



 rockcontent

MARKETING NO  
**TWITTER**

## ESTE EBOOK É CERTO PRA MIM?

Um dos nossos principais objetivos da Rock Content é ensinar. Para isso, produzimos posts, ebooks, whitepapers, webinars, infográficos e uma infinidade de materiais que são feitos apenas para você. 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 Conteúdo, 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!

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

### AVANÇADO

Estes são os materiais mais complexos produzidos pela Rock Content. Para usufruir ao máximo dos 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 aprofundar em sua área de conhecimento.

### 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.

### GUIA COMPLETO

Nesta categoria se encontram os materiais mais completos da Rock Content. Neles, os assuntos são tratados desde os seus conceitos mais básicos até os detalhes mais avançados e específicos. São indicados para qualquer pessoa que deseja começar, aprofundar ou reciclar o seu conhecimento em um determinado assunto.

Introdução	5
Como usar o Twitter para sua empresa	7
Tamanho de imagens no Twitter	15
Como funciona o Twitter Ads	16
Os 8 maiores erros que você pode cometer no Twitter	23
Como conseguir mais seguidores no Twitter	27
Algumas ferramentas para o marketing no Twitter	38
Inspire-se: empresas que fazem marketing incrível no Twitter	42
Conclusão	46
Sobre a Rock Content	48

## TEXTO



**LIZANDRA MUNIZ**

Analista de Marketing

@ Rock Content

[lizandra@rockcontent.com](mailto:lizandra@rockcontent.com)

## REVISÃO



**LAÍS BOLINA**

Analista de Marketing

@ Rock Content

[lais.bolina@rockcontent.com](mailto:lais.bolina@rockcontent.com)

## DESIGN



**RAFAEL RALLO**

Analista de Marketing & Designer

@ Rock Content

[rafael.rallo@rockcontent.com](mailto:rafael.rallo@rockcontent.com)



**THIERS FERREIRA**

Designer Gráfico

@ Rock Content

[thiers.ferreira@rockcontent.com](mailto:thiers.ferreira@rockcontent.com)



# INTRODUÇÃO

O Twitter é uma rede social que permite que você publique atualizações — os famosos tweets— através de textos curtos.

O serviço de microblog pode conter mensagens pequenas e objetivas, mas não se deixe enganar: isso não é um indicativo de que essa rede é limitada.

O site funciona como um serviço de blog, assim como o Tumblr, mas com um limite para cada mensagem.

Justamente por isso, o Twitter se adapta impressionantemente bem aos dispositivos móveis (como tablets e smartphones).

Para se ter uma ideia, 82% do tráfego do site vem deles (o que é uma estatística muito importante considerando a era de popularidade dos smartphones).



Os 330 milhões de usuários presentes na rede postam quase **500 milhões de tweets diariamente!**

Em outras palavras, os usuários do Twitter produzem e consomem uma quantidade muito grande de conteúdo.

A rede social contém um fluxo contínuo de comunicação, o que a coloca como um componente chave para diversas estratégias de marketing de conteúdo.

Alguns dados importantes sobre o Twitter:

- # Possui cerca de 330 milhões de usuários mundialmente, com cerca de 18 milhões sendo usuários brasileiros. E a tendência no Brasil é que esse número continue crescendo.

- # Mais popular entre pessoas com 18 a 34 anos.

- # Mais popular entre pessoas com maior renda.

O Twitter é muito interessante se seu público alvo se encaixar nessa características.

A rede é uma das melhores para difundir conteúdo facilmente e criar engajamento com seus seguidores.

Neste ebook, te ensinaremos como fazer um perfil matador para sua empresa, como anunciar na rede social, como evitar erros básicos e muitas outras dicas para ter sucesso com suas estratégias de marketing no Twitter.

Boa leitura!

# COMO USAR O TWITTER PARA SUA EMPRESA

Viu os dados acima e se convenceu da importância do Twitter para sua empresa?

Agora que você já sabe porque deve investir no Twitter, vamos falar sobre pontos essenciais para ter sucesso na rede social: como construir seu perfil, tamanho das imagens no Twitter e uma explicação básica sobre o funcionamento do Twitter Ads.

Antes de começarmos, é importante que você entenda o significado de alguns termos básicos do Twitter:

## TWEET

Um Tweet é uma mensagem publicada no Twitter. Seu tweet pode ser composto por fotos, links, vídeos, gifs e textos.

## RESPONDER/RESPOSTA

Clique em “responder” (ou reply) para interagir com alguma menção dos seus seguidores.







## RETWEET

Um retweet é uma repostagem feita por você de um tweet de um outro usuário. Isso pode ser feito através do próprio botão “retweeter” ou através do botão “Comentar tweet”, que permite que você adicione sua mensagem ao texto original do outro tweet.

## CURTIR/FAVORITO

Curtir um Tweet (ou “dar um fav”, como é conhecido popularmente) é um ótimo jeito de demonstrar para o seu seguidor que você viu seu tweet. Também é uma boa ferramenta de marcação caso você queira encontrar um tweet novamente.

## HASHTAG

Uma hashtag é qualquer palavra ou frase que começa com o símbolo #.

Elas podem ser usadas para organizar conversas e para que fique mais fácil encontrar todo o conteúdo relacionado a um tópico.





## MENÇÃO

Uma menção é uma maneira de enviar uma notificação para outro usuário.

Para fazer isso inclua o @nomedeusuário da pessoa que você quer marcar em seu tweet.





## COMO CRIAR UM PERFIL CAMPEÃO PARA SUA EMPRESA NO TWITTER

Criar uma conta no Twitter e começar a postar nela sem que ela esteja completamente otimizada e bem feita é um grande erro.

Tenha certeza que seu perfil no Twitter está completamente preenchido antes de começar a divulgá-lo: você não quer que sua marca seja associada a um perfil mal feito na rede social, não é mesmo?

Então vamos começar:



## SEU NOME

Essa é a primeira coisa que você deve pensar ao criar sua conta no Twitter. Há três coisas importantes a serem consideradas quando você estiver escolhendo um nome:

- # Deve ser relevante;
- # Deve ser curto;
- # Deve ser único;
- # Dê preferência para usar sempre o nome da sua empresa.

Se ele não estiver disponível por algum motivo, use algo similar. Manter seu nome único e curto é importante para que seu perfil seja mais facilmente encontrado nas buscas (se muitas empresas tiverem um nome similar ao seu, seu perfil ficará perdido no meio deles).

## FOTO DE PERFIL

Sua foto de perfil é outra parte importante da sua conta.

Coloque uma foto que seus amigos e fãs vão reconhecer facilmente.

Aqui, o ideal é seu logo ou uma imagem com o nome da sua empresa.

Sua foto de perfil deve ser uma imagem que seus fãs vejam e saibam rapidamente que se trata da sua marca.

Não coloque imagens de baixa qualidade.



## FOTO DE CAPA

A foto de capa no Twitter é uma imagem maior que é posicionada atrás da sua foto de perfil (muito parecido com o design do perfil do Facebook).

Em muitos perfis o espaço é utilizado com imagens da natureza, cenários, ilustrações, etc.

Mas como seu perfil busca divulgar a sua marca utilize esse espaço como mais uma oportunidade de mostrar quem você é como empresa, divulgar serviços, produtos ou informações adicionais.

## BIO

A bio é uma parte extremamente importante de qualquer rede social.

No Twitter, você tem 160 caracteres para explicar o que você e sua empresa fazem.

É importante adicionar palavras-chave para que seu perfil seja facilmente encontrado nas ferramentas de busca - isso te ajuda a ganhar mais seguidores e potenciais clientes.

Não esqueça também de colocar seu site ou outros links importantes na sua bio. Seja criativo: você tem poucos caracteres para chamar a atenção do usuário e garantir que ele irá clicar no botão de “seguir”.







## CHECKLIST DO TWITTER

Use essa checklist como forma de organizar tudo que você já adicionou ao seu perfil.

Escreva uma bio incrível - inclua uma ou duas palavras-chave ou hashtags selecionadas por você;

- # Adicione a URL do seu site e seu local - URLs são ótimas para criar contexto e o local é importante para você poder ser encontrado através das ferramentas de busca geográficas;
- # Faça o upload de uma foto de perfil e uma foto de capa;
- # Poste entre 5 e 10 tweets para começar oficialmente sua conta.

Como você pode ver no [nosso perfil do Twitter](#), é possível seguir essas dicas e ainda fazer um perfil simples e objetivo.

Não se desanime! O Twitter é uma rede incrível para experimentação. Teste sempre o que funciona para você e sua empresa e o sucesso do seu perfil virá como consequência.



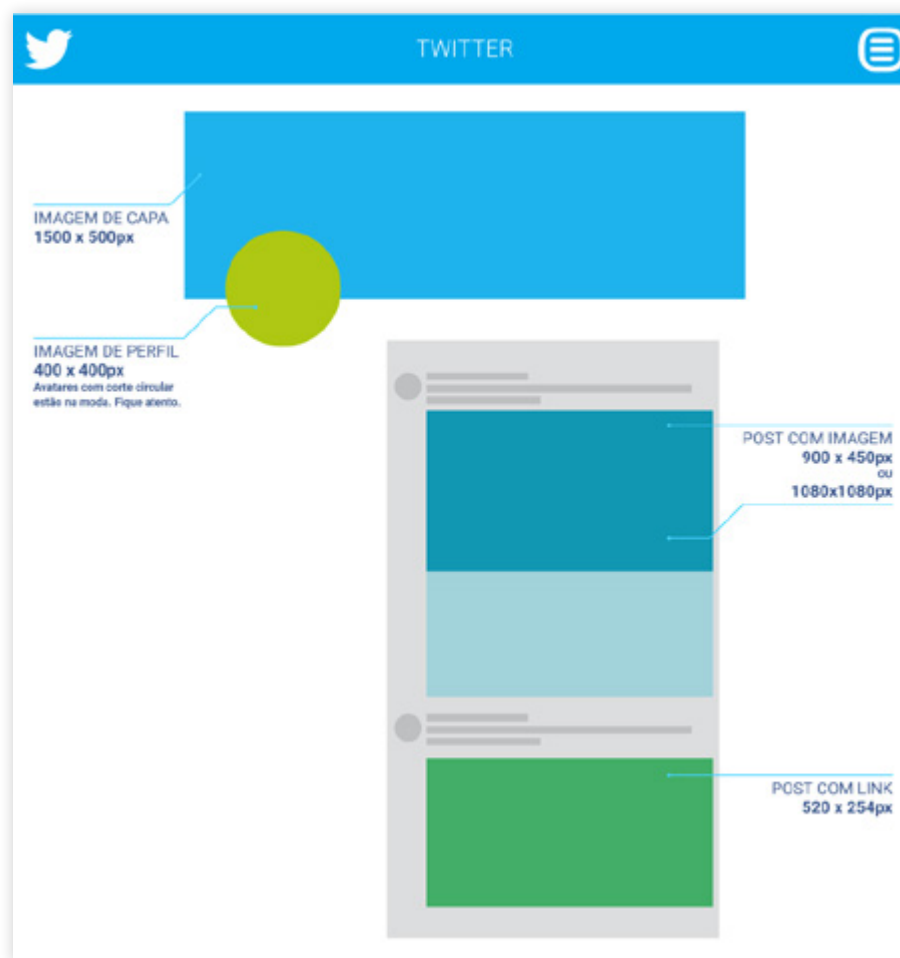


# TAMANHO DE IMAGENS NO TWITTER

Aqui, a foto de perfil terá 400 x 400 pixels. A imagem de capa, aquela acima da foto do perfil, será exibida com 1500 x 500 pixels. Posts com imagem levam o tamanho de 900 X 450 px ou 1080 X 1080 pixels, e posts com links aparecem com 520 X 254 pixels de tamanho.

Resumindo:

- # Foto de perfil: 400 x 400 pixels
- # Imagem de capa: 1500 x 500 pixels
- # Post com imagem: 900 x 450 pixels ou 1080 x 1080 pixels
- # Post com link: 520 x 254 pixels





# COMO FUNCIONA O TWITTER ADS

Neste ponto você já sabe que o Twitter é uma ótima ferramenta para quem busca engajamento e exposição de marca e anunciar na rede é uma ótima opção para ganhar mais visibilidade.

O Twitter Ads é aberto para todos os tipos de empresas. Passaremos aqui por algumas dicas básicas para entender a ferramenta de anúncios da rede social.

Veremos apenas algumas recomendações iniciais, então indicamos fortemente que você dê uma olhada no [guia explicativo do próprio Twitter](#) sobre suas diretrizes para empresas para entender com mais detalhes como funcionam seus anúncios.

## ENTENDA OS FORMATOS DO TWITTER ADS

O Twitter Ads possui atualmente três tipos principais de formatos:

### TWEETS PROMOVIDOS

Tweets promovidos são aqueles tweets normais que, quando transformados em anúncio, se tornam visíveis para um grande número de usuários, mesmo que eles não sigam diretamente seu perfil.

Esse tipo de tweet vem com um anúncio claro de que ele é promovido. Assim como todos os outros tweets, os usuários podem retweetar, curtir e responder esse tipo de anúncio.

Você deve usar esse tipo de anúncio quando seus objetivos incluem:

- # Trazer tráfego para algum link ou conteúdo do seu site
- # Oferecer cupons e promoções
- # Gerar leads
- # Trazer atenção para sua marca

Um tweet promovido só é mostrado ao usuário se o Twitter considerar que ele pode ser relevante aos interesses daquele usuário. Esses dados são baseados nos perfis que o usuário escolhe seguir e como ele interage no Twitter.



## CONTAS PROMOVIDAS

Contas promovidas são anúncios que sugerem aos outros usuários que sigam seu perfil, caso ele se encaixe nos seus interesses. Esse tipo de anúncio é ideal para aumentar seu número de seguidores de uma maneira rápida.

Esse tipo de anúncio é perfeito para sua empresa se você:

- # **Busca conquistar leads:** ao te seguir, um usuário está demonstrando interesse no seu produto. Use essa oportunidade para conectar com ele e gerar leads para sua empresa.
- # **Aumentar o interesse na sua marca:** ao conseguir seguidores sua marca fica mais visível aos olhos do público.
- # **Conseguir tráfego para seu site:** com um número considerável de seguidores o seu conteúdo será mais visto, atraindo tráfego para seu site ou blog.

Assim como o primeiro formato de anúncio que falamos, as contas promovidas também são marcadas claramente como “anúncio” e aparecem apenas para os usuários que podem achar seu conteúdo interessante.







## ASSUNTOS PROMOVIDOS

Derivados dos tweets promovidos, os assunto promovidos são hashtags pagas que aparecem no topo dos Trending Topics (assuntos mais falados do dia, no lado esquerdo da página inicial). Eles são marcados como anúncios, assim como os formatos anteriores.

Os usuários podem interagir com um assunto promovido da mesma maneira que interagem com qualquer outro trending topic - eles podem ver o que os outros usuários estão tweetando sobre isso e usar a hashtag em seus próprios tweets.

Diferente dos outros formatos (que são mostrados ao usuário apenas se for de seu interesse), os assuntos promovidos são visíveis a todos os usuários do Twitter da localização escolhida por você enquanto ele está sendo promovido. É uma chance enorme de visibilidade!

## DEFINA SEU ORÇAMENTO

Dentro de seu orçamento geral de marketing, defina quanto vai dedicar ao Twitter e informe em sua ação.



O preço do Twitter Ads é definido por meio de um modelo de leilão, sempre cobrado por performance. Os tipos de campanha disponíveis são:

# **Campanha de cliques ou conversões em website:**

Você só será cobrado pelos cliques no seu site que ganhou com a campanha.

# **Campanha de seguidores:** Você só será cobrado pelos seguidores que conseguiu com a campanha.

# **Campanha de reconhecimento de marca:** Você será cobrado com base no número de impressões que conseguiu com a campanha.

# **Campanha de engajamento:** Você só será cobrado pelo engajamento que recebeu no seu tweet promovido.

# **Campanha de visualizações de vídeo:** Você será cobrado pelo número de visualizações que conquistou com a campanha.



# **Campanha de instalações de aplicativo ou de engajamentos com aplicativo:** Você só será cobrado pelos cliques de abertura e instalação do seu aplicativo.

Pense bem nos seus objetivos e em qual dessas campanhas se encaixa melhor com sua empresa antes de começar um anúncio no Twitter.



## SEGMENTE

Depois de definir qual formato de anúncio você irá utilizar, é essencial que você escolha a melhor segmentação para sua ação.

Esse ponto é muito importante porque é o **momento em que você determina para quem seus anúncios serão direcionados**. Uma escolha mal feita pode jogar seu dinheiro e tempo no lixo.

O Twitter não tem um grande nível de detalhamento do público, mas você consegue no site uma série de variáveis que podem ser utilizadas como formas de segmentação do seu público, como:

- # Preferências (com base em perfis que seguem e assuntos com os quais interagem);

# Localização;

# Dispositivo utilizado para acesso (desktop, celular, tablet);

# Sistema (Android, iOS, Windows, Blackberry);

# Gênero;

# Linguagem.

Na criação do anúncio, você pode escolher alguns perfis que se encaixam na sua persona ideal e colocá-las como referência de público que deve ser atingido por seus anúncios. Você também pode usar palavras-chave como um critério de segmentação de público.



## PUBLIQUE SEU ANÚNCIO

Quando a opção for por divulgar seu perfil, o anúncio seguirá o modelo padrão da rede de sugestão aos usuários. Mas quando você optar por promover um tweet, será preciso criar a publicação.

Aqui, não tem mistério: basta criar um post dentro dos padrões da rede e promover. Sua campanha será veiculada até que você a interrompa manualmente ou o limite do seu orçamento seja atingido.

Cumpridas essas etapas, é só **acompanhar o andamento da campanha para avaliar o desempenho e mensurar os resultados**. A própria ferramenta disponibiliza um espaço de relatórios (o Twitter Analytics) onde apresenta números e dados sobre sua campanha.

# OS 8 MAIORES ERROS QUE VOCÊ PODE COMETER NO TWITTER

Você criou seu perfil, seguiu nossas dicas... mas não está conseguindo resultados significativos com o Twitter.

O que pode estar acontecendo?

O Twitter é uma rede com suas particularidades e é importante se adaptar a elas. Agora vamos te mostrar alguns erros básicos que você pode estar cometendo e que podem estar prejudicando seu desempenho no site.

Preste atenção em cada um deles e avalie o perfil da sua empresa. Será que você está fazendo algo errado?

## 1. POSTAR APENAS PRODUTOS E PROMOÇÕES

Você está postando apenas seus serviços, sem se preocupar em realmente interagir com seus seguidores?

Se você está fazendo isso, pare agora! Você está ignorando o maior princípio do Twitter, que é a interação genuína com seus usuários. Poste conteúdo interessante, relevante e que irá causar um diálogo real com quem te segue na rede.



## 2. FAZER RESPOSTAS AUTOMÁTICAS

Não faça isso de maneira alguma.

A Itaipava, marca de cervejas brasileira, passou por uma crise no Twitter em 2015 pelo uso de respostas automáticas em uma de suas campanhas, que estava recebendo críticas ao seu conteúdo.

Ao invés de responder as críticas individualmente, ouvindo o que os seguidores tinham a dizer, a marca usou a mesma resposta para todas as menções, críticas ou elogios.

Ou seja: você está recebendo uma crítica e as respostas automáticas fazem você responder de maneira completamente errada a ela.



Seu perfil e sua marca ficam expostas ao ridículo. Não faça isso! Responda individualmente a cada um de seus seguidores.

### 3. FAZER TWEETS GRANDES DEMAIS

Mesmo com seu limite de caracteres, o ideal é que você seja objetivo.

Passe sua mensagem com o menor número possível de caracteres.

O Twitter é uma rede dinâmica e você deve se adaptar a isso.

### 4. IGNORAR SEUS SEGUIDORES

Seus seguidores estão te mandando respostas e menções e você não está reagindo a elas? Pois sugerimos que você comece a prestar atenção no que estão te dizendo. O Twitter é uma rede social baseada no diálogo e ignorar isso é errar no princípio mais básico do site.

### 5. TWEETAR A MESMA COISA O DIA INTEIRO

O Twitter é uma rede social que permite um maior recompartilhamento de conteúdo.

Mas não abuse dessa ideia: ninguém quer ler o mesmo tweet o dia inteiro.

Tudo bem compartilhar um link do seu blog mais de uma vez na rede, por exemplo, mas coloque alguns dias de espaçamento entre uma publicação e outra.

Se você compartilhar a mesma coisa várias vezes ao dia seus seguidores te considerarão um spammer e você pode perder oportunidades valiosas.

## 6. ABUSAR DAS HASHTAGS

Usar hashtags de forma exagerada, além de ser uma escolha estética ruim (hashtags demais carregam seu tweet e o faz parecer muito poluído visualmente), faz com que seu conteúdo fique perdido na rede.

#ninguém #quer #ler #algo #assim #cheio #de #hashtags. Foque-se nas palavras-chave importantes para transformá-las em hashtags.

## 7. NÃO TER UMA FREQUÊNCIA DE POSTAGENS

Diferente do que se ouve por aí, o Twitter não é uma rede social que você posta “quando tiver um tempinho”.

Você deve ter uma frequência de postagens planejada, analisar os horários de pico e manter esse calendário editorial. Se você postar esporadicamente, sem um plano, nunca conseguirá resultados reais com o site.

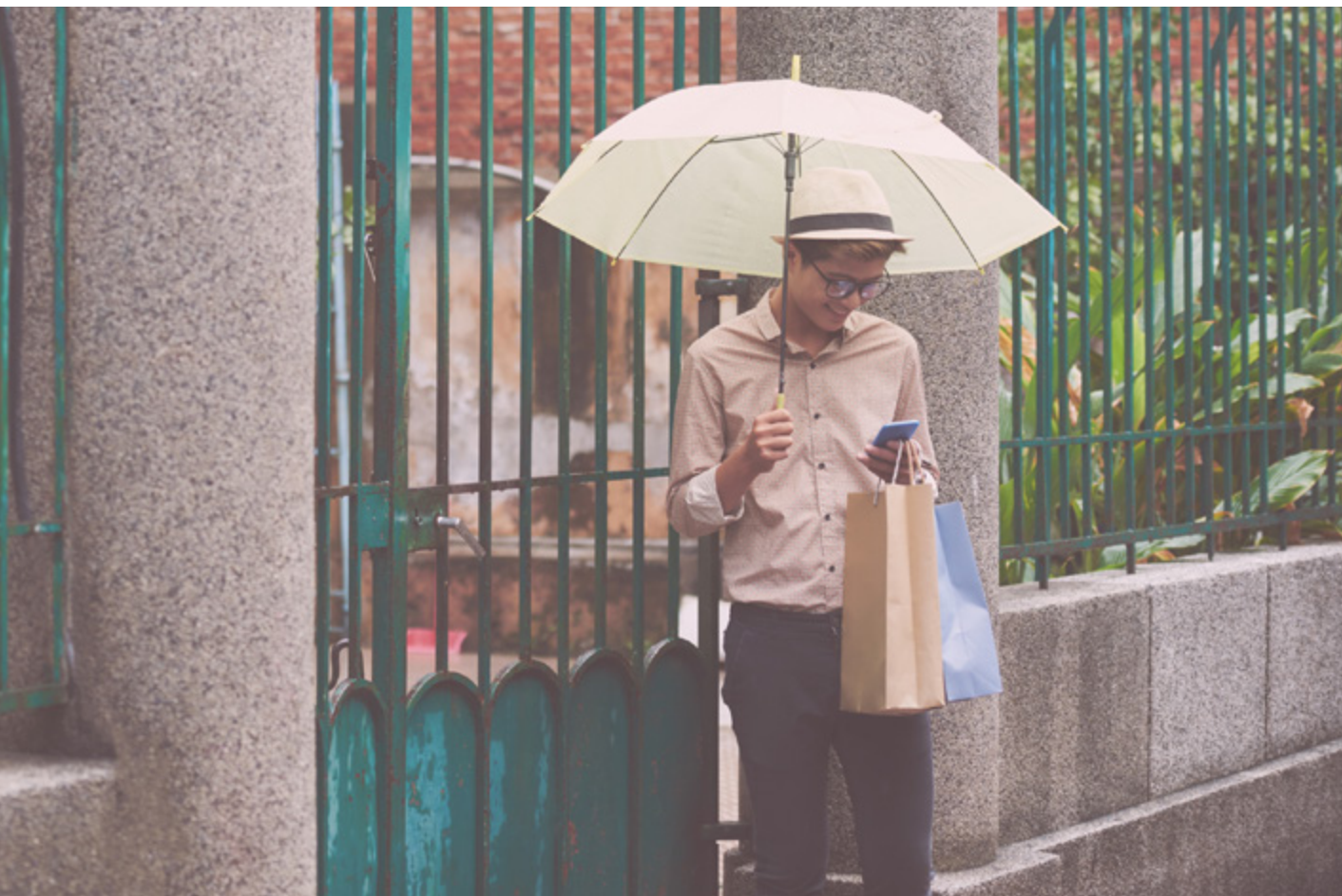
## 8. ACHAR QUE O TWITTER TEM A MESMA LINGUAGEM DAS OUTRAS REDES SOCIAIS

Esse é um erro mais fatal dessa lista.

O Twitter é rápido, dinâmico, baseado em comunicação e conteúdo. Usar a mesma linguagem que você usa nas outras redes sociais não é eficaz aqui.

Adapte-se a linguagem rápida do Twitter: ser muito didático e formal no site não é uma boa ideia.





# COMO CONSEGUIR MAIS SEGUIDORES NO TWITTER

Agora que te mostramos os principais erros de marketing no Twitter, vamos te dar algumas dicas valiosas para ter sucesso na rede.

Para conseguir realizar uma estratégia que dê bons resultados no Twitter, é extremamente importante possuir um bom número de seguidores em seu perfil.

Pensando nisso nós preparamos uma lista básica com 9 dicas que você pode fazer, sem nenhum esforço grandioso e que são capazes de te auxiliar a aumentar sua base de seguidores!



## SEJA ENGAJADO COM SEUS SEGUIDORES

Começaremos pelos pontos mais básicos. Após começar a seguir seus seguidores (no Twitter isso é muito importante) mostre que você também tem interesse no que eles têm a dizer.

Fique de olho no seu feed, observe seus tweets e nunca deixe de comentar, curtir ou retweetar algo que seja postado pelos seus seguidores e que você ache relevante.

Este tipo de atitude demonstra para outras pessoas no Twitter que seu perfil não é uma via de mão única.

Relacione-se, interaja e seja engajado com seus seguidores!





## COMPARTILHE CONTEÚDO VALIOSO

Apesar do Twitter ser uma rede social que zela por informações rápidas e precisas, os 280 caracteres podem e devem ser utilizados para compartilhar conteúdo valioso.

Para aumentar sua base de seguidores não basta apenas compartilhar quaisquer notícias ou novidades que aconteçam aleatoriamente.

Realize uma curadoria de conteúdo, avalie o que seus seguidores gostariam de receber em seus respectivos feeds e vá atrás desse conteúdo.

Utilizar seu perfil como um fonte de informações relevantes é uma ótima forma de conseguir novos seguidores.

Um ótimo exemplo de perfil que faz isso com perfeição e que obtém bons resultados é o autor Guy Kawasaki:



Siga Kawasaki por alguns dias e analise a forma como ele utiliza sua conta do Twitter. Ele sempre está compartilhando ou retweetando algo incrível que realmente nos dá vontade de clicar.

## CERTIFIQUE-SE QUE O SEU CONTEÚDO É COMPARTILHÁVEL

Agora que você se certificou sobre a qualidade do conteúdo, aí vai outra dica: o conteúdo é compartilhável?

Ele possui um título interessante, imagens atrativas e um assunto que é relevante para uma rede social como o Twitter?

Pense que apesar do conteúdo ser incrivelmente completo e importante (um artigo científico produzido por um PhD. em Física Quântica, por exemplo) nem sempre ele será o ideal para as redes sociais. As pessoas estão em busca de informações de fácil “digestão”.

## RETWEET POSTS DE OUTRAS PESSOAS

O retweet é uma ferramenta incrível para criar um certo relacionamento com seus seguidores e demais perfis do Twitter.

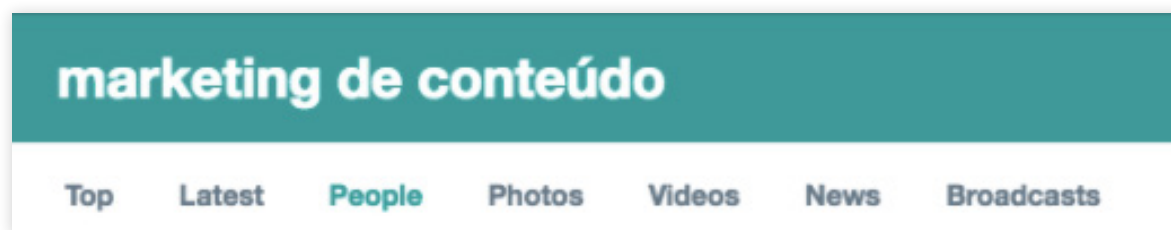
Procure pelas hashtags que sejam semelhantes ao objetivo do seu perfil e encontre os melhores tweets que puder.

**Quando dizemos “os melhores tweets” lembre-se que deve ser um conteúdo de qualidade!**

Esse tipo de engajamento é fundamental para aumentar sua base de seguidores e não requer quase esforço algum.

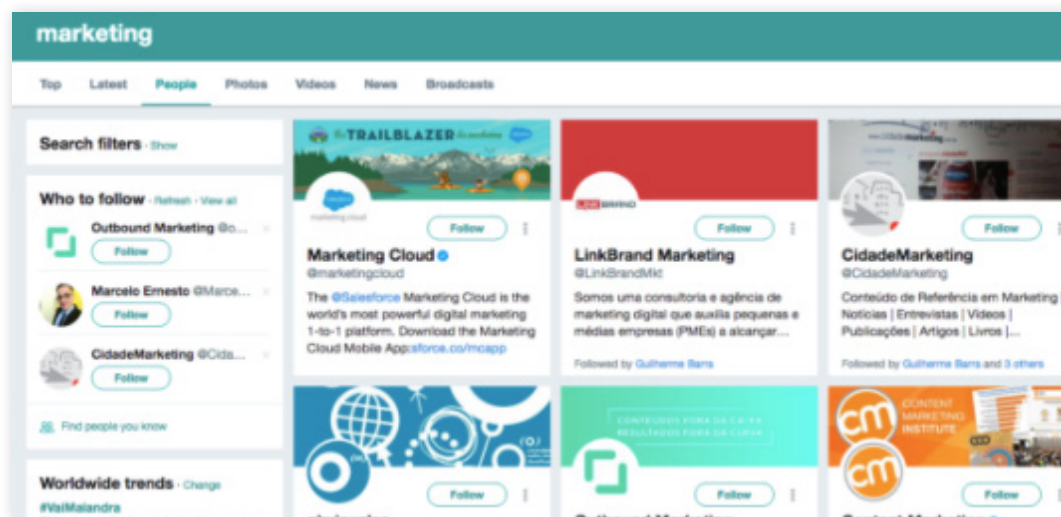
## UTILIZE A FORÇA DAS HASHTAGS

O Twitter foi a rede social que lançou as hashtags. Esta ferramenta é ótima para realizar pesquisas direcionadas e encontrar as pessoas que se interessam por determinados assuntos.



Exemplo de pesquisa por assunto e as várias opções de refinamento de busca

Seja para encontrar possíveis pessoas interessadas no seu perfil e em assuntos semelhantes ao seu ou para pesquisar assuntos que estão virando tendências no Twitter, utilizar as hashtags é uma ótima ferramenta para encontrar novos seguidores.



Mais um exemplo de busca por hashtags. Neste caso, a busca foi realizada para encontrar perfis que tenham o marketing como foco.

## ENCONTRE E SE RELACIONE COM INFLUENCIADORES

Você se lembra do exemplo que demos do Guy Kawasaki?

Desta vez utilizaremos o perfil de Rand Fishkin como exemplo.

O especialista em SEO é uma das figuras mais conhecidas e respeitadas sobre o assunto.

Encontrar influenciadores de sua área, segui-los e tentar criar um relacionamento com eles também é uma ótima forma de ser visto por outras pessoas que tenham interesse no assunto.

Seja engajado com perfis de profissionais que são referência no seu mercado para conquistar novos seguidores.





## SEJA ATIVO

O Twitter é uma rede social extremamente dinâmica. Em apenas uma hora você pode perder coisas incríveis e seus seguidores podem perder um compartilhamento incrível que você fez poucos momentos atrás.

Após analisar todas as dicas que nós demos, o que fica de mensagem é que para obter um bom número de seguidores, ser engajado com seu público e ser reconhecido, é necessário que você seja extremamente ativo em sua conta.

Um tweet por dia está longe de ser o suficiente!

## PLANEJE SEU CONTEÚDO

Apesar do Twitter ser uma rede social dinâmica e que permite uma maior informalidade em seus posts, não se esqueça que você ainda está divulgando sua marca e uma postura profissional deve ser adotada.

Assim como nas outras Redes Sociais, planeje o que será postado no Twitter e qual tom de voz será utilizado nos tweets.

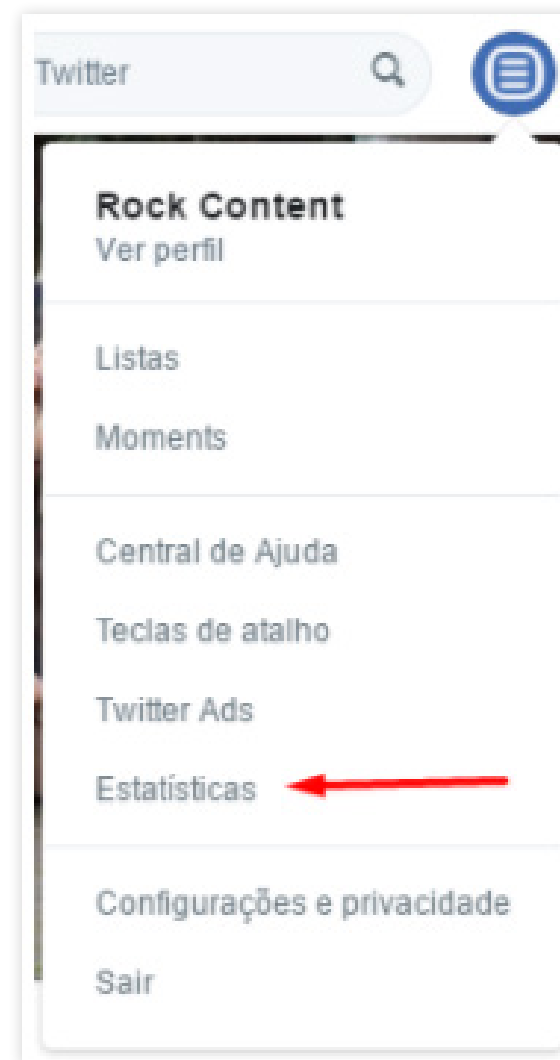
Seu tom de voz é essencial para que você saiba qual linguagem utilizar com seu público. No Twitter não é diferente. Adeque a linguagem e o conteúdo dos seus posts ao perfil das pessoas que te seguem.

## ANALISE TUDO ISSO

O Twitter é uma plataforma incrível de conexão com o seu público, mas de nada adianta usar a rede social e esquecer de analisar os dados do seu perfil. Será que ele está crescendo? Use as estatísticas da rede social a seu favor!

Na página inicial do Twitter Analytics você consegue ver as informações mais gerais sobre seu perfil, como número de menções, visitas ao perfil e impressões dos seus tweets.

Você também consegue o seu Tweet, Seguidor e Menção de maior destaque.

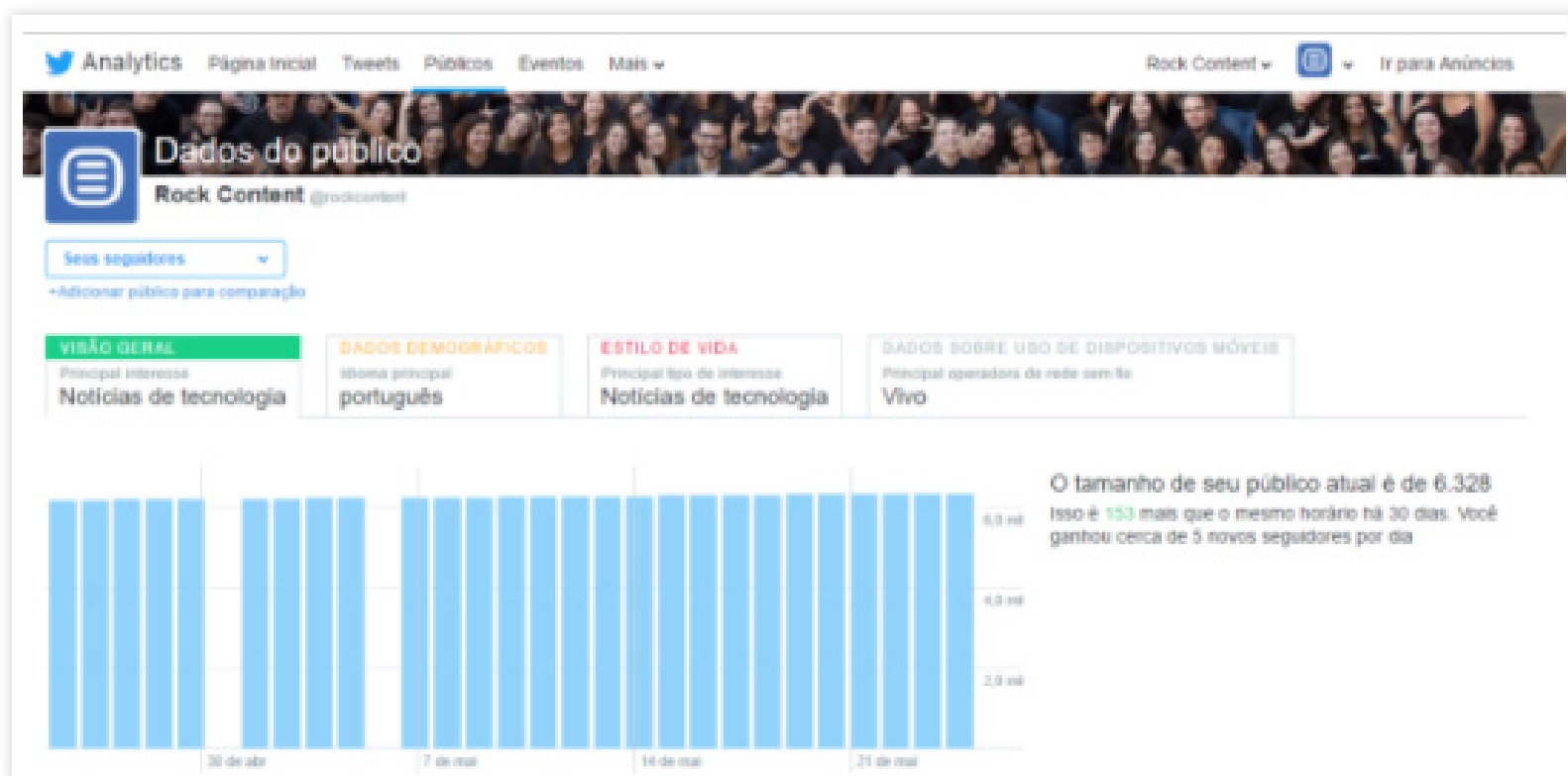


Mas a parte mais interessante não é essa! Claro que esses dados são valiosos, mas ainda conseguimos avaliar métricas muito mais interessantes pela ferramenta.

Na aba “Tweets”, por exemplo, você consegue conferir a performance de cada tweet seu, suas impressões gerais e sua taxa de envolvimento com as publicações.



Na aba de “Públicos”, a mais interessante do Twitter Analytics, você consegue ver com clareza dados importantes sobre seus seguidores, como seus principais interesses, sexo, idade e até qual operadora de celular eles mais utilizam.



Você ainda pode comparar o seu público com o de outros perfis (como o de seu concorrente), para conferir se as pessoas que seguem os dois perfis realmente têm interesses semelhantes ou não.







# ALGUMAS FERRAMENTAS PARA O MARKETING NO TWITTER

Sabemos que lidar com Social Media pode ser um pouco cansativo. E o Twitter, apesar de ser mais simples que as outras redes sociais em sua essência, também precisa de tempo, esforço e planejamento.

Por isso agora vamos te mostrar algumas ferramentas que adoramos e que podem facilitar (e muito) o seu dia-a-dia no Twitter.





## **TWEEPSMAP**

Uma ferramenta simples, porém com design bem inovador, que mostra onde seus seguidores estão em qualquer lugar do mundo. Com esta ferramenta é possível mapear a eficácia e a distribuição dos seus seguidores.

## **TWISTORI**

Já pensou em uma ferramenta elegante e que trabalha a rolagem de tweets a partir de palavras emotivas como: eu amo, eu odeio, eu acho que, eu acredito, eu sinto e eu desejo? É um experimento divertido que permite que você entenda que assuntos tem gerado cada tipo de sentimento, em tempo real.

## **TWITTER COUNTER**

Essa é uma das plataformas mais simples e fáceis de navegar.

Além disso, ela oferece as melhores maneiras de acompanhar o crescimento de seus próprios seguidores comparar esse crescimento com o de outros usuários.

## TWITONOMY

Essa é uma poderosa ferramenta para analisar inúmeros dados do Twitter, produzida por [@MattFyot](#). O serviço é totalmente gratuito e muito bem recomendado por grandes profissionais, pois possui métodos bem diferenciados de análise. Algumas funções interessantes:

- # Obtenha análises detalhadas e visuais sobre os tweets, retweets, respostas, menções e hashtags
- # Navegue, pesquise e filtre várias abas para e obter insights sobre as pessoas que sua empresa segue
- # Backup / exportação de tweets e relatórios para Excel e PDF em apenas um clique
- # Obtenha e exporte dados analíticos sobre qualquer palavra-chave, hashtag, URL ou usuário
- # Obtenha insights e faça o download de qualquer tweet ou retweet dos usuários
- # Navegue, pesquise, filtre, classifique e adicione ou remova qualquer usuário de sua lista
- # Monitore tweets de seus usuários favoritos, listas e palavras-chave
- # Obtenha insights sobre seus seguidores com "Relatório de seguidores"



## PORTWITURE

O Portwiture é, sem dúvida, um dos aplicativos mais originais do Twitter que você poderá encontrar. Ele permite que você visualize seus tweets em forma de fotografias. Isso mesmo, fotografias! É uma ótima forma de ter inspiração e ver como seu perfil no Twitter seria se tivesse uma forma visual.

## FOLLER.ME

Essa ferramenta também é totalmente gratuita e muito legal, permitindo que os usuários possam analisar rapidamente as estatísticas mais importantes sobre qualquer usuário do Twitter.

Desvende vários tópicos, hashtags e menções com máxima rapidez.

Outros vários recursos interessantes também estão disponíveis no Foller.me, como a hora que você costuma tweetar com maior frequência, seus últimos 100 tweets em uma única linha contínua e muito mais.







# INSPIRE-SE: EMPRESAS QUE FAZEM MARKETING INCRÍVEL NO TWITTER

Falamos muito de como fazer marketing no Twitter, evitar erros e otimizar seu processo de trabalhar com a rede social. Mas como é um marketing bem feito no Twitter, na prática?

Separamos três grandes exemplos de empresas que fazem um trabalho incrível na rede social para que você possa visualizar mais facilmente como é feita uma boa estratégia de marketing no Twitter.

Se inspire nessas grandes marcas e faça você também um perfil incrível!





## PONTO FRIO

O Ponto Frio já virou referência quando falamos de sucesso em redes sociais no Brasil. O Pinguim, personagem fictício

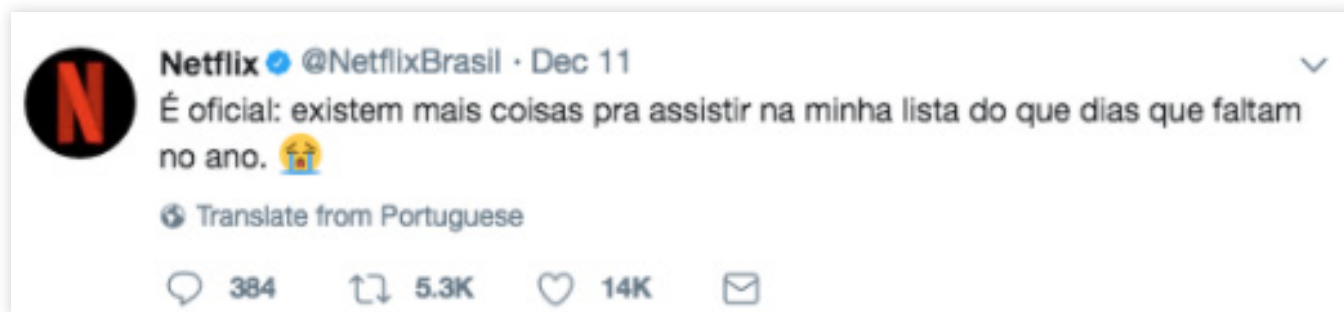
criado pela marca e que dá voz às suas redes sociais, é amado pelos seus seguidores no Twitter e no Facebook.

Um grande exemplo de como ter uma personalidade e tom de voz bem definidos para interagir com seu público.



## NETFLIX

Outro grande bom exemplo no Twitter. O Netflix conseguiu explorar muito bem os serviços que a marca oferece, mas isso nunca parece forçado. Sua promoção ocorre de maneira natural.



## ITAÚ

O Itaú consegue se adaptar muito bem a linguagem que o Twitter pede: seus tweets são informais e atentos ao que o seu público anda falando. Além disso, a marca faz questão de responder individualmente todos que interagem com ela na rede social.



Como fazer um bom trabalho de marketing no Twitter: esteja atento ao que às outras marcas também estão falando.

E foi exatamente isso que esses três perfis que citamos acima fizeram: eles viram uma oportunidade de interagir de maneira descontraída com seu público e chamar a atenção. A interação deu tão certo que virou notícia em grandes portais de publicidade e marketing.

Um social media bem feito no Twitter é isso: atenção ao que está acontecendo e pensamento rápido para agarrar as boas oportunidades de engajamento que surgem para você.





## CONCLUSÃO

O Twitter pode ser um grande aliado para que você tenha sucesso com marketing digital. Suas características fazem dela uma rede social incrível para conseguir feedbacks rápidos sobre sua empresa.

Não existe uma receita certa para dar certo no Twitter: teste o que funciona para você.


Cada marca é única, mas lembre-se de sempre se adaptar ao que a rede social pede de você.

Esperamos que nossas dicas tenham sido úteis para você e sua empresa e que te ajudem a conseguir incríveis resultados com o Twitter.

Boa sorte!







# 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





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**.