvida, os canais mais confiáveis são os portais de ajuda das próprias plataformas.

Vamos lá?



Perfil x Página

Antes de começarmos, vale diferenciar os conceitos de **perfil pessoal** e **página empresarial**. Os nomes mudam de acordo com a rede social, mas o conceito costuma ser o mesmo:



PERFIL

O **perfil** (no caso do Facebook e LinkedIn) ou **conta pessoal** (no caso do Instagram) tende a ser mais usado por **pessoas físicas** para relacionamento com outros perfis ou com páginas empresariais.



PÁGINA

Já as **páginas** (Facebook), **conta comercial** (Instagram) ou **LinkedIn Page** (LinkedIn) são mais indicadas para **pessoas jurídicas**, pois possuem algumas opções adicionais de divulgação de negócios – como os anúncios, por exemplo.



Atenção aqui!

Pessoas públicas ou personalidades também podem optar pelo uso de páginas.

Por que evitar perfis para empresas

Como falamos no início, é um erro comum criar perfis pessoais para divulgar a empresa. Usar esse modelo de divulgação pode trazer alguns **problemas**. Veja:



Você deixa de ter acesso a uma série de **ferramentas de análise e acompanhamento dos resultados**. Dessa forma, fica mais complicado medir a efetividade de suas ações.



As opções de **anúncios** para perfis pessoais são bastante reduzidas. Você tem muito mais formatos de divulgação paga ao trabalhar com páginas empresariais.



Por fim, a criação de perfis pessoais para empresas vai contra a maioria das **políticas de uso** das redes sociais. Vamos falar sobre isso mais adiante.

Políticas de uso

As redes sociais costumam contar com uma série de regras para estimular um uso saudável e organizado de suas plataformas. De forma genérica, chamamos essas regras de **políticas de uso**.

A maioria dessas redes pede que você use **perfis somente para pessoas físicas** e **páginas somente para empresas** – com algumas exceções. Acompanhe o que dizem as principais redes sobre esse assunto:



Vamos começar com o exemplo dos **Termos de Serviço do Facebook**. No item 3, “Seu compromisso com o Facebook e com nossa comunidade”, a plataforma estipula que um usuário deve

“criar somente uma conta (própria) e usar sua linha do tempo para fins pessoais”.

Caso um usuário vá contra essas regras, o Facebook diz que

“se constatarmos que você violou nossos termos ou políticas, poderemos adotar medidas contra sua conta para proteger nossa comunidade e serviços, inclusive suspendendo o acesso ou desativando sua conta”.



Veja outro exemplo, agora no Instagram. Segundo os **Termos de Uso**, você

“não pode se passar por outras pessoas ou fornecer informações imprecisas”.

Aos olhos da rede social, criar um perfil em nome de uma empresa é assumir uma identidade que não é sua – logo, é um argumento passível de punição, como a suspensão da conta.



Por fim, temos o LinkedIn, que trata a questão de forma bem mais específica. Segundo o **Contrato do Usuário**, você deverá

“fornecer informações precisas para nós e as manterá atualizadas”.

Além de

“utilizar seu nome verdadeiro em seu perfil”.

Esse mesmo contrato proíbe você de

“criar uma identidade falsa no LinkedIn, publicar informações incorretas no seu perfil, criar um perfil de usuário para alguém que não seja você (uma pessoa física), ou utilizar ou tentar utilizar a conta de outra pessoa”.

Em suma: as regras são muito específicas. Ir contra elas pode gerar punições e restrições pela rede social.

Compreendeu a importância de usar as redes da forma adequada? Então, agora veja como **migrar** ou **criar** sua página nas principais redes sociais.

Migração para página no Facebook

Antes de se tornar uma das maiores redes sociais do mundo, era muito comum o uso de perfis para divulgações empresariais dentro do Facebook. Por esses e outros motivos, a rede social oferece ferramentas que simplificam muito o **processo de migração**.

Vamos apresentar aqui os passos necessários para **migrar um perfil para uma página**.



Na prática!

Você perceberá que as imagens neste e-book se referem ao processo sendo feito em um computador, mas é importante saber que também é possível fazê-lo nos aplicativos para Android e iPhone.



Atenção aqui!

Se você ainda não criou uma página, pode criá-la diretamente. Não é necessário fazer um perfil e depois migrá-lo. O processo é mais simples e rápido!

Como fazer?

Antes de começar, certifique-se de que você está entrando com a conta do Facebook que gostaria de migrar.

Depois de entrar, acesse a página **Migração de perfil para página** – ferramenta da própria rede social que usaremos para este processo.

Você verá uma tela como esta:



Ao clicar em **“Começar”**, você será direcionado para uma tela que apresentará algumas **categorias** de páginas. É importante escolher com atenção as categorias do seu negócio.

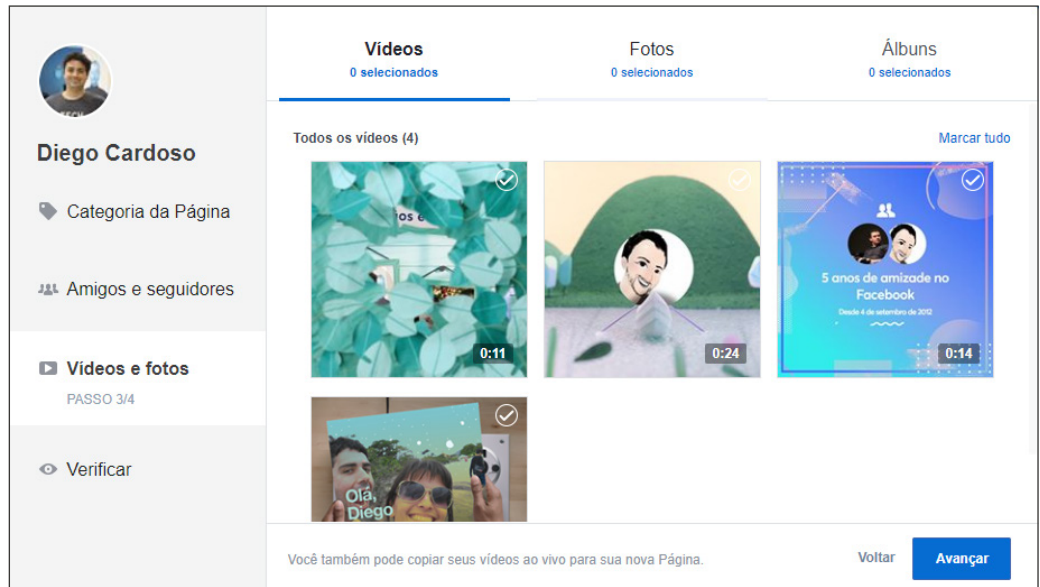
O próprio Facebook costuma recomendar algumas áreas, de acordo com as informações do perfil escolhido.

No nosso caso, como estamos trabalhando com um perfil normal, a maioria das sugestões é direcionada para pessoas públicas:

Você pode estar se perguntando: vou perder os amigos e as imagens/vídeos publicados em meu perfil pessoal? Fique calmo, nos próximos passos veremos que o próprio Facebook se encarrega de migrar tudo para você.

Na parte **“Amigos e seguidores”**, você poderá escolher quais amigos da sua rede vão curtir a sua página. Eles também serão notificados sobre a sua mudança. É possível escolher todos, alguns ou nenhum:

Na etapa seguinte, você deve escolher as **fotos** e os **vídeos** que quer que apareça na sua nova página. Portanto, **você pode escolher o que vai migrar** – é possível descartar tudo, se preferir.



No final do processo, o Facebook permite checar todas as escolhas que você fez até agora. É possível voltar para qualquer uma das etapas e alterar as informações que achar necessário. Se estiver tudo OK, clique em **“Criar Página”** e a migração estará concluída!





Quais dados migram e quais são perdidos?

O Facebook tem um **artigo explicando** quais informações podem ser perdidas durante o processo.

Em suma: ao final da migração, será criada uma página, mas o perfil continuará ativo – para que você possa administrar a página, basicamente.

Como vimos, as informações de amigos, imagens e vídeos são todas “migráveis” para a nova página. Outros tipos de dados, como as páginas de empresas que você curtiu, ficarão no perfil antigo.



Aí vi vantagem!

Podemos listar alguns dos benefícios de trabalhar com páginas, no lugar de perfis:

- Unificar a gestão do Facebook com o Instagram.
- Acessar relatórios. Com eles, é possível entender quais são os melhores dias, horários e formatos para publicação na sua página.
- Criar anúncios.
- Dar acesso para outras pessoas administrarem a página, entre outros benefícios.

Migração para conta empresarial no Instagram

Por ser uma rede social do Facebook, o **Instagram** tem um processo de migração bem parecido. Você vai deixar de ter uma conta pessoal e passará a ter um perfil comercial.

Você até pode **reverter o processo e voltar a uma conta pessoal**, mas alguns dados podem se perder no meio do caminho. No entanto, a administração de uma conta empresarial traz uma série de vantagens em relação aos recursos para pessoas físicas.



Na prática!

Nesse exemplo, vamos trabalhar com a versão do Instagram para Android – uma das mais populares. É possível fazer esse processo via iPhone também.




Diferente do Facebook, no entanto, a migração no Instagram funciona melhor em um celular.

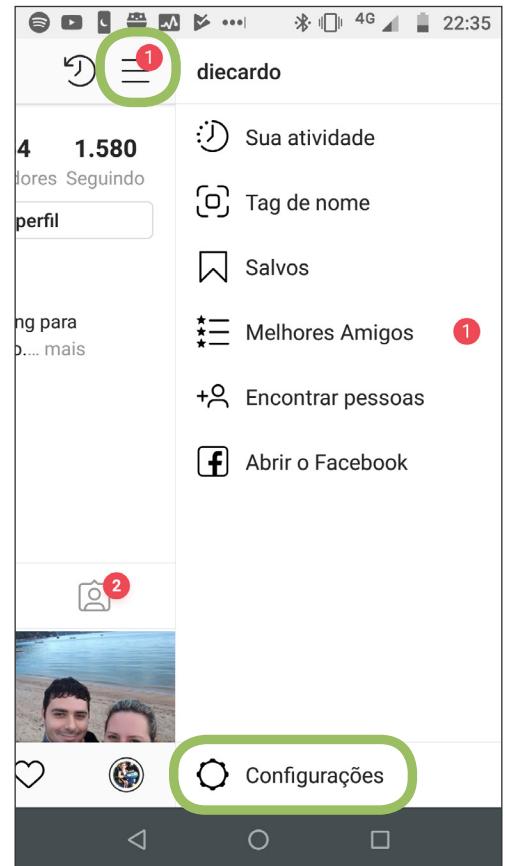


Atenção aqui!

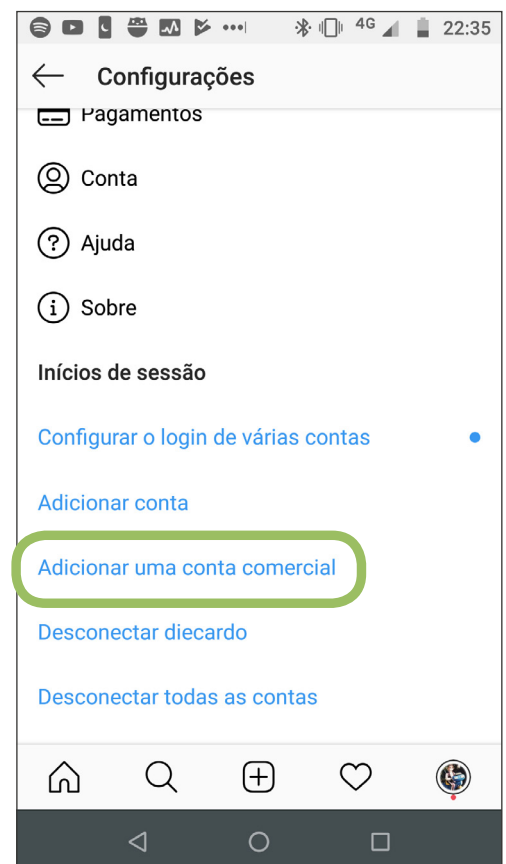
Aqui também vale a advertência: se você ainda não possui uma conta para sua empresa no Instagram, crie diretamente um perfil empresarial. Não é preciso abrir uma conta de pessoa física antes.

Como fazer?

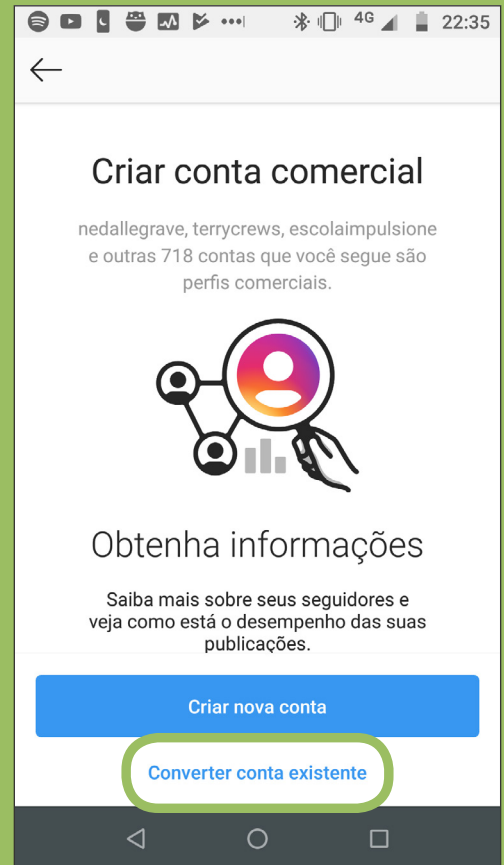
Para começar a migração, você deve acessar seu **perfil** dentro do Instagram, no ícone  disponível no canto inferior direito da tela. Na tela de perfil, clicar no **menu de opções** , no canto superior direito. Então, selecionar o item **“Configurações”** , na parte de baixo do menu.



No menu que aparecer, role até o final e selecione a opção **“Adicionar uma conta comercial”**.



Na tela seguinte teremos duas opções. A primeira, **“Criar conta”**, é indicada para empresas que ainda não contam com um perfil dentro do Instagram. No nosso caso, vamos selecionar a opção **“Converter conta existente”**, na parte de baixo da tela.

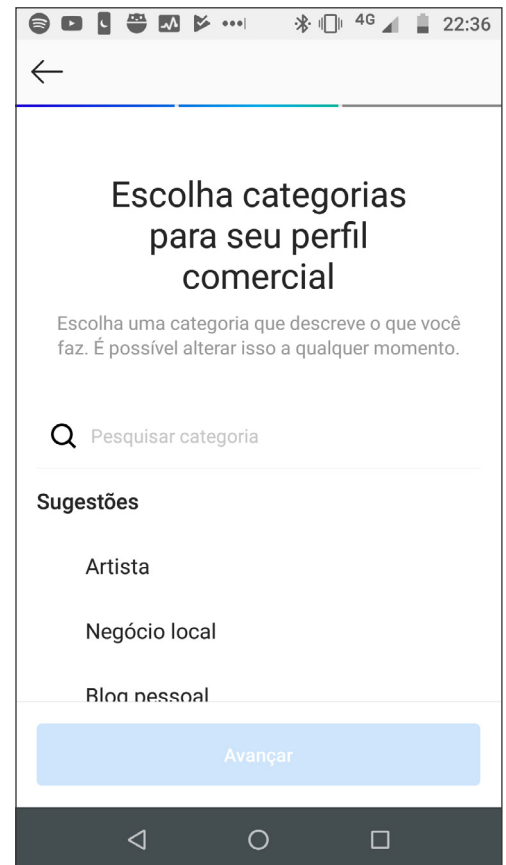


A próxima tela representa uma das principais vantagens de trabalhar com um perfil comercial no Instagram: a **integração com o Facebook**.

Se você já possui uma página, é possível integrá-la e padronizar a administração de anúncios e mensagens via inbox, por exemplo. Caso você não tenha página para integrar, basta cancelar esta opção.



O último passo antes da migração é a escolha da melhor **categoria** para seu perfil. O Instagram conta com algumas opções padronizadas. Selecione a mais adequada para a sua empresa e, ao clicar em **“Avançar”**, você terá concluído o processo!



Quais dados migram e quais são perdidos?

O **próprio Instagram** garante que, ao migrar para uma conta comercial, você não terá perda de fotos ou vídeos.

No entanto, sua conta ficará vinculada à página do Facebook que escolheu anteriormente.





Aí vi vantagem!

Ao ativar uma conta empresarial, você terá acesso ao **Instagram Insights**, plataforma de **análise e acompanhamento de resultados** da rede social.

Você poderá ver dados sobre seus stories, informações demográficas do seu público e relatórios completos sobre os vídeos e fotos publicados na sua linha do tempo.

Além disso, é possível unificar a gestão do Instagram com o Facebook.

Isso é especialmente útil para trabalhar anúncios e mensagens recebidas na sua inbox.



Perfil e página no LinkedIn

Das três redes sociais que apresentamos aqui, o **LinkedIn** é a que representa o maior desafio. Existem **dois tipos de contas** dentro desta rede:

- o **perfil de pessoa física**, voltado para o relacionamento pessoal com empresas e outros profissionais;
- e a **página** (LinkedIn Page), voltada para empresas que querem divulgar seus serviços ou vagas de emprego.

Diferentemente do que vimos no Instagram e no Facebook, o LinkedIn **não** conta com uma ferramenta automática de migração de pessoa física para página empresarial.

Portanto, no LinkedIn você precisa criar uma página a partir do zero, inserir conteúdos lá e convidar suas conexões a seguirem suas publicações.



Aí vi vantagem!

Assim como nas outras redes sociais, as páginas empresariais do LinkedIn oferecem várias **informações sobre seu público e suas publicações**, que não estão disponíveis para perfis de pessoas físicas.

Além disso, toda a parte de **anúncios** está disponível somente nas contas corporativas. Por isso, se você ainda não criou, recomendamos expressamente que você crie diretamente uma **página!**



Quer saber mais?

Se você já tem um perfil para sua empresa e deseja migrar alguns dos dados, **veja este tutorial**. O conteúdo está em português de Portugal, mas dá dicas bastante relevantes para quem deseja fazer esse processo.

Conclusão

Mostramos aqui neste e-book a importância de utilizar os perfis adequados nas principais redes sociais disponíveis. Trabalhar com páginas empresariais, ao invés de perfis pessoais, pode trazer uma série de benefícios para o seu negócio.

Já possui um perfil pessoal nas redes? Não tem problema, mostramos também como migrar para contas profissionais no Facebook e Instagram.

Esperamos que, após essa leitura, você faça a conversão dos seus perfis, usufruindo do melhor que as redes sociais podem oferecer para empresas.

Para continuar aprendendo

Uma das melhores referências para se trabalhar com essas redes sociais são as próprias **centrais de ajuda**. Você pode encontrá-las aqui:

Facebook | <https://www.facebook.com/help/>

Instagram | <https://help.instagram.com/>

LinkedIn | <https://www.linkedin.com/help/linkedin?lang=pt>

Referências

FACEBOOK. **Central de ajuda do Facebook**. 2019. Página inicial. Disponível em: <https://www.facebook.com/help/>. Acesso em: 10 jun. 2019.

INSTAGRAM. **Central de ajuda do Instagram**. 2019. Página inicial. Disponível em: <https://help.instagram.com/>. Acesso em: 10 jun. 2019.

LINKEDIN. **Ajuda do LinkedIn**. 2019. Página inicial. Disponível em: <https://www.linkedin.com/help/linkedin?lang=pt>. Acesso em: 10 jun. 2019.



SEBRAE