



 rockcontent

MARKETING NO
FACEBOOK

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
Por que investir no Facebook?	7
Como funciona o algoritmo do Facebook	8
Como funciona o tráfego orgânico no Facebook	12
Como usar o Facebook para sua empresa	14
Tamanho de imagens no Facebook	27
Como funciona o Facebook Ads	29
Os erros mais básicos que você pode cometer no Facebook	35
Dicas de Marketing no Facebook	38
As melhores ferramentas para o Marketing no Facebook	45
Empresas que fazem um Marketing incrível no Facebook	55
Conclusão	60
Sobre a Rock Content	62

TEXTO



LIZANDRA MUNIZ

Analista de Marketing

@ Rock Content

lizandra@rockcontent.com

REVISÃO



LAÍS BOLINA

Analista de Marketing

@ Rock Content

lais.bolina@rockcontent.com

DESIGN



RAFAEL RALLO

Analista de Marketing & Designer

@ Rock Content

rafael.rallo@rockcontent.com



THIERS FERREIRA

Designer Gráfico

@ Rock Content

thiers.ferreira@rockcontent.com

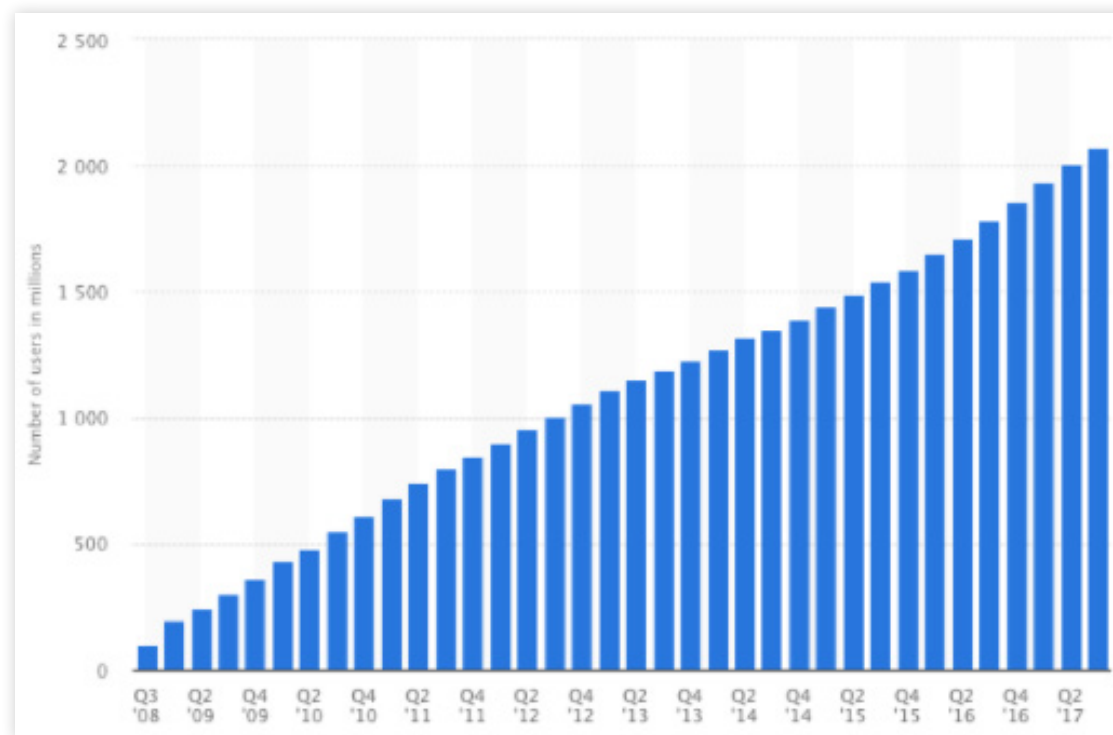
INTRODUÇÃO

Desde que a internet começou a fazer parte de nossas rotinas, surgem de tempos em tempos novas manias, programas e redes sociais que passam a fazer parte do dia a dia de bilhões de pessoas ao redor do mundo.

ICQ, Messenger, Myspace, Orkut, Twitter – entre tantos outros – já tiveram sua época de ouro. Todas as pessoas que em algum momento utilizaram estes programas e redes sociais certamente se lembrarão o quanto eles eram essenciais.

No caso do Facebook a história tem sido diferente.

Apesar da rede social ter tomado um rumo totalmente diferente do que seu fundador Mark Zuckerberg pensou no primeiro momento, o Facebook está indo muito bem.



Este gráfico produzido pela [Statista](#) mostra o número total de usuários globais da rede social desde o último trimestre de 2008.



Na época, pouco após seu lançamento, o Facebook contava com 100 milhões de usuários. Atualmente, mais precisamente no final de junho de 2017, a maior rede social do mundo bateu a casa dos **2 bilhões de usuários no mundo**.

O que difere o Facebook de todas as outras redes sociais que presenciamos até hoje é o enorme potencial para negócios: páginas empresariais, anúncios pagos, engajamento e um contato direto com sua base de seguidores.

Essas e outras funcionalidades da rede social criaram um novo panorama para milhares de empresas em todo o mundo que utilizam meios digitais para promover, estabelecer sua marca, ganhar autoridade ou criar um canal direto de comunicação com seus seguidores.

Você baixou este material por um simples motivo: você quer aprender como fazer Marketing no Facebook com sucesso para obter resultados incríveis com a rede social.

Vamos parar de conversa e entrar de cabeça neste assunto?

Boa leitura!



POR QUE INVESTIR NO FACEBOOK?

Praticamente nenhuma estratégia de Marketing Digital hoje pode evitar a rede de Mark Zuckerberg: a quantidade assustadoramente grande de usuários é algo que ninguém pode ignorar.

E aqui no Brasil a coisa fica ainda mais importante: **somos o terceiro país do mundo em número de usuários da rede**, atrás apenas da Índia e dos EUA.

Alguns dados importantes sobre o Facebook:

- # Mais popular entre mulheres, que representam 53% dos usuários da rede social;
- # Mais popular entre pessoas com 18 a 29 anos;

1.66 bilhões de usuários usam a rede social via mobile.

O poder do Facebook é inegável. Independentemente do seu negócio, é extremamente provável que você irá encontrar alguém na rede que se interessa pelo seu produto/serviço.

Portanto pense duas vezes antes de decidir não criar uma fanpage no Facebook, pois você pode estar perdendo oportunidades de negócios importantes para a sua empresa!

E lembre-se: não é por que o seu negócio é B2B que você não deve investir na rede!



COMO FUNCIONA O ALGORITMO DO FACEBOOK

Um dos pontos mais críticos em qualquer estratégia de sucesso na rede social se baseia em um grande número de acessos orgânicos proveniente de suas publicações.

Entenda que tráfego orgânico são todos os acessos em suas páginas e conteúdos que são conquistados sem a necessidade de investimento em Facebook Ads.

Se você achou que o tráfego orgânico era importante apenas nos blogs, está na hora de rever esse conceito.

A aquisição de tráfego pago é uma das principais formas de monetização que a rede social utiliza para ganhar dinheiro.

Para completar, frequentemente o Facebook realiza atualizações em seu algoritmo que diminuem ainda mais o alcance total de suas publicações de forma orgânica.





O QUE É E O QUE FAZ O EDGERANK

Edgerank é o algoritmo desenvolvido pelo Facebook que decide o que será mostrado na sua linha do tempo após estudar o que é relevante para você, em geral se baseando no tipo de conteúdo que você e seus amigos consomem.

Todas as atualizações de status, comentários, curtidas e compartilhamentos que você recebe passam pelo crivo do Edgerank antes de serem mostradas.

Isso muitas vezes nos dá a sensação de que estamos perdendo algo ou em outras vezes que deixamos de participar de discussões porque simplesmente não sabíamos delas.

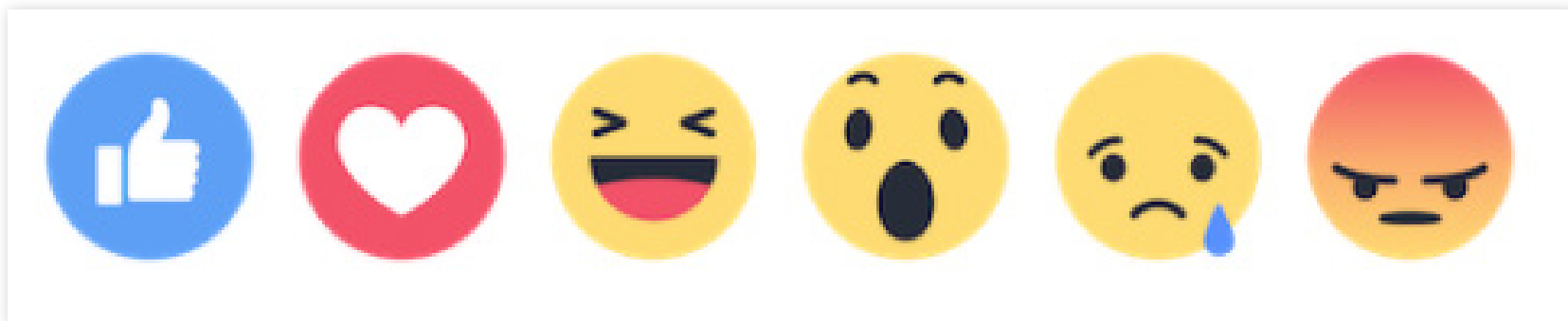
Mas, na verdade, o Edgerank está fazendo com que consumamos apenas conteúdo relevante – não apenas para nós, mas também para anunciantes da rede social.



ANÁLISES REFINADAS

Quando o botão de “curtir” foi inserido em 2009, mais uma ferramenta foi utilizada pelo algoritmo do Facebook para monitorar, gerenciar e distribuir conteúdos que variam de usuário para usuário, baseado em interesses.

Assim, os usuários do Facebook passaram a receber em suas timelines os conteúdos que realmente eram relevantes. Logo depois, as reações do Facebook também surgiram como forma de medir o impacto de um conteúdo em um usuário.





EDGE RANK MAIS COMPLETO

Ao longo dos anos, o Facebook recebia atualizações constantes em seu algoritmo, mas foi em 2011 que as coisas realmente tomaram outro rumo.

Naquele ano o time de Mark Zuckerberg transformou o EdgeRank em uma incrível ferramenta capaz de aprender sozinha para otimizar as buscas e interesses de cada usuário único da rede social.

Ao invés de tomar como base que todos os usuários preferem fotos, vídeos e posts, nesta exata sequência, o algoritmo passou a se adaptar de acordo com o comportamento de cada usuário. Desde cliques e curtidas indo até conteúdos que o usuário ignorava.

Desde então, é assim que o EdgeRank performa em nossas timelines até hoje. Constantes atualizações são realizadas para otimizar ainda mais a experiência no Facebook.

COMO FUNCIONA O TRÁFEGO ORGÂNICO NO FACEBOOK

Após sofrer tantas atualizações, alguns profissionais de Marketing dizem que o tráfego orgânico no Facebook está morto. Por mais que isso possa parecer verdade, o que realmente aconteceu é a soma de alguns fatores:

- # Aumento do volume de informações, posts e compartilhamentos no Facebook;
- # Edgerank evoluiu ao ponto de detectar conteúdos de qualidade e spams;
- # Sim, o algoritmo diminuiu o alcance para que profissionais precisem investir;

Atualmente, a média de seguidores da sua página que realmente verão suas publicações através do tráfego orgânico será influenciada pelo número de curtidas em sua página:

- # Menos do que 1.000: 25.1%
- # 1,000 – 10,000: 13.8%
- # 10,000 – 50,000: 10.0%
- # 50,000 – 100,000: 9.8%
- # Mais de 100,000: 7.7%



O QUE FAZER PARA CONSEGUIR MAIS ACESSOS ORGÂNICOS

Como você pôde perceber, o Facebook recebe atualizações frequentes para melhorar a experiência de seus usuários.

Desde a parte visual até a qualidade das informações que são disponibilizadas na timeline, a rede social está em constante evolução e você precisa estar pronto para testar novas possibilidades.

Investir em conteúdos únicos e diferenciados que sejam atrativos para seus seguidores é o ponto chave para o sucesso.

COMO USAR O FACEBOOK PARA SUA EMPRESA

Agora que você já sabe por que deve investir no Facebook e também aprendeu algumas informações valiosas sobre tráfego orgânico, vamos entrar de cabeça em alguns pontos essenciais para o sucesso.

COMO CRIAR UM PERFIL PARA SUA EMPRESA NO FACEBOOK

Para obter sucesso no Facebook não basta criar uma página empresarial de qualquer forma e esperar que seus clientes te encontrem. Existem algumas boas práticas para criar um perfil de empresa que devem ser seguidas e nós preparamos uma lista com os principais pontos que você precisa ficar de olho.

FOTO DE PERFIL

Isso pode parecer óbvio, mas muitas empresas esquecem o poder de uma boa imagem de perfil.

Adicione uma imagem de boa qualidade, que represente sua marca e que seja facilmente reconhecível. Lembre-se que sua foto de perfil será vista por quem curtiu sua página todas as vezes que você fizer um novo post.



FOTO DE CAPA

A foto de capa é o que chamará mais atenção quando alguém clicar na sua página. Ela é uma ótima oportunidade para divulgar mais a sua marca, impressionar seus possíveis clientes e causar impacto.

Você pode contratar um designer para te ajudar a fazer algo incrível, mas também existem ótimas opções online que podem te ajudar a criar uma foto de capa incrível sem gastar.

O [Canva](#) é uma opção muito boa, já que o site vem com templates prontos para você criar uma foto de capa para sua fanpage. Seja criativo e impressione!

Na nossa página você pode ver o uso das dicas que demos sobre sua foto de perfil e sua foto de capa.

Nossa foto de perfil é simples, mas facilmente reconhecível por nossos clientes e todos que conhecem nosso trabalho.

Você pode personalizá-la em datas especiais, usá-la para divulgar novos produtos e promoções e usá-la de várias maneiras criativas!

COMPLETE SEU PERFIL

Agora, complete seu perfil. Lembre-se de não esquecer nenhuma informação importante! Você pode preencher seu perfil na seção “Sobre” e clicar em “Informações da página”.

Siga essa checklist para saber as informações essenciais para colocar no seu perfil.

Você quer que seus potenciais clientes encontrem facilmente informações sobre você. Por isso, não pule esse passo!

Complete a seção sobre você;

Adicione a URL do seu site;

Adicione sua foto de perfil e foto de capa;

Adicione informações iniciais;

Adicione um endereço - se houver um endereço físico;

Escreva sua descrição e missão;

Inclua um número de telefone e/ou endereço de e-mail;

Sempre lembre de atualizar para existir conteúdo em sua página.



ADICIONE COLABORADORES

Se você trabalha com uma equipe e não administrará sua fanpage sozinho, adicionar colaboradores é uma maneira de facilitar seu trabalho e garantir que sua fanpage estará sempre atualizada e funcionando. Os Facebook permite que seus colaboradores assumam os seguintes papéis:

- # **Administrador** – Completo e total acesso. Se você criou a página, esse papel é seu.
- # **Editor** – Pode editar a página, mandar e responder mensagens, postar, criar anúncios, ver quem criou um post e analisar relatórios.
- # **Moderador** – Pode responder e deletar comentários, mandar e responder mensagens, ver quem criou um post, criar anúncios e analisar relatórios.
- # **Anunciante** – Pode ver quem criou um post, criar anúncios e analisar relatórios.
- # **Analista** – Pode ver quem criou um post e analisar relatórios.



DEFINA SEU TOM DE VOZ

Definir o tom de voz com o qual você irá interagir com seu público-alvo **é o que determinará a imagem e reputação que você terá nas mídias sociais.**

Encontrar o tom de voz que você vai utilizar nas suas redes sociais é a maneira de garantir que você está se expressando de acordo com o que sua marca e sua imagem representam.

Então é importante que você tenha essa linguagem definida de maneira precisa.

CHAME A ATENÇÃO DO SEU PÚBLICO

Conteúdo novo e interessante é essencial para manter a atenção do seu público em sua fanpage. Use bons títulos e sempre coloque imagens. Conteúdo visual recebe **37% mais curtidas e engajamento** do que posts sem imagens.

PLANEJE SEU CONTEÚDO

É importante saber exatamente o que você vai postar em sua fanpage. **Não poste qualquer tipo de conteúdo apenas para manter a página atualizada!** Poste apenas coisas que dialoguem com seu público-alvo e com os interesses e necessidades que eles possuem. Planeje, pesquise e poste apenas conteúdo de qualidade.

PROMOVA SUA PÁGINA

Publique ao menos 5 posts antes de convidar seus amigos e conhecidos a curtirem sua página. Uma vez que você fez isso, comece a promovê-la! Convide pessoas a curtirem, coloque-a no seu site, crie promoções ou sorteios... as opções de divulgação são muitas!

Escolha a que encaixe melhor na sua empresa e estratégia.

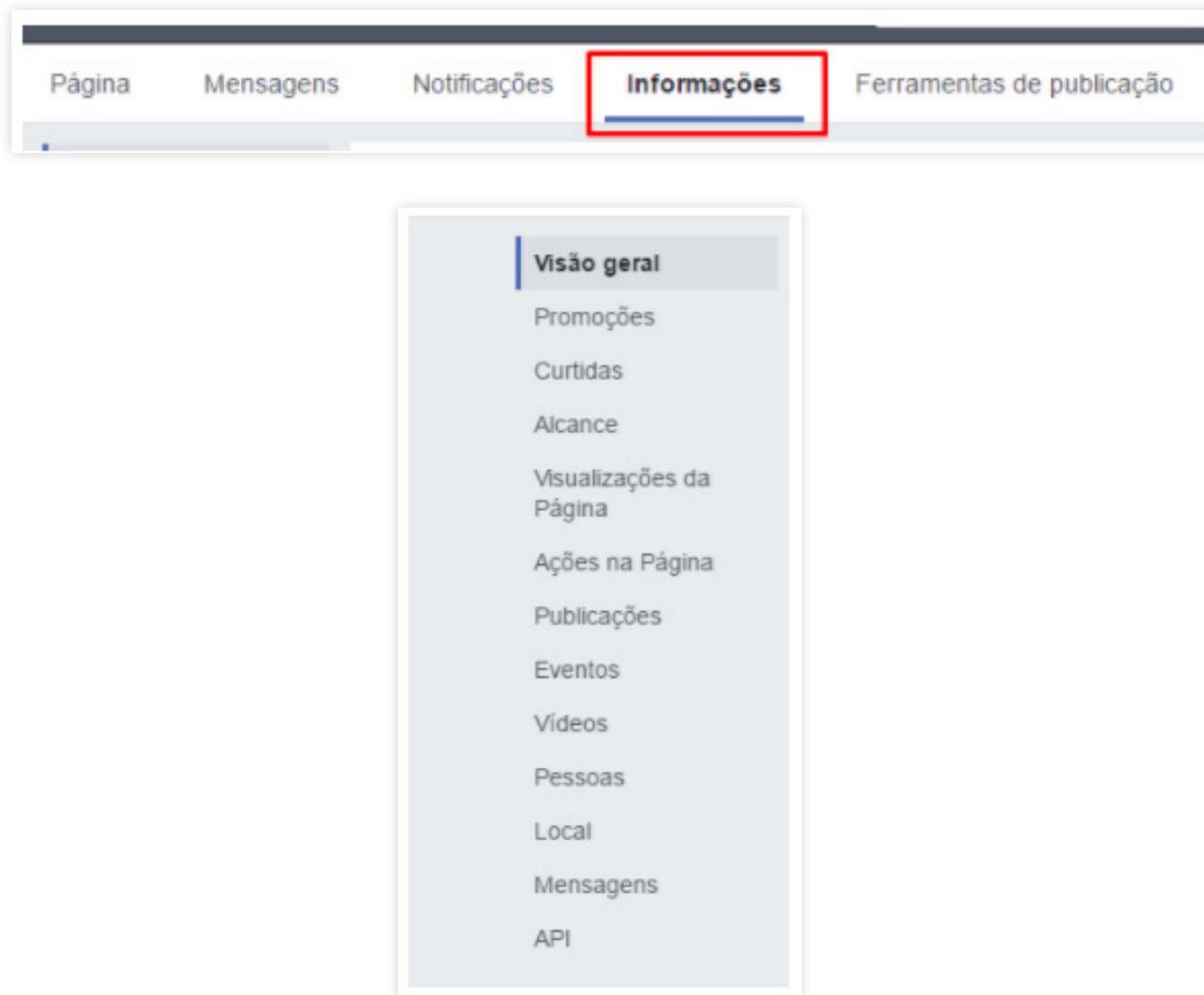
MENSURE SEUS RESULTADOS

Depois de tudo isso, é importante saber o que funcionou ou não para sua fanpage.

O próprio Facebook te oferece relatórios sobre o que gerou engajamento, curtidas e fornece dados demográficos sobre o público que entrou em contato com sua página.

Veja cuidadosamente quais estratégias foram boas e abandone aquelas que não trouxeram bons resultados.

Dentro do Facebook Insights você encontrará todas as suas principais métricas da rede social, podendo analisar diversos fatores:

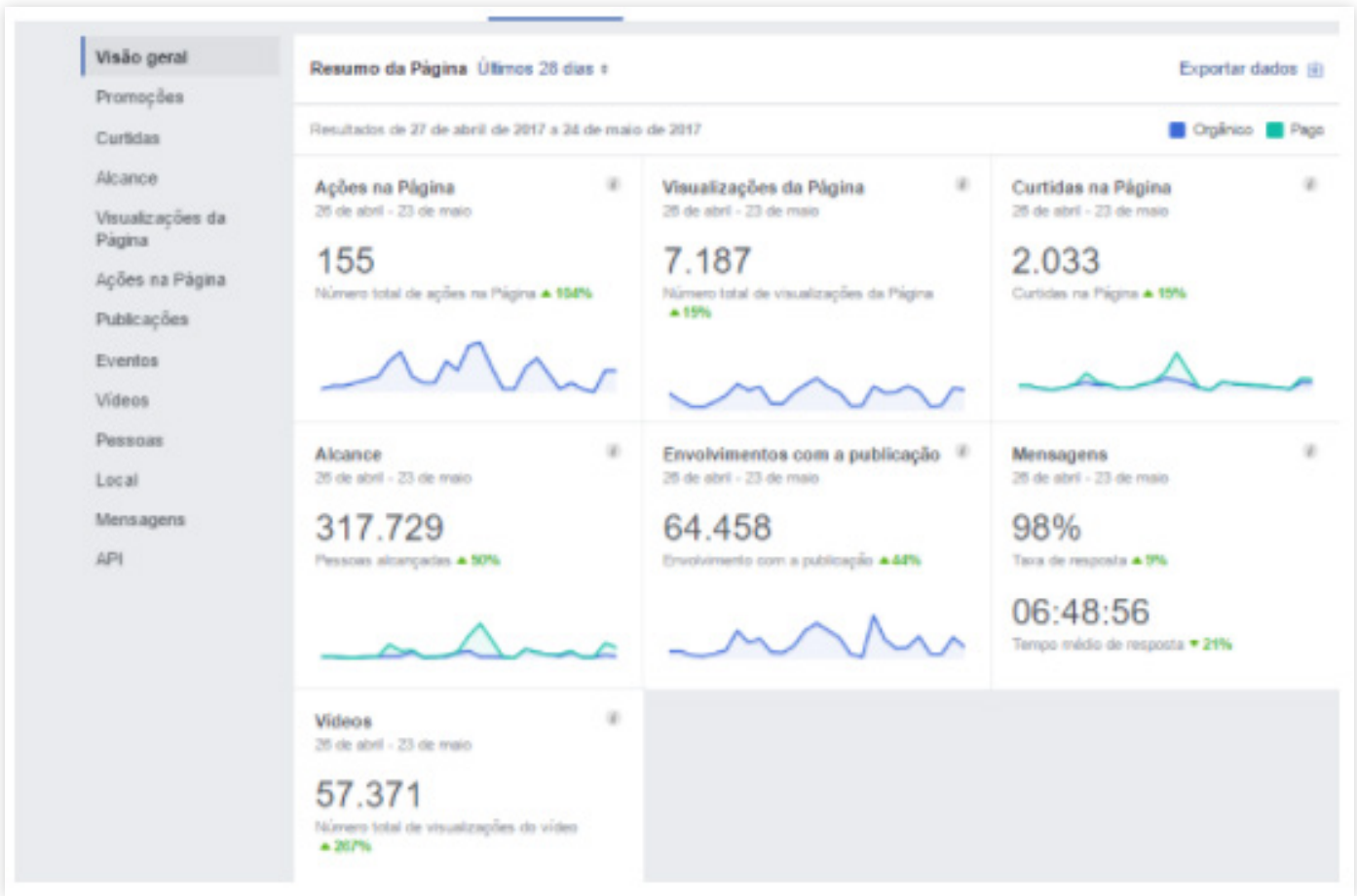


Vamos começar do começo!

VISÃO GERAL

Em “visão geral”, você pode acompanhar o resumo da sua página, com as principais métricas: Ações na Página, Visualizações, Curtidas, Alcance, Envolvimento, Mensagem e Vídeos.

Sugerimos que você dê uma olhada em todas as abas disponíveis no Facebook Insights com bastante cuidado. Hoje, vamos nos focar em Curtidas, Alcance, Publicações e Pessoas.



CURTIDAS

O número de curtidas é a métrica mais básica do Facebook, principalmente para páginas recentes. Ela é um dos maiores indicadores do crescimento de uma página, mas tome cuidado: o número de curtidas/seguidores é uma métrica de vaidade que, sozinha, não significa muita coisa.

Na aba de curtidas, dois dados são muito interessantes: o total líquido de curtidas e onde as curtidas na sua página ocorreram. A parte de “descurtidas” também é muito valiosa: com ela, você consegue entender quais publicações podem ter incentivado um seguidor a desistir de seguir a sua página.

E ao saber onde as curtidas na sua página mais acontecem, você consegue pensar em ações e estratégias para estimular mais curtidas!

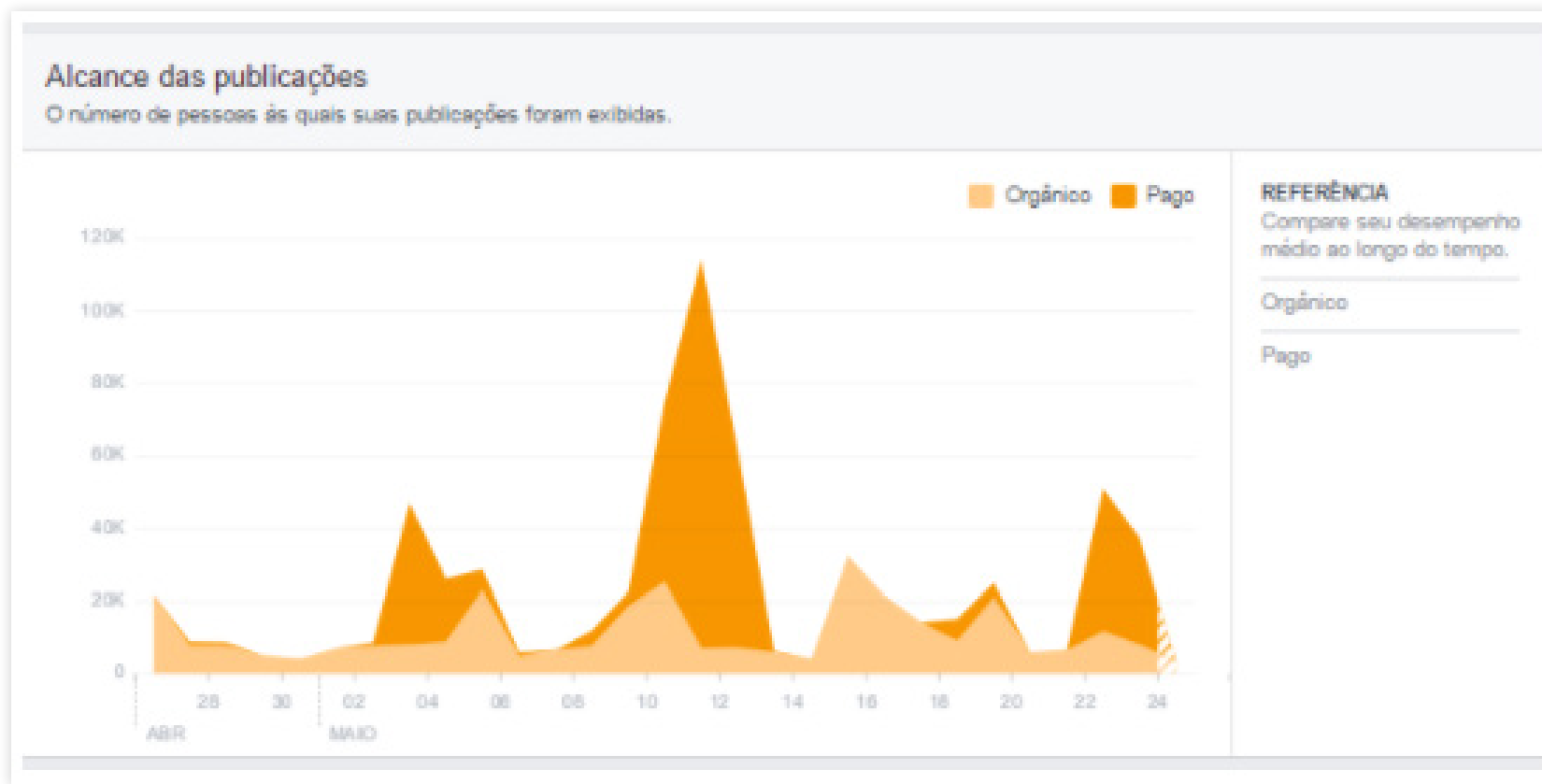


ALCANCE

O alcance é definido pelo número de pessoas que viram suas publicações.

Com o algoritmo do Facebook esse alcance orgânico é cada vez menor!

Veja a diferença entre o alcance orgânico e pago:



Na aba de “Alcance”, a métrica mais interessante é a de ocultar, denunciar como spam e descurtidas. Lá você consegue ver claramente o número de pessoas

insatisfeitas com suas publicações e monitorar os dias em que isso ocorreu. Métricas negativas são extremamente importantes, não se esqueça!



PUBLICAÇÕES

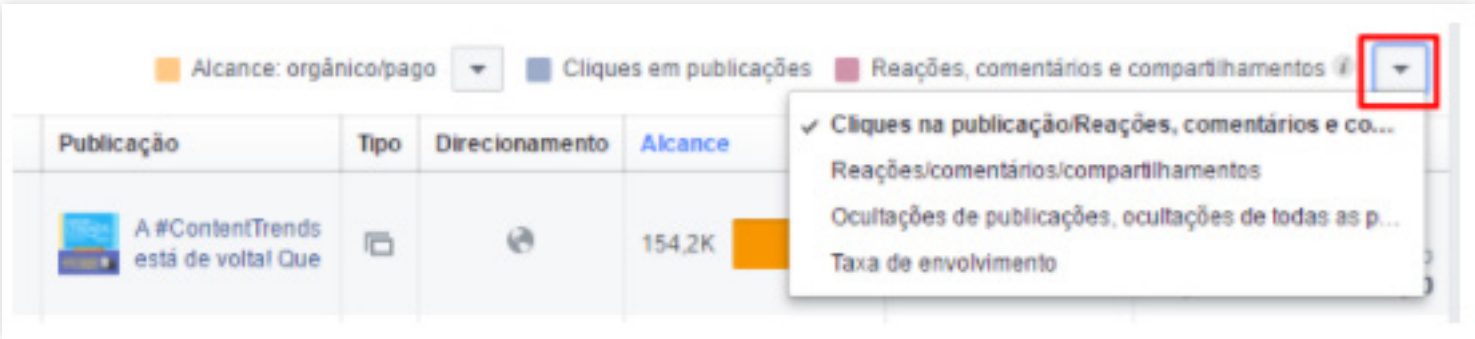
A aba de publicações é extremamente valiosa! Nela, você consegue conferir os dias e horários em que suas publicações possuem mais alcance.



Além disso, clicando na setinha (como na imagem abaixo), você consegue ver o alcance das suas publicações dividindo-as entre alcance e impressões orgânicas e pagas e o alcance entre fãs/não fãs.



Na outra setinha, você consegue segmentar as métricas das sua publicações de acordo com os cliques nas publicações, engajamento, ocultações e taxa de envolvimento.



PESSOAS

A aba de “pessoas” é importantíssima para entender com quem você está conversando na sua página e quem acompanha de verdade suas publicações. Você pode diferenciar entre os fãs, pessoas alcançadas e pessoas envolvidas.

E, POR FIM: INSPIRE-SE!

Não desanime se sua Fanpage não trazer resultados rápidos. Marketing Digital envolve esforço e planejamento e seus resultados acontecem a longo prazo. Inspire-se em páginas de sucesso e não desista! O Facebook, se bem utilizado, pode ser a base do seu sucesso nas Redes Sociais.



TAMANHO DE IMAGENS NO FACEBOOK

Esse ponto é tão importante quanto o próprio conteúdo, afinal, como já dissemos, conteúdos com imagem geram mais resultados que conteúdos apenas textuais.

Vale analisar a diferença entre postar um link que contenha uma imagem ou postar este link dentro do texto e subir uma imagem independente para sua publicação.

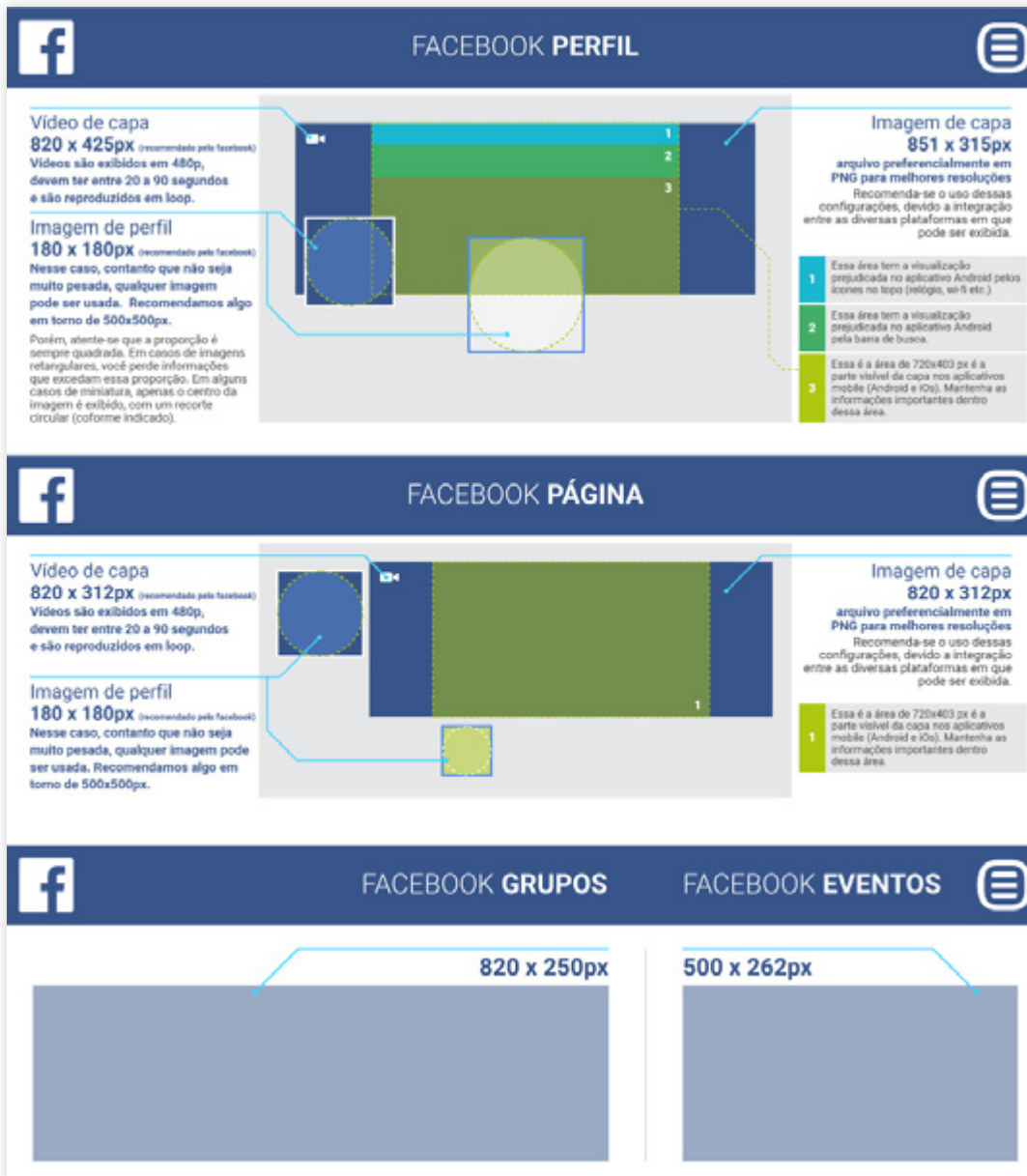
Para uma rápida compreensão, quando o conteúdo que você pretende postar contém um link, esse automaticamente será carregado, mostrando uma prévia do que contém – em geral uma imagem.

Há ainda algumas particularidades a serem observadas.

A pré-visualização das imagens, tanto para retratos ou paisagens, não passa de 398 pixels, seja na horizontal ou vertical. Ou seja, se o objetivo é passar a mensagem já na prévia do anúncio, que é exibido na linha do tempo dos usuários, você deve estar atento a tamanhos que mantenham todo seu conteúdo mesmo com a redução de tamanho prevista.

As definições dos tamanhos de exibição de imagens são diferentes para o uso do Facebook como usuário individual (perfil de pessoa) e para o uso como fanpage.

Sua foto de perfil será redimensionada, não importa o tamanho utilizado dentro da escala aceitável para upload.



O tamanho da foto de perfil do Facebook é de 180 x 180 pixels. Para que sua foto esteja exposta na íntegra, saiba que ela terá que possuir um tamanho quadrangular.

Uma possibilidade interessante é ter sua foto de perfil integrada com a sua foto de capa.

Então, tendo em mente que o tamanho publicado da foto de capa  de 820 x 318 pixels, você pode carregar uma foto com maior largura e altura, como 1230 x 525 pixels, e usar o editor para arrastá-la e sincronizá-la com a sua de perfil.

Lembrando que do topo da sua foto de perfil ao topo da foto de capa há um espaço de 210 pixels.



COMO FUNCIONA O FACEBOOK ADS

Antes de começarmos a falar um pouco mais sobre a plataforma de publicidade paga do Facebook, precisamos deixar claro que aqui você encontrará apenas algumas informações sobre seu funcionamento e características dos anúncios.

Graças à sua base de contatos e milhares de informações sobre cada pessoa, os anúncios do Facebook conseguem ser extremamente direcionados e costumam apresentar melhores resultados, quando criados corretamente.



TIPOS DE ANÚNCIO

Atualmente, existem 10 tipos de anúncios que você podem serem criados no Facebook Ads e Powereditor. Eles são:

- # **Envolvimento:** permite que você impulsione uma publicação da sua página, mostrando-a para um número maior dos seus fãs, aumentando assim o seu número de curtidas/comentários/compartilhamentos.
- # **Reconhecimento de marca:** são anúncios para aumentar a sua base de fãs, estimulando pessoas a curtir a sua fanpage.
- # **Divulgação nas imediações:** para atingir pessoas próxima a você.
- # **Tráfego:** permite que o usuário seja direcionado para o seu website.
- # **Conversões no site:** similar ao anterior, mas é focado nas conversões, e não nos acessos/cliques.
- # **Geração de cadastros:** para coletar informações sobre pessoas interessadas no seu negócio.
- # **Instalações do aplicativo:** permite que você estimule os usuários a instalar o seu aplicativo.
- # **Visitas ao estabelecimento:** anúncios com o objetivo de atrair pessoas para o seu negócios que estão nas imediações.
- # **Visualizações de vídeos:** anúncios para promover vídeos no site.
- # **Venda do catálogo de produtos:** anúncios que promovem uma oferta (é preciso criar uma oferta nova ou usar uma já criada).

Cada uma dessas opções tem um resultado bem diferente e deve ser usada de acordo com os seus objetivos estratégicos. Tenha em mente quais são eles na hora de fazer a sua campanha.

SEGMENTAÇÃO

Também há diversas possibilidades de segmentação dentro do Facebook. As mais importantes são:

Geográfica: permite que seja delimitada uma região específica para a campanha. É muito útil para pequenas empresas com negócios locais, em que anunciar para um público de outra cidade, por exemplo, não faz sentido.

Gênero: se você vende absorventes, por exemplo, pra quê gastar dinheiro mostrando o seu anúncio para homens, não é? É possível especificar um gênero, caso isso faça sentido para a sua campanha.

Idade: caso o seu público tenha uma idade bem delimitada (se você vender brinquedos, por exemplo), é possível ajustar isso.

Idioma: caso você queira falar com pessoas que falam outro idioma do padrão da região selecionada (como imigrantes, por exemplo).

Interesses: aqui inclui os interesses e outras páginas do público que você deseja atingir.

Cargo: você pode selecionar exatamente pessoas trabalhando em uma determinada indústria ou cargo.



Ainda é possível fazer uma campanha mais avançada, usando recursos como o status de relacionamento ou o perfil educacional das pessoas.

Também é possível fazer essa delimitação de acordo com os interesses dos usuários (que eles demonstram através dos seus likes), o que pode ajudar bastante na efetividade da sua campanha.

Ao usar esse recurso, você consegue falar diretamente com um público com valores mais próximos dos da sua empresa e assim converter com muito mais facilidade.

Para obter os melhores resultados com suas campanhas no Facebook Ads é essencial que a segmentação seja muito bem planejada e definida.

Esse estudo e preparação podem fazer uma diferença absurda nos resultados finais sobre valor das conversões ou cliques.

REFERÊNCIAS E INDICAÇÕES DE LEITURA

Apesar de não termos nos aprofundado neste ebook sobre o Facebook Ads, preparamos uma lista com alguns conteúdos de nosso blog que podem te auxiliar e algumas referências externas que certamente serão de grande valia:

[A História do Facebook Ads: Aprenda como tudo começou](#)

[9 dicas para melhorar o CTA dos seus anúncios no Facebook Ads](#)

[5 erros no Facebook Ads que comprometem seus resultados](#)

[Aprenda como montar uma audiência no Facebook Ads](#)

[Facebook Ads ou Google Adwords: qual é o melhor para seu negócio?](#)

[5 mitos do Facebook Ads que você acredita ser verdade](#)

[4 passos para obter bons resultados com a segmentação do Facebook Ads](#)

[60 motivos que podem fazer anúncios no Facebook Ads serem rejeitados ou sua conta banida](#)

[Facebook Power Editor: o que é e como utilizá-lo](#)

[O guia básico de como criar anúncios no Facebook](#)

[Facebook Custom Audiences: Aprenda o que é e como criar a sua!](#)



Referências Interessantes sobre o assunto:

- # **Adespresso:** Blog de uma ferramenta muito interessante para gestão de campanhas no Facebook.
- # **Jon Loomer:** Blog de um dos maiores experts em Facebook Ads do mundo.



OS ERROS MAIS BÁSICOS QUE VOCÊ PODE COMETER NO FACEBOOK

Você criou uma página no Facebook, começou a postar... mas não está conseguindo os bons resultados que esperava com a rede social.

O que fazer nessa situação?

Você pode estar cometendo alguns erros básicos na sua página. Mas não se desespere: eles são todos facilmente corrigidos. Te explicaremos a seguir quais são eles:

IGNORAR OS DADOS DO FACEBOOK INSIGHTS

Nunca veja o Facebook Insights como perda de tempo.

Ter informações detalhadas sobre seu público e postagens é saber como utilizá-las é o diferencial para ter sucesso com Marketing no Facebook.

Como criar postagens sem saber se elas estão atingindo quem realmente está interessado na sua página? Seu calendário editorial e seu planejamento dependem desses dados.

NÃO RESPONDER MENSAGENS, COMENTÁRIOS E POSTAGENS

Já falamos da importância do engajamento sincero com seu público.

E como você pode fazer isso se está ignorando o que eles estão falando na sua página? **Não importa se você recebeu alguma crítica pesada e sem fundamentos:** responda-a com calma e simpatia.

Responda todos os usuários que interagirem com sua marca. Essa é uma oportunidade de criar fãs fiéis e transformar críticos em possíveis seguidores.



FOCAR APENAS EM PROMOVER SEU PRODUTO OU SERVIÇO

Esse é um dos maiores erros que as empresas cometem no Facebook. Tentar jogar uma promoção do seu produto ou serviço em todas as postagens e conteúdos é extremamente cansativo para seu público. Fazer isso vai desmerecer seu produto, que é exatamente o que você não quer que aconteça.

NÃO TER UMA ESTRATÉGIA

Esse erro é extremamente comum.

Não adianta completar seu perfil e postar sem uma estratégia em mente. Fazer isso é atirar no escuro.

Você precisa saber exatamente quem é sua persona, seus desejos, interesses:

- # O que ela procura quando está online no Facebook?
- # Como conversar com ela?
- # Que tipo de linguagem usar?
- # Em quais horários ela está mais presente na rede social?

Defina com clareza o que sua marca busca no Facebook e quem você quer atingir.

Um planejamento bem definido pode ser o diferencial para uma página de sucesso ou mais uma página que é criada e não obtém resultados positivos.



DICAS DE MARKETING NO FACEBOOK

Agora que você já sabe a importância de usar o Facebook como parte da sua estratégia de Marketing Digital e quais erros evitar, vamos te dar algumas dicas matadoras para ter sucesso na rede social.

Aqui separamos 10 dicas importantes, mas tenha em mente que o Facebook é uma rede social que está sempre se modernizando e você **precisa** se manter atualizado.

Sugerimos que você separe as dicas que melhor se encaixam no perfil da sua empresa e faça testes.

Alguma dica não funcionou para você? Parta para a próxima.

Alguma das dicas foi um sucesso tremendo? Amplie-a e a use sempre como parte da sua estratégia.

A palavra-chave, aqui, é foco. Foque-se no que funciona para você e sua empresa.





SEJA MOBILE-FRIENDLY

Em casa, na rua, no carro, no ônibus... em todos os lugares há pessoas usando um celular! Hoje em dia não ter um site mobile-friendly é quase um suicídio para sua marca.

Atualmente **mais da metade das atividades do Facebook são realizadas por um dispositivo móvel.** Sempre que for criar conteúdo para a rede, verifique se ele vai se adaptar bem na tela de um smartphone. Você pode perder oportunidades incríveis se não se adaptar à essa nova era.



ANUNCIE COM UMA CONTA NO FACEBOOK

É possível criar anúncios na rede sem ter uma conta no Facebook, mas seu anúncio aparecerá apenas na coluna da direita na rede social.

Se você pretende conseguir destaque no feed de notícias dos usuários o ideal é anunciar diretamente com uma conta no Facebook.

Já te ensinamos em outra seção deste ebook a usar o Facebook ADS. A ferramenta pode ser uma ótima aliada nas suas estratégias de Marketing no site.

Lembre-se também de adicionar boas imagens aos seus anúncios. Elas são o diferencial para chamar a atenção do seu público.

LEMBRE-SE DA REGRA DOS 80/20

Para quem não a conhece, essa regra segue um princípio muito simples:

80% das publicações realizadas em sua página devem ser sobre outros assuntos de interesse dos seus seguidores e 20% dos posts podem ser de auto-promoção da sua empresa e dos seus serviços.

Em resumo, a cada 10 posts que você fizer, 2 podem ser para a divulgação de seus serviços ou produtos e os outros oito deverão conter conteúdo relevante para seus usuários.

O motivo dessa regra existir é bem óbvio: **seus seguidores não curtiram a sua página apenas para serem bombardeados com promoções e produtos o tempo todo**. Eles querem conteúdo interessante e de qualidade.





HUMANIZE SEU CONTEÚDO

Essa dica é essencial: não trate seus seguidores como se eles fossem a mesma pessoa. Pense neles como seres comuns e individuais, com desejos, problemas e necessidades diferentes.

Crie um relacionamento com as pessoas que curtiram sua página no Facebook. Humanizar seu tom de voz e tratar seus seguidores com intimidade faz as pessoas se sentirem mais confortáveis e seguros com a sua marca.

Identificação faz o seu ser muito mais interessante conteúdo para aqueles que te lêem. Clientes gostam de serem ouvidos. Portanto, a partir de hoje, busque saber a opinião deles sobre assuntos que você posta em sua página do Facebook.

Crie um engajamento sincero e mantenha um diálogo aberto com seus seguidores e você verá que seu conteúdo chamará muito mais a atenção do seu público.



PENSE BEM NAS SUAS CHAMADAS

Seja objetivo e claro nas chamadas que você escreve no Facebook. Texto demais desvia a atenção do usuário e pode fazer com que seu conteúdo seja ignorado.

Lembre-se da dica anterior: considere a experiência do usuário ao escrever uma chamada.

O que pode ser do interesse dele naquele conteúdo? O que ele procura? Para quem você está divulgando? Com essas perguntas em mente crie uma chamada certa e interessante, buscando a atenção e o engajamento dos seus seguidores no Facebook.

PENSE RÁPIDO E MANTENHA-SE ATUALIZADO

Se manter atualizado no que anda rolando e sendo falado por seus seguidores é outro passo importante para o sucesso da sua página.

Viu alguma tendência no seu feed? Não perca o timing e faça alguma postagem sobre isso.

Mas seja atento: a cultura dos memes anda muito rápido. Se você tentar usar algo que já perdeu o pico de popularidade sua página será vista como desatualizada e seus seguidores podem achar que você está forçando a barra.



FAÇA TESTES

Faça testes com horários, frequência de postagens, chamadas e conteúdo.

Para saber o que funciona para você e sua empresa é necessário diversificar sua estratégia.

Pense nas possibilidades do seu público-alvo e faça testes. Talvez um conteúdo postado fora do horário de pico, por exemplo, pode ser uma melhor opção para atingir quem você realmente quer. E você só terá essas informações em mãos se testar todas as alternativas que o Facebook te oferece.

NÃO SE ESQUEÇA DO PODER DAS IMAGENS

Essa dica é um pouco óbvia - falar que imagens promovem maior engajamento no Facebook chega até a ser clichê.

Somos seres visuais e a imagem gera uma resposta rápida para que seu conteúdo seja rapidamente compreendido.

E na rapidez com que o feed de notícias do Facebook é atualizado é importante que você tenha alguma maneira de pegar o foco do usuário para sua postagem – e uma imagem interessante é o caminho mais rápido para isso.



NÃO TENHA MEDO DE ARRISCAR

E, por, último: pense no Facebook como uma ótima oportunidade para mostrar a verdadeira cara e personalidade da sua marca.

Não tenha medo de ser criativo, ousado e interessante - a concorrência atual no Facebook é enorme e somente aqueles que realmente têm um conteúdo interessante ao usuário irão se destacar.

Não perca a sua chance!



AS MELHORES FERRAMENTAS PARA O MARKETING NO FACEBOOK

Sejamos sinceros: um Marketing bem feito no Facebook é algo que pode consumir uma grande parte do seu tempo. Há muito o que se fazer: agendamentos, controle de conteúdo, monitoramento e aplicação dos resultados... a lista é enorme e pode ser um pouco sufocante.

Mas não se desespere! A tecnologia existe para nos ajudar. Redes Sociais, ferramentas e aplicativos sempre funcionaram como parceiros um para o outro. Por que não utilizá-los de maneira conjunta para facilitar sua vida?

Aqui vamos te ajudar com algumas das nossas ferramentas favoritas que vão tirar o estresse diário que pode ser lidar com Marketing diário no Facebook.

HOOTSUITE

O Hootsuite é conhecido por sua diversidade e mil utilidades no gerenciamento de redes sociais. Uma das ferramentas mais avançadas do mercado, ela permite que você poste, agende e monitore o resultado de suas contas.

Em sua versão gratuita ela permite que você adicione 3 redes sociais, o que é perfeito para pequenas e médias empresas.

Hootsuite

Aprimore sua estratégia online e torne seu empreendimento um sucesso nas mídias sociais

A Hootsuite o ajuda a promover sua marca, gerar leads de qualidade e aumentar o tráfego de seu website, através de um único painel.

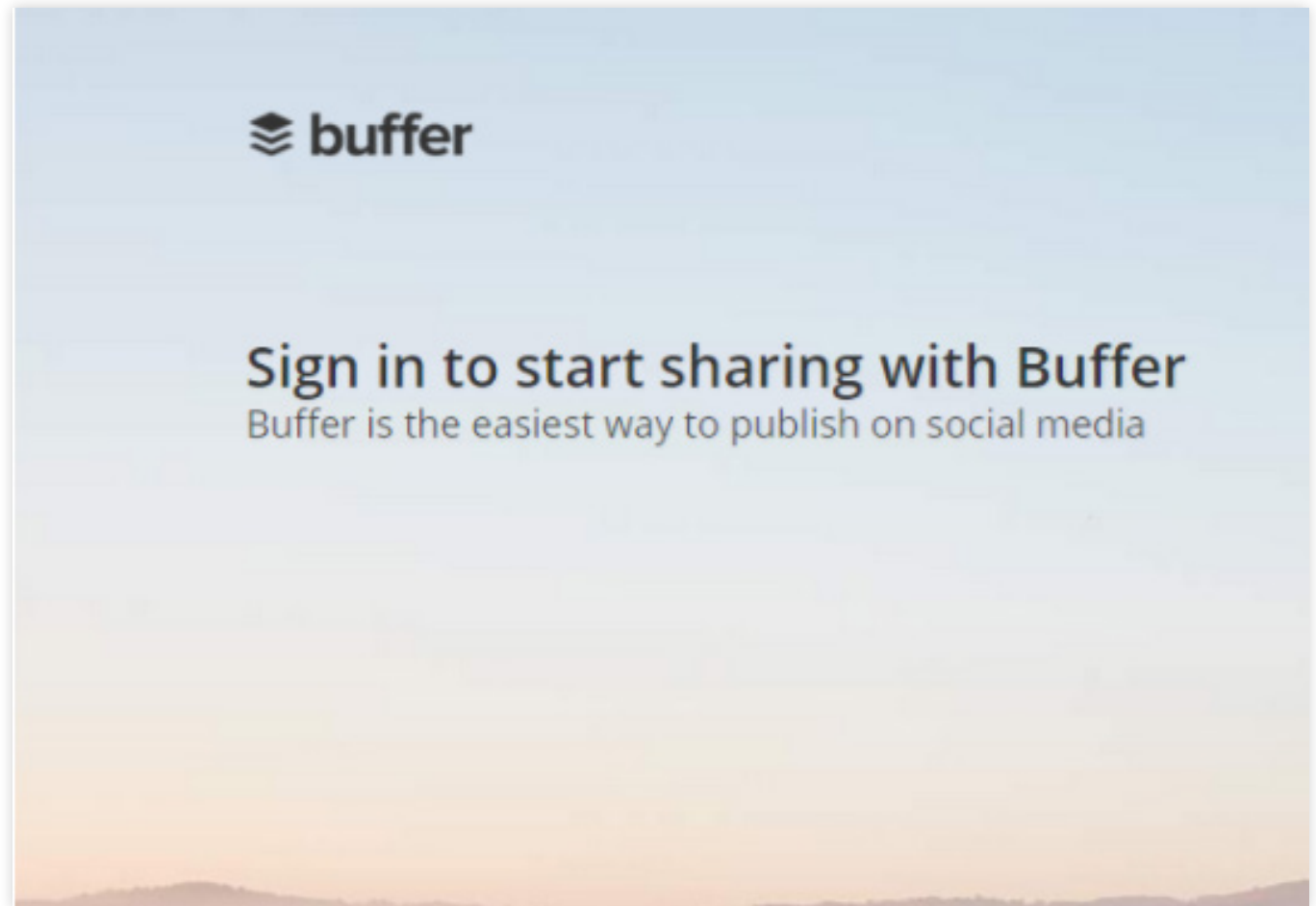
Plan	Funcionários	Descrição	Ação
Hootsuite Pro	de 1 a 500 funcionários	Para empresas de pequeno e médio porte, ou agências que precisam de uma solução robusta em mídias sociais. Saiba mais.	Comece o teste gratuito
Hootsuite Enterprise	500 ou mais funcionários	Para empresas de grande porte ou entidades governamentais que buscam uma ampla solução em mídias sociais. Saiba mais.	Solicite uma demo

BUFFER

Para ter qualquer rede social de sucesso você precisa ser ativo nela – e manter uma postagem constante de material de qualidade é importante para qualquer estratégia de Social Media. Mas com as tarefas do dia a dia isso pode ser esquecido.

E é aí que o Buffer entra. Ele permite que você agende o dia o horário de qualquer postagem no Facebook (além de outras redes sociais).

Você pode modificar o conteúdo quando desejar. A ferramenta faz o resto do trabalho por você, simplificando (e muito!) o processo de postagem de conteúdo.

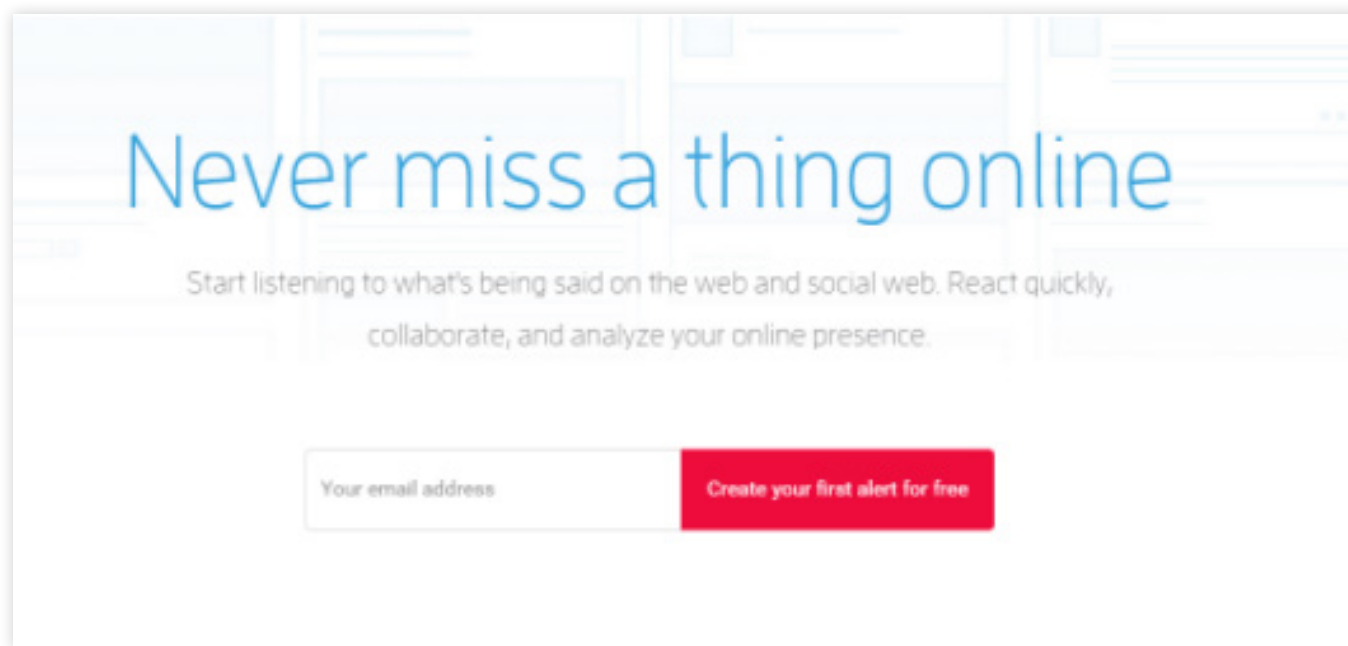


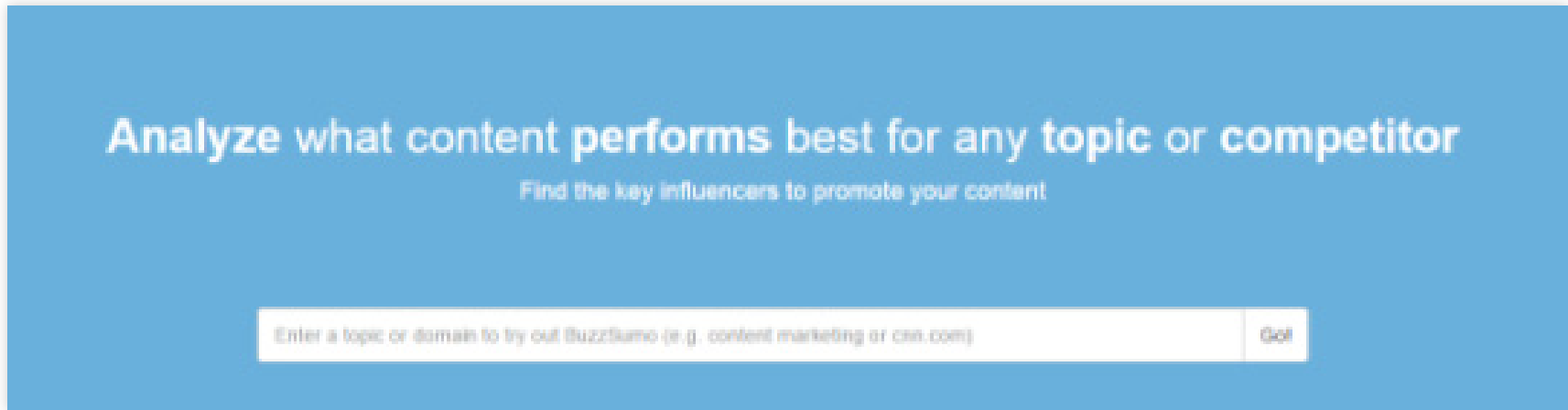
MENTION

Isso deveria ser anotado por toda empresa nas redes sociais: seus clientes e seguidores irão compartilhar a experiência que tiveram com sua marca (seja ela boa ou ruim) com outros consumidores.

E isso é notável: quantas vezes você já não viu um amigo reclamando sobre um serviço ruim de alguma empresa no Facebook?

O Mention serve exatamente para isso: monitorar em tempo real o que estão falando sobre sua marca. Assim, você pode acompanhar o que seus clientes andam pensando e ainda responder rapidamente qualquer crítica, elogio ou sugestão.





BUZZSUMO

O Buzzsumo funciona como uma espécie de pesquisa para sua marca. Ele te mostra quais são as palavras-chave e temas mais procurados pelos usuários.

Assim você pode acompanhar tendências, ver o que seu público-alvo anda compartilhando e quais palavras-chave trouxeram resultados para a sua marca.

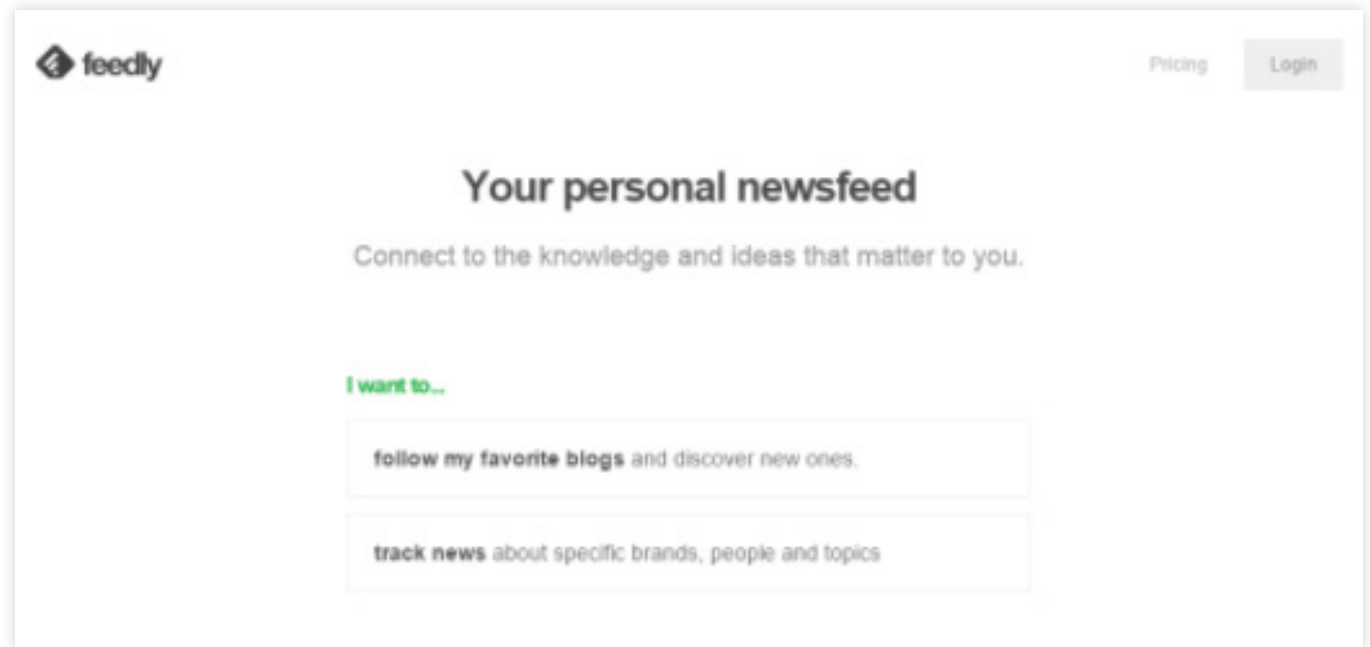
FEEDLY

O Feedly é uma ferramenta RSS que permite a adição e manutenção de conteúdo como sites, blogs, etc.

Assim, você pode manter todo conteúdo interessante para você em um só site – o que facilita (e muito!) com que você e sua equipe estejam sempre atualizadas com as tendências do mercado.

É uma maneira incrível de sempre saber o que seus concorrentes andam fazendo e obter ideias novas de postagem para suas redes sociais.

A ferramenta também permite que você compartilhe publicações nas redes sociais que preferir.





POCKET

O Pocket é um aplicativo simples e objetivo feito para armazenar conteúdos que podem ter chamado a sua atenção mas que você não pode ler no momento – sendo uma maneira fácil de salvar e recuperar artigos e posts interessantes.

Outra ótima maneira de se manter atualizado para criar conteúdos incríveis no Facebook sem gastar muito tempo da sua agenda.



QUINTLY

Marketing Digital e análise de dados andam de mãos dadas. A análise e mensuramento de seus resultados é a maneira mais eficaz de medir o que funcionou ou não na sua página do Facebook – e investir nas estratégias que estão dando certo.

Se você está planejando uma nova estratégia para suas redes sociais é essencial que você faça um benchmarking dos seus competidores. E é isso que o Quintly vai te ajudar a fazer: o aplicativo é incrível para o planejamento de novas campanhas em redes sociais.



PIKTOCHART

Já falamos que utilizar imagens em suas postagens no Facebook são a forma mais fácil e rápida de impactar seus leitores.

O uso de materiais diversos e interessantes também entra nessa jogada como essencial para criar um conteúdo de qualidade.

E o uso de infográficos entra nessa lista: são peças informativas, com um design atrativo e que rapidamente ensinam o leitor e potencial cliente sobre assuntos que podem lhes interessar.

E o Piktochart é seu parceiro nisso: ele disponibiliza inúmeros templates, tipografias e cores, facilitando a criação de um infográfica de maneira simples e objetiva, sem dor de cabeça.



Easy-To-Use Infographic Creator
Discover how non-designers are creating beautiful infographics in as little as 10 minutes

- ✔ Point and click editor makes it easy, even for non-designers
- ✔ Choose from over 400 templates, icons and graphics
- ✔ Use our extensive image library or upload your own
- ✔ Unlimited customisation to make your infographic unique
- ✔ Create professional infographics, reports, marketing materials
- ✔ Publish your creation online or print out in glorious high resolution

START FOR FREE
(Free Lifetime Account - No Credit Card Needed)

CANVA

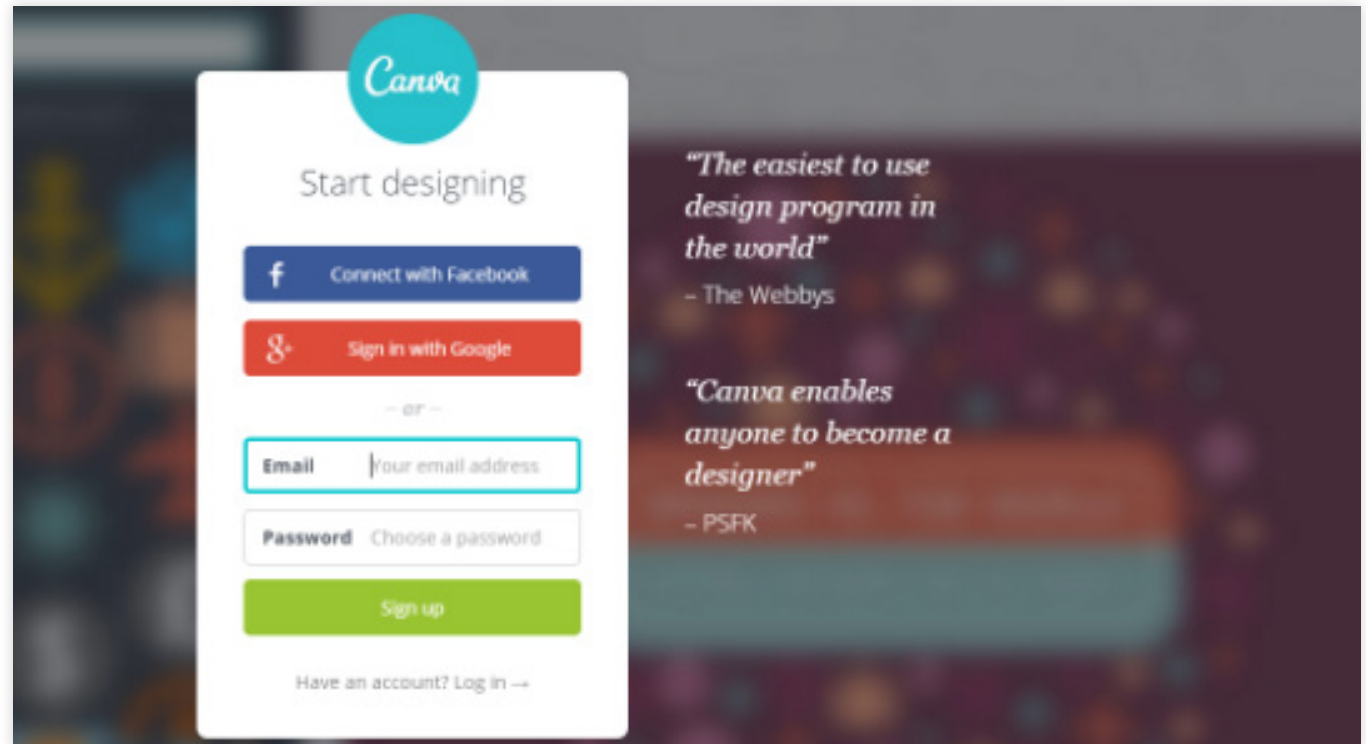
Assim como o Piktochart, o Canva existe para te ajudar a criar imagens com um design de qualidade mas de uma forma simples e rápida.

O site oferece uma grande variedade de imagens gratuitas, ícones, gráficos, tipografias e etc.

Além disso, ele te auxilia com o tamanho ideal de cada imagem.

Quer postar uma foto de perfil ou foto de capa no Facebook, por exemplo? O Canva tem os modelos prontos para você!

Basta ser criativo e ter um senso estético que essa ferramenta virará sua nova melhor amiga na produção de imagens para suas postagens nas redes sociais.





EMPRESAS QUE FAZEM UM MARKETING INCRÍVEL NO FACEBOOK

Depois de tudo que te mostramos até agora, você deve estar se perguntando: mas como aplicar tudo isso na minha página no Facebook?

Um das respostas mais simples pra essa pergunta é: se inspirando.

Fique de olho nas empresas que fazem um Marketing incrível no Facebook e que usam a rede social como uma de suas principais estratégias de Marketing Digital.

Separamos aqui quatro grandes exemplos de empresas que sabem como usar o Facebook a seu favor:



COCA-COLA

Com 106 milhões de curtidas no Facebook, é impossível não mencionar a gigante dos refrigerantes, a Coca-Cola, como parte de uma das empresas mais bem sucedidas na rede social. A marca já estabeleceu uma presença de peso no site.

Se você tem dúvidas sobre como aplicar um tom de voz específico, diferenciação de formatos e diversificação do seu conteúdo, recomendamos fortemente que você dê uma olhada na [página da marca](#).



ENDEAVOR BRASIL

A **Endeavor Brasil** é um ótimo exemplo de uma empresa que sabe dialogar de maneira eficaz com seu público-alvo. Seu conteúdo é de qualidade e extremamente informativo.

The image shows a Facebook post from Endeavor Brasil. The post text reads: "No início de qualquer negócio, o mais importante é validar sua hipótese de crescimento: <https://endeavor.org.br/cursos/construir-empresa-certa/>". Below the text is a diagram with a dark blue background and white text. The diagram is titled "Como criar produtos que seu consumidor pagaria para ter?". It consists of three main colored boxes: a teal box at the top, an orange box in the middle, and a teal box at the bottom. Each box is divided into two sections. The top teal box contains "PROBLEMA" (Que problema nós resolvemos?) and "PÚBLICO" (Para quem estamos trabalhando?). The middle orange box contains "VISÃO" (Por que estamos fazendo isso?) and "ESTRATÉGIA" (Como estamos fazendo?). The bottom teal box contains "OBJETIVOS" (O que queremos realizar?) and "MONITORAMENTO" (Que resultados já atingimos?). Curved arrows on the left and right sides connect the boxes, indicating a cyclical process. At the bottom of the diagram is the Facebook logo and the text "endeavorbrasil". Below the diagram are the standard Facebook interaction buttons: "Curtir", "Comentar", and "Compartilhar".

PONTO FRIO

A **Ponto Frio** criou um personagem fictício, o Pinguim, para interagir com seus seguidores nas redes sociais.

E isso não poderia ter dado mais certo: o Pinguim é um fenômeno nas redes sociais. A empresa sabe equilibrar a descontração do personagem com ofertas e divulgação de produtos.

Um ótimo exemplo de como ser criativo e inovador no Facebook.



NATURA

A página no Facebook da **Natura** é um grande exemplo de engajamento com seu público. A marca chama seus seguidores a participarem ativamente da página a todo o momento.

Além disso, seu conteúdo é diversificado e de extrema qualidade, mostrando os diversos lados da Natura como marca.

Natura
13 de novembro · 🌐

Nosso Natal tem mais brilho. Nossas árvores, outras formas. Nossa festa toca sino, toca sambas. Cada casa tem o seu Natal, é da nossa natureza fazer diferente. Viva a Beleza de todos os Natais do Brasil. Escolha aqui seu presente de Natal: <https://goo.gl/xrIjpd> #EsseÉMeuNatal

Nossa festa toca sinos, toca sambas.

11 M visualizações

CONCLUSÃO

O Facebook é uma rede social essencial para o sucesso de qualquer estratégia on e offline. Graças ao incrível alcance que a rede consegue atingir, milhares de empreendedores e profissionais de Marketing fazem uso do Facebook diariamente.

Não existe uma receita de bolo que lhe garantirá retornos imediatos, mas todas as dicas que demos neste material, quando utilizadas com perfeição, certamente conseguem gerar ótimos resultados.

Outro ponto que deve ser reforçado é que não adianta ficar apenas lendo e estudando sobre as melhores práticas. **A melhor forma de obter bons resultados fazendo Marketing no Facebook é testando você mesmo.**

Coloque em prática as dicas que listamos aqui.

Atualize o perfil de sua empresa, compartilhe conteúdos relevantes para seu público e capriche na campanha de Facebook Ads. Temos certeza que você ficará contente com os resultados que obtiver!

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.