

DESCOMPLICANDO O MARKETING DIGITAL

@falcaodigital



*Compartilhou
conhecimento
com mais de*

1.000
pessoas

*Autor
de*

3

*curso
focado em
marketing
digital*

@falcaodigital

51% ocasionais
39% emergentes
10% superdigitais





10 DICAS DE SUCESSO PARA O INSTAGRAM

1- Use a localização: coloque sempre a localização nas fotos e nas Stories. O alcance costuma aumentar em 75%.

2- Produza um conteúdo único: se for viajar, mostre o lugar de maneira única. Vai mostrar um look? Pense em formas diferentes de falar sobre as peças. Não copie ninguém!

3- Utilize imagens com qualidade: utilize APPS para tratar as imagens. Faça fotos com bons ângulos e enquadramentos.

4- Interaja com seus seguidores: nada melhor do que responder as pessoas, né? Tire uns 10, 15 minutos para isso todos os dias.

5- Crie parceria com outros perfis: principalmente com influenciadores que combinem com seu produto.

6- Atenção aos horários: isso aqui não tem fórmula! Você tem que observar quando os seus fãs estão mais dispostos a te ouvir e curtir teu conteúdo.

7- Menos laranja e mais azul: fotos em tons azuis costumam engajar até 25% mais que tons laranjas e vermelhos.

8- Hashtag de acordo com a foto: vai postar foto de praia? Então use: [#praia](#) [#euamopraia](#)

9- Divulgue em outras redes: fale no seu twitter sobre seu instagram, por exemplo.

10- Stories para aumentar o alcance: agora, quem usa Android, pode postar até 10 Storie por vez. Se joga! Produza um conteúdo único e mete a cara pra gravar vários vídeos.





VIDA ÚTIL DAS POSTAGENS NAS REDES SOCIAIS

Facebook: 5 horas - Uma pesquisa realizada pela SocialBakers mostrou que quando é realizado mais de um post por dia, as reações e likes caem mais da metade (57%) e a quantidade de comentários diminuem drasticamente para 78% quando comparado ao primeiro post.

Instagram: 21 horas - O comportamento do Instagram é semelhante ao do Twitter, ou seja, o perfil vê uma grande parte de todas as publicações das pessoas que ele segue. Para aumentar a vida útil e, conseqüentemente o alcance de cada publicação, não se esqueça de usar as hashtags ou marcar amigos. Uma postagem por dia está de bom tamanho.

Twitter: 18 minutos - Com o Twitter as estratégias são bem diferentes. Nessa rede social, o feed de notícia se comporta de uma maneira distinta. As postagens costumam desaparecer rapidamente. Por tanto, a frequência de postagem no Twitter precisa ser maior. Duas estratégias são as mais comuns: a primeira aconselha a fazer posts mais estratégicos, de 3 a 5 vezes por dia; já na segunda estratégia a quantidade é o que importa para que sua empresa esteja sempre no feed. Nesse caso, algumas empresas realizam mais de 30 postagens diárias. Claro, com uma equipe totalmente dedicada.

YouTube: 20 dias - Já no YouTube como podem ver, o tempo de postagem dura muito mais, sendo em torno de 20 dias. Isso quer dizer, que você tem um tempo mais hábil para realizar outra postagem, porém, vale ressaltar que, quanto mais atualizado, o engajamento com toda certeza sobe.

Fonte: Ingrid Cavalcante (Inbounder - Inteligência em Marketing Digital)



CRIE STORIES PERSONALIZADAS FACILMENTE

Easil: Ela oferece modelos prontos, bastando apenas colocar seu conteúdo. Por exemplo, pode criar listas de “Top 5” ou “Top 10” facilmente usando um dos modelos e replicando-os por todas suas Stories.

Canva: Também considerado uma das 40 melhores ferramentas para criar imagens para redes sociais, o Canva é um editor online, ou seja, pode ser usado direto do navegador. A plataforma conta com uma série de elementos e gráficos para usar na composição de suas Instagram Stories, com uma interface de fácil uso, bastando puxar e arrastar esses elementos para formar o post perfeito.

Storeo: Ideal para criar vídeos que funcionam no Instagram Stories, o Storeo é um app para iPhone com a proposta de prolongar seu conteúdo além dos 15 segundos permitidos. Além de permitir editar suas imagens antes de postá-las, ele permite gravar vídeos diretamente do aplicativo, separando-os em blocos de 15 segundos e facilitando bastante sua publicação nas Stories do Instagram.

Cut Story: Outro aplicativo para iOS cujo objetivo é permitir que grave seus vídeos, cortando-os automaticamente para caber no formato das Stories. Porém, ele oferece mais recursos que o Storeo, já que ele permite ao usuário configurar o tempo de corte. Ou seja, o Cut Story não serve apenas para as Stories do Instagram, mas pode ser usada para criar vídeos que se enquadram no formato do próprio feed.

Flyr: Outro aplicativo destinado a melhorar a qualidade dos vídeos que posta nas Stories do Instagram. Indo um pouco além, o Flyr também conta com opções e modelos ideais para postar no feed, além do YouTube e Facebook.





COMO CRIAR UM POST DE SUCESSO NO INSTAGRAM

Boa qualidade da imagem: O Instagram é uma rede social que preza pela boa qualidade de imagem. Uma imagem em alta qualidade, ou com um efeito diferente, tende a alcançar mais pessoas.

Cores vibrantes: Somos impactados por milhares de imagens por dia e sua imagem tem que se destacar das demais. Imagens com fundos mais escuros e texto com fonte claras funcionam bem, por exemplo.

Marca posicionada naturalmente: Se for mostrar a marca da sua empresa, ou produto, mostre de uma forma natural, envolvente e que tenha sentido com o contexto da rede e da postagem.

Produto relacionado com sentimento: Atingir bem fundo o coração do nosso seguidor, mostrando momentos importantes e únicos, é o que determina o sucesso do nosso conteúdo. Ele vai compartilhar com alguém? Faça sempre essa pergunta!

Cor da marca presente: Seja conhecido também pela sua paleta de cores. Assim como o Itaú é laranja, o Nubank é roxo e a Coca Cola é vermelha, invista nos tons da sua marca e bombe.



COMO AUMENTAR O ALCANCE NO INSTAGRAM

Falar sobre momentos especiais: As pessoas têm interesse em novidade (ou fofoca mesmo). Fale sobre um momento importante, um momento único em sua vida e que tenha relevância para quem te segue. Evite muitos posts sobre a novidade, pois aí ela deixará de ser novidade e vira chatice.

Moda e estilo engajam bem na rede: Posts sobre looks e dicas de moda costumam ter um alcance maior já que essa é uma das principais vertentes da rede. Lifestyle é rei por aqui. Aquela foto lindona e com um look bem composto será sucesso.

Dicas de viagens e paisagens bonitas: Vai viajar? Faça um diário no Instagram. Deixe destaques nos Stories, faça lives e compartilhe muitas experiências. As redes são pra isso. Compartilhar momentos únicos com quem te segue.

Marque amigos e fale sobre eles: Deixe de falar um pouco de si e fale de quem faz coisas legais. PARA de encher teus Instagram de selfie. Mesmo se você for o Brad Pitt, uma hora vira paisagem.

Apresente um conteúdo de qualidade: Feeds compostos com temas legais, dicas de conteúdo profissional, de viagens, de looks, de vida, de ajuda ao próximo. SEJA ÚTIL!





CALCULANDO O ENGAJAMENTO NAS REDES SOCIAIS

Calcular o engajamento serve, também, para você analisar o formato e conteúdo das postagens.

O que é taxa de engajamento?

Taxa de engajamento é uma métrica usada para mensurar o nível de interação das pessoas que foram alcançadas pelas publicações de sua rede. Em linhas gerais, é a relação entre o engajamento (reações, compartilhamentos, comentários...) e o alcance.

Facebook (Quando temos acesso aos dados):

$\text{Likes} + \text{Shares} + \text{Comentários} \div \text{pelo alcance (ou impressões)} \times 100.$

Facebook (Quando não temos acesso aos dados):

$\text{Likes} + \text{Shares} + \text{Comentários} \div \text{pelo volume de fãs} \times 100.$

Instagram (Quando não temos acesso aos dados):

$\text{Likes} + \text{Comentários} \div \text{pelo volume de fãs} \times 100.$

Mais importante do que definir as Taxas de Engajamento, definir os objetivos e as razões para traçar essa métrica são as prioridades para uma análise. As taxas de engajamento podem tanto ajudar quanto estragar um raciocínio e saber interpretá-las é fundamental para extrair o melhor de cada métrica.

Fonte: www.alandomingues.com.br e
www.querosersocialmedia.com.br





5 DICAS DE SUCESSO PARA ANÚNCIOS NAS REDES SOCIAIS

1- Faça campanhas com vídeos: desde 2016, temos um crescimento de audiência nas postagens com vídeos. O Facebook tem dado preferência para vídeos nativos, aqueles postados e criados na própria plataforma. Campanhas com vídeos, na maioria das vezes, tem o valor de veiculação mais baixo.

2- Apareça, no máximo, até 2 vezes para a mesma pessoa: ninguém gosta de ver anúncio nas redes sociais, porém são necessários. Se fizer, faça a análise da sua campanha para que a mesma tenha até duas impressões por pessoa. Ninguém merece ver o mesmo anúncio mais de 5 vezes.

3- Se tiver link, veicule a sua campanha entre 20h e 23h: fazer campanhas com links, principalmente para smartphones, em horários errados pode ser dinheiro jogado fora. Tente encontrar um horário perfeito de interação com o seu público.

4- Faça teste de público: se tem R\$ 200 para investir o recomendado, principalmente quando se está formando público, é fazer até 4 anúncios de R\$ 50. Mudando layout, cores, testando formatos e fotos. Testes são essenciais!

5- Mensure os resultados: quantos minutos do seu vídeo foram assistidos? Em qual rede ele engaja mais? Qual vídeo levou mais pessoas para o seu site? Você não vai saber isso se não tiver mensuração. Faça análise, sempre!





ATITUDES PROIBIDAS PELO CONSELHO FEDERAL DE MEDICINA NAS REDES SOCIAIS

Selfies durante tratamentos e cirurgias.

Expor os pacientes para divulgar antes e depois dos tratamentos.

Uso de aplicativo para consultar, atender ou prescrever.

Participar de anúncios de empresas ou produtos em benefício próprio ou da empresa que atua.

Fazer propaganda de método ou técnica não reconhecida pelo CFM.

É proibida a selfie, áudios e vídeos para estimular sensacionalismo, autopromoção ou promoção de outros: seja útil para a população. Nada de ficar gravando vídeo com o objetivo de vender seu serviço.

Nas mídias sociais (sites, blogs, Facebook, Twitter, Instagram, YouTube, WhatsApp e similares), é vedado ao médico anunciar especialidade/área de atuação não reconhecida ou para a qual não esteja qualificado e registrado junto aos Conselhos de Medicina.

Fonte: www.portal.cfm.org.br



COMO AUMENTAR O ENGAJAMENTO E ALCANCE NO INSTAGRAM

É profissional da saúde? Se liga nas dicas!

Produza artigos informativos para profissionais da área: cada vez mais as pessoas buscam no Google sobre algum sintoma ou tratamento e, na maioria das vezes, não encontram informações corretas. Que tal facilitar essa busca e passar orientações sobre a sua especialidade.

Publique dicas e orientações para ajudar pacientes: para quem já te segue, faça enquetes ou pondere sobre os temas que seus seguidores têm mais dúvidas. Temas polêmicos são sempre bem-vindos. Esclareça!

Publique depoimentos dos seus pacientes: depoimentos positivos sobre você são bem mais válidos se forem feitos por outras pessoas. Depoimentos reais, sempre!

Reposte conteúdo dos seus parceiros de equipe: se você é uma cardiologista, compartilhe conteúdo de um nutricionista. Um ajuda o outro, certo?

Mostre sua estrutura: faça uma live mostrando as estruturas da clínica, um passeio virtual no site ou compartilhe fotos que mostrem como os pacientes serão recebidos com muito conforto.



COMO USAR O IGTV PARA A SUA MARCA

Crie conteúdo em série: o App tem TV no nome e veio pra você ficar acompanhando conteúdo bacana. Como se fosse uma série da Netflix, por exemplo. Ou um programa de viagens. Tenho acompanhado alguns bem legais. A [@lulymendonca](#) fez uma sequência mostrando uma pousada no Ilha do Combu, em Belém, e a [@anitta](#) tá mostrando os bastidores da escolha do novo single. Tá muito show!

Produza conteúdo exclusivo: não é pra pegar vídeo do YouTube e colocar lá, ok? E nem colocar vídeo na horizontal. PARE! É pra fazer vídeo vertical e que não esteja em lugar algum. Lembre-se que cada rede é pra um tipo conteúdo e objetivo.

Tenha um time de apresentadores: que tal colocar, pelo menos uma vez por mês, um apresentador para o seu conteúdo. Fazer entrevistas com a sua equipe, mostrando a produção da sua fábrica, dar voz alguns seus fãs. Humanização e conteúdo bacana. Seria lindão, né?

Posts de até 3 minutos: mas pode fazer vídeo de até quantos minutos? Ninguém quer morar lá, né? Pelo que já andei pesquisando e experimentando, até 3 minutos é o suficiente pra produzir um vídeo que envolva o usuário. É TV, porém na internet.

Faça link com outros canais: deixe link dos vídeos nos destaques do Insta, coloque o link nos Stories, avise no seu site ou canal do Youtube que tem conteúdo exclusivo por lá. Se o conteúdo for bom, vai pegar!





8 TÓPICOS IMPORTANTES NO CONTRATO DE MARKETING DIGITAL

1- Definir os canais: YouTube é diferente de Instagram, que é diferente do Twitter. Não venda produção de conteúdo para um e faça adaptação de graça para o outro. Cobre corretamente por cada canal.

2- Não inclua outros serviços. Faça contratos separados: não dê de graça a criação de marca, ou manual de identidade, por causa da venda do serviço digital. Separe os valores, pois são serviços diferentes.

3- Defina os tipos de publicações: se for vender 15 postagens mensais, quantas serão GIFS, vídeos ou cards estáticos.

4- Atenção para a periodicidade! Exemplo: 01 postagem diária até a inauguração da loja. É muito importante apresentar para o cliente a dinâmica da campanha. Quanto mais confiança, melhor.

5- Cobre por metas ou campanhas: atingiu a meta de aumento de seguidores? De cadastro de clientes? Visualizações de vídeo e engajamento? Remuneração através de resultados pode ser um bom caminho para atingir os mesmos.

6- Quando e como ter reuniões: as reuniões serão por vídeo? Presenciais? É importante e deverá constar no contrato de que modo os repasses de informações serão feitos.

7- Alinhar as formas de pagamento: como já falei no parágrafo 05, você pode receber ao atingir uma meta ou também receber mensal. Como ficar melhor para ambas as partes.

8- Como remunerar a equipe: no seu contrato pode constar as especificações da equipe que vai executar o serviço. Um designer, uma produtora de conteúdo, um fotógrafo e por aí vai. Jamais deixe a impressão de que a equipe é maior da que realmente executa o serviço. Transparência é o caminho para o sucesso.





COMO FUNCIONA A ORDEM DOS STORIES

Interações no Instagram: quanto mais você assiste aos Stories de um perfil, mais ele vai aparecer pra você, principalmente se você acessa o perfil dessa conta. As curtidas, comentários e mensagens diretas podem motivar a sequência dos Stories, porém em relação a um tema. Maior interação não é comprovação de prioridade na ordem dos Stories.

Interações no Facebook: a partir das suas ações no Facebook, como amigos que você interage, o algoritmo compreende a importância daquela pessoa para a sua experiência, destacando-a nos Stories do Instagram.

Veze em que acessa o app: o Instagram tenta sempre mostrar um novo conjunto de pessoas e dar informações novas a cada verificação. O aplicativo busca que a experiência seja renovada constantemente, sem manter sempre os mesmos amigos em destaque. A não ser que um seja muito relevante para você.

Hábito do usuário: todas as interações e ações dentro do Instagram são consideradas pelo algoritmo, que se adapta aos hábitos de cada usuário para mostrar o que deseja ver. O usuário tem muito controle do conteúdo que recebe e nem imagina isso.

Fonte: theverge.com



4 DICAS RÁPIDAS PARA TEXTOS NAS REDES SOCIAIS

1- Seja objetivo no título. Exemplo: 10 restaurantes para jantar no dia dos namorados. Se você não for objetivo logo no início do texto as pessoas costumam passar para o próximo conteúdo rapidamente. Você tem, no máximo, 8 segundos para chamar a atenção de alguém nas redes sociais.

2- Tem dúvida do que escrever ou com o que fazer o link do seu tema? O Google trends te ajuda e mostra os assuntos mais pesquisados no mundo, no seu país, o que está sendo publicado pelos famosos etc. Você também pode pesquisar temas em alta por ano e como aquele tema se comporta ou se comportou durante um período.

3- Faça listas e escreva sobre os assuntos por tópicos. Fica mais fácil de ler rapidamente e interessante. Exatamente como está aqui nesse e-book. Imagine que cada página é um post esse post precisa prender a atenção das pessoas, logo, além do título, os tópicos precisam ser relevantes com o assunto e entregar conteúdo de qualidade.

4- Imagine as suas postagens como um livro ou, no caso de vídeos, como uma série ou novela. Assim os textos, ou roteiros, que apresentar tem que fazer parte de um roteiro coeso e com bastante coerência. Se for falar de alimentação você não pode mudar de uma hora para outra para moda. Tenha foco!





O QUE O FILME BOHEMIAN RHAPSODY TE ENSINA SOBRE MARKETING E MERCADO

Crie um estilo único: Fred Mercury usava roupas e tinha um estilo que se destacava. Não passava despercebido e inspirava muita gente com o seu jeito de ser. Para produtos, podemos colocar isso em rótulos ou cores diferenciadas. Destaque-se!

Tenha um lema: "Show must go on!" O show deve continuar e você deve ter sempre boas atitudes para criar e produzir algo para tocar as pessoas.

Saiba trabalhar em equipe: aceitar a opinião das outras pessoas é fundamental para um trabalho alcançar o seu máximo e evoluir. Principalmente dos clientes. Respeito e companheirismo acima de tudo.

Crie uma linguagem: falar de uma forma diferente, acrescentar um bordão, ou algo que o teu público te identifique logo de cara, é fundamental para começar a construir uma comunicação de sucesso.

Transforme suas referências: nada de copiar quem você admira. Pegue suas referências e tente criar produtos e conteúdos que reflitam a sua própria realidade. Os outros vão perceber se você tentar imitar alguém!

Planeje seus atos: ninguém faz sucesso do dia pra noite. Tem que planejar cada passo para alcançar seus objetivos. Prever o futuro para tentar corrigir os erros antes que aconteçam.

Acredite nos seus sonhos: haverá menos obstáculos se você acreditar naquilo que quer e amar o que faz. Recomeçar às vezes é melhor que permanecer naquela posição indesejada.





05 DICAS PARA DIVULGAR SEU EVENTO NO INSTAGRAM

Vai realizar algum evento? Se liga nas dicas!

1- Antes do evento: faça parcerias com autoridades no assunto: as autoridades, na sua grande maioria, tem um público bem consolidado e com muita fidelidade. Nem que ela não participe do seu evento, vale investir em uma divulgação.

2- Deixe os links com o investimento e descontos no perfil: muitas vezes os links de pagamento expiram ou são difíceis de encontrar. Facilite tudo!

3- Durante o evento: crie uma hashtag para ser usada pelos participantes: os participantes são valiosos e você não pode perder a chance desses compartilhamentos de ouro.

4- Grave depoimentos com os participantes: para quem te der autorização, os depoimentos podem ser utilizados para legitimar todo o seu empenho na construção da marca de um evento que possa ter várias edições.

5- Após o evento: grave um vídeo com os destaques do evento: é um dos melhores conteúdos para ganhar a confiança de quem quer embarcar no seu evento. Ainda mais se o vídeo for bem produzido.



05 DICAS PARA COMEÇAR O PLANEJAMENTO DE 2019

1- Faça o planejamento de 3 em 3 meses: escolha pelo menos uma data importante em cada mês ou um evento que movimente seu negócio. Um lançamento de produto, uma data de aniversário, uma data especial para a sua cidade. Planeje-se!

2- Toda a equipe deve contribuir com ideias: todos que trabalham na sua empresa devem participar desse planejamento. Principalmente quem trata com os clientes diariamente!

3- Bonifique quem der as ideias válidas: que tal dar um prêmio, uma folga ou uma bonificação em dinheiro para as melhores ideias. Não esqueça que esse funcionário pode ir pra concorrência ou abrir o próprio negócio dele.

4- Ouça seus clientes: quem melhor pra avaliar o seu negócio que eles, né? Não deixe de ouvi-los. Um formulário simples pode ajudar.

5- Não esqueça dos influenciadores digitais: campanha alguma deve sair do papel sem que tenha pelo menos um influenciador digital envolvido. Não dá para trabalhar com aquele mega influencer? Que tal montar um time com alguns microinfluenciadores?





**10 LIÇÕES QUE APRENDI
COM AS MAIS DE
7.500
POSTAGENS FEITAS EM 2018**

Se liga nas dicas para 2019!

1- Aposte no humor para tornar seu conteúdo viral: alguns dos maiores perfis contam suas histórias de maneira engraçada e dá muito certo!

2- Sim, as pessoas ainda usam e-mail: Envie conteúdo exclusivo e promoções por e-mail. As pessoas abrem, sim!

3- Escreva suas legendas com até 25 caracteres: mesmo que o texto seja longo, coloque sempre uma chamada resumida na entrada.

4- Você tem até 5 segundos para captar a atenção de uma pessoa: com esse turbilhão de informação e postagens, temos que ser rápidos e objetivos. Principalmente nos vídeos.

5- Realize eventos presenciais: chama os seus seguidores para curtir um show, uma palestra e transforme esse evento, que deve ser bem cultural, em conteúdo para as suas redes.





10 LIÇÕES QUE APRENDI COM AS MAIS DE 7.500 POSTAGENS FEITAS EM 2018

6- Fotos de produtos ficam para e-commerce: se for pra postar produto na timeline, poste de forma humanizada, envolvendo um modelo, ou de forma bem criativa.

7- Postagens all type, com até 05 palavras na arte, têm ótimas visualizações: sabe aquele título bem chamativo "Tem novidade essa semana?"? Com uma fonte bem legal e cores que contrastem entre si, melhor ainda.

8- O sucesso de uma marca no digital depende se ela é expansível ou não: seu produto deve falar por si, ser encontrado facilmente no digital. Um app, por exemplo, ou a forma de adquirir o produto tem que estar a um clique, como um e-commerce.

9- Suas postagens têm que estar alinhadas com o seu fluxo de vendas: a sua postagem vai falar da estreia de um produto, preço, evento, de PVD ou ser uma isca para captar contatos? Muita atenção no seu plano!

10- Nunca pare de estudar: o meu objetivo é compartilhar ainda mais conhecimento em 2019 e nos próximos anos. Para isso, ainda vou assistir e realizar muitos cursos. Nunca parar de estudar! Vamos nessa?



@falcaodigital