

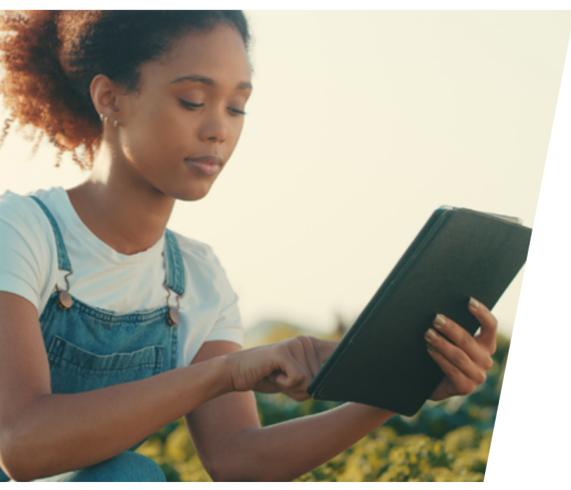
Gestão para redes sociais: melhores práticas e tendências

O que é gestão das redes sociais?

A gestão das redes sociais é o nome dado a todos os procedimentos que vão desde a criação de um perfil em uma rede social até a publicação e o acompanhamento das publicações. Envolve o planejamento de conteúdo, a criação da persona da empresa, a identificação do público-alvo, entre outros. A gestão das redes sociais deve ser entendida por uma perspectiva profissional que vai além da mera postagem, afinal ela pode atrair ou distanciar clientes.



Qual é a importância da gestão nas redes sociais?



A página da empresa nas redes sociais é a própria representação do negócio. Assim, tão importante quanto oferecer produtos ou serviços, é ter uma imagem transparente e acolhedora. A página da empresa é capaz de divulgar o produto ou serviço, além de proporcionar um conhecimento sobre a marca. Alguns de seus benefícios são a possibilidade de estabelecer uma comunicação direta com clientes e uma melhor abordagem com o público. Ainda, as redes propiciam o alcance e o engajamento de publicação que podem resultar em ganhos diretos para a empresa. Há todo um conjunto de dados (ou métricas) que possibilitam entender de que maneira as postagens estão (ou não) surtindo os efeitos desejados.

Na prática, a gestão das redes sociais precisa levar em conta:

- ◆ **Estratégia e posicionamento:** a página de uma empresa deve ser encarada de maneira estratégica, a fim de alcançar os objetivos desejados.
- ◆ **Planejamento de conteúdo:** o conteúdo deve seguir um planejamento que considere o perfil da audiência, a persona do cliente e os diferentes formatos de mídias sociais.
- ◆ **Monitoramento:** permite identificar se o engajamento da marca está alto ou mesmo se as redes sociais estão ajudando a converter usuários em clientes.
- ◆ **Avaliação das métricas de resultados:** o monitoramento também permite observar os conteúdos que mais trazem resultados, assim, você pode planejar novos posts mais assertivos perante os seguidores.

Estratégia e posicionamento nas redes

Cada rede social tem suas próprias características e pode influenciar o comportamento do consumidor de maneira diferente. A estratégia de gestão das redes deve levar em conta diversos fatores, como seu público-alvo, objetivos da empresa e qual formato do conteúdo a ser publicado, por exemplo. Para elaborar uma estratégia de gestão efetiva, o empresário precisa definir alguns pontos:

- ◆ **Objetivos de estar nas redes:** para o melhor uso das redes sociais, o indicado é ter apenas um grande objetivo a ser alcançado por vez.
- ◆ **Conteúdo das publicações:** o conteúdo deve ser pensado de acordo com o objetivo a ser alcançado e com as especificidades das redes sociais.
- ◆ **Frequência das publicações:** a definição da frequência deve ser feita considerando a capacidade da equipe em garantir a constância das publicações e de acordo com as respostas obtidas pelas métricas.
- ◆ **Contratação de gestor ou time especializado:** a depender dos recursos disponíveis e dos objetivos com as redes sociais, pode ser recomendado contratar uma equipe ou uma consultoria especializada.



Dicas sobre planejamento de conteúdo, conforme o formato adotado



Imagem: fotos de produtos, infográficos com dados de eficiência dos serviços e ilustrações são algumas das possibilidades. No Instagram, por exemplo, é possível agregar várias imagens em apenas uma postagem, o chamado carrossel.



Vídeos: redes sociais como o Instagram e o TikTok priorizam o formato de vídeo para a distribuição de conteúdo.



Textos: não são o formato mais privilegiado pelas redes sociais, mas podem ser interessantes para a complementação de informação para imagens e vídeos. Facebook e Twitter são os mais propícios.



Enquetes: muito utilizadas no Instagram, no Twitter e no LinkedIn, são uma ferramenta que possibilita um alto engajamento quando a postagem instiga o público.



Memes: formato irreverente que atrai pelo cômico. Se bem utilizados, podem resultar em alto engajamento.



Outros: dicas, histórias contadas e passo a passo são alguns formatos que podem atrair a atenção de clientes e engajar as redes da empresa.

Ferramentas que auxiliam na gestão e no monitoramento

O gerenciamento de redes sociais pode ser trabalhoso. Algumas plataformas podem auxiliar nessa tarefa, como RD Station, Reportei, Postgrain, AdEspresso, mLabs e Etus. Analise as alternativas disponíveis e escolha a mais adequada ao seu negócio.



Quer saber mais sobre as melhores estratégias para posicionar sua empresa nas redes sociais?

Clique aqui e baixe o conteúdo completo

Fontes consultadas:

Marcineiro. Como cuidar do gerenciamento de redes sociais da sua empresa. Redes Digitais. 2020. Como fazer o gerenciamento de redes sociais dos seus clientes ou da sua empresa! mLabs. 2021. Gabriel Camargo. Principais tendências das redes sociais para ficar [+ exemplo em 2022]. Rock Content. 2021. André Siqueira. Persona: o que é, como definir e por que criar uma para sua empresa [+ exemplos práticos e um gerador]. Resultados Digitais. 2022. 7 ferramentas para sua agência ganhar produtividade no monitoramento de redes sociais. Agências de Resultados. 2022. Kawan Lopes. Veja os melhores horários para postar no Instagram em 2022. Nuvemshop. 2022.

***Parabéns! Agora é hora de
colocar tudo em prática.***

*Quer mais conteúdos do Sebrae?
Olha só o que a gente já preparou pra ti:*

ACESSE AGORA

ACESSE AGORA