

7 lições para sua empresa se dar bem nas redes sociais

O empreendedor deve tomar muito cuidado antes de divulgar a sua empresa nas redes sociais. Para que a acção de marketing não se torne um tiro no pé, é necessário planeamento e organização.

As redes sociais só trarão vantagens às empresas se os empreendedores compreenderem que elas não são apenas um espaço de vendas, mas também de interacção com o público-alvo. "O empreendedor deve utilizar o espaço para informar e contextualizar a função da empresa na vida daquelas pessoas."

Para isso acontecer, é necessário que os empresários estudem quais redes realmente podem aumentar a relevância do negócio no meio digital e ressalta que não há necessidade de estar presente em todas. "É um erro comum pensar que quantidade traz relevância".

Um erro comum das pequenas empresas é esperar um retorno financeiro imediato, como o aumento do número de vendas. "Isso não acontece. É um processo que exige persistência, organização e repetição".

1. Estude

Pesquise sobre o tema e estude o uso das novas medias é primordial caso o empreendedor sonhe em aumentar sua relevância nas redes sociais. Caso não tenha tempo, procure ajuda de amigos, familiares e especialistas. "A falta de conhecimento pode gerar danos irreparáveis para os negócios."

2. Tempo certo

Saber quando entrar nas redes é importante. Caso o empreendedor tenha experiência com redes sociais, comece a exercer com calma, aos poucos, mas sem parar de buscar informações. Já para quem não está acostumado com a tecnologia, é importante que se prepare para o novo desafio.

3. Regularidade

Para aqueles que já se arriscam nas redes, um ponto muito importante é a frequência. Publicações em soluço, com grandes intervalos, são prejudiciais para a empresa, geram nos clientes uma sensação de vácuo e até mesmo falência. No início, um Post por dia, por exemplo, pode ser suficiente.

4. Regra do 3/1

Esta regra é uma das mais importantes para ter redes sociais de sucesso. A "regra do 3/1" diz que um a cada três Posts pode ser de propaganda. Os outros devem tratar sobre temas relativos ao seu negócio. Por exemplo: uma agência de viagens, que além dos pacotes, também utiliza a sua página para dar indicações de rotas e conversar com os clientes sobre temas como verão e férias.

TOME NOTA...



5. Relevância

Para que a página se torne relevante, o conteúdo deve ser rápido, positivo e de bom humor. Além disso, as postagens devem ser visuais, e chamar a atenção do público. "O empreendedor provavelmente tem um smartphone que tira boas fotos e faz vídeos. Isso faz a diferença. É muita informação. Se não chamar a atenção, o cliente não vai criar interesse pelo seu produto."

6. Interacção

Um diferencial é ser mais do que uma página com grande número de "Likes" no Facebook, por exemplo. Depois de conquistar essa audiência, o empreendedor deve batalhar para mantê-la. Por isso, comece a interagir com os seus usuários, estimule o engajamento, respondendo aos comentários e mensagens e faça brincadeiras, perguntas e desafios nos posts.

7. Antes de investir dinheiro, teste

O empreendedor deve investir entre 3% e 8% da sua facturação em acções de marketing, incluindo redes sociais. Mesmo assim, sugere-se calma antes de investir dinheiro para impulsionar as redes sociais do negócio. O ideal é testar antes de gastar muito com isso.

Além disso, o investimento só vale a pena se a rede social funcionar como a principal plataforma de atendimento ao cliente e não apenas um "reforço de marca".