

WEBTEC TECHNOLOGIES

NO MERCADO DESDE 2010

ESTRATÉGIAS DE SUCESSO

facebook

POR MAYKON SILVEIRA



WWW.WEBTECPR.COM.BR

Introdução

Apesar de ter surgido como uma plataforma social, hoje o Facebook já é uma das mais poderosas ferramentas usadas em todos os tipos de estratégias de Marketing Digital.

Ele é a maior rede social do mundo, com mais de um bilhão de usuários, e se adaptou ao mercado para oferecer diferentes possibilidades para empresas que desejam usar a plataforma como meio de divulgação e contato com o seu público.

Por aproximar empresas e clientes, permitir interação entre usuários e páginas empresariais e ter uma ferramenta própria e muito eficiente de mídia, o Facebook pode ser essencial para o sucesso de novos negócios.

Para isso, é preciso ter conhecimento sobre a plataforma e saber como usá-la em diferentes estratégias.

Para você que deseja se tornar um empreendedor ou quer aperfeiçoar suas ações em Marketing Digital, eu reuni neste e-Book as principais estratégias de sucesso com Facebook que já foram testadas e aprovadas em vários negócios.

WEBTEC TECHNOLOGIES

DESDE 2010

ERROS QUE TODO INICIANTE COMETE



Tão importante quanto saber o que fazer dentro do Facebook como empresa, é entender, antes de tudo, quais são os erros mais comuns de quem está começando a atuar na plataforma para não repeti-los em sua estratégia.

Como eu tenho contato com muitos empreendedores iniciantes e como eu mesmo comecei a usar o Facebook sem saber qual era a melhor estratégia, consegui coletar quais são as principais falhas que as pessoas geralmente cometem e explicarei a seguir como você pode fazer para fugir delas.



Falta de Meta



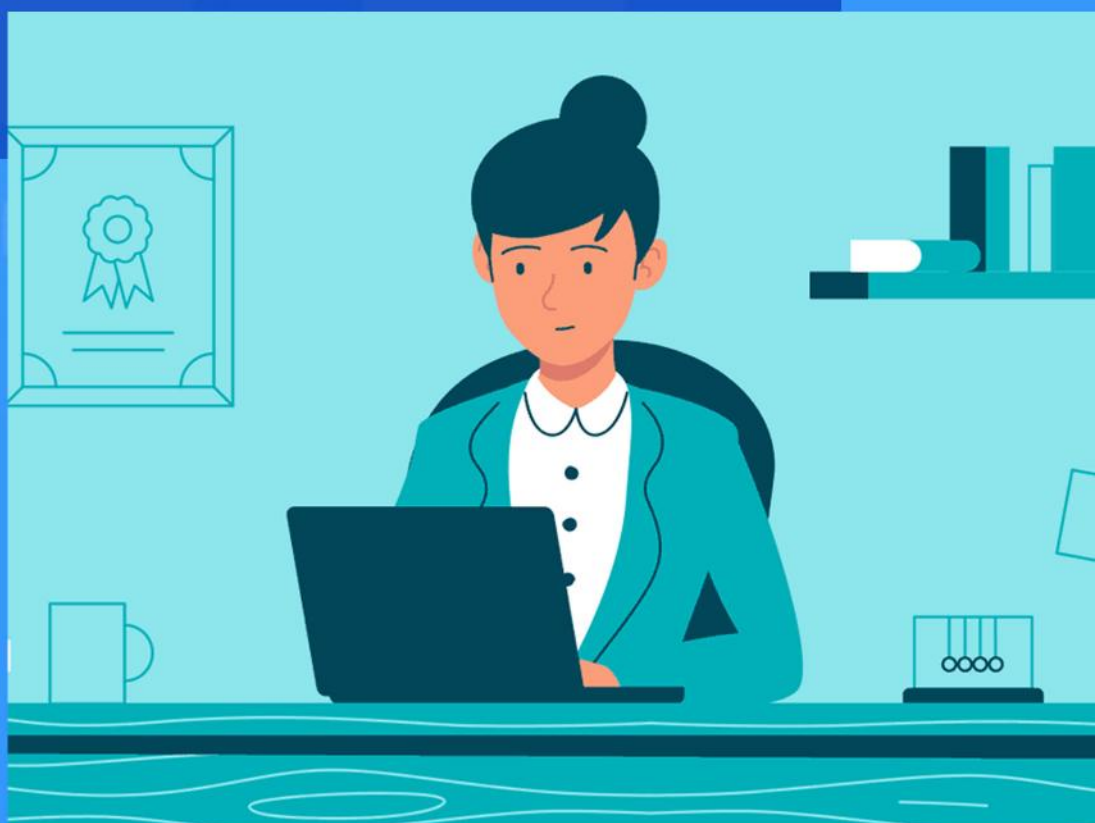
Não ter uma meta de aumento de audiência é um dos erros mais básicos de muitas empresas que atuam no Facebook. Ao deixar em aberto o número de fãs que você quer ter em um determinado espaço de tempo, o seu esforço não é focado nem acompanhado.

Ao determinar um objetivo, você age mais, corre atrás de um número e planeja ações específicas, direcionadas e mais assertivas. Isso te impede de ficar acomodado e conformado com o que já tem.

Não ter frequência de postagens

Não adianta publicar apenas quando você quer ou quando tem um tempo. Para manter seus fãs engajados com a sua página é preciso ter consistência e comprometimento.

Faça publicações diárias e use o Facebook Insights para saber quais são os picos de horários que sua audiência acessa a sua página.



Não agregar valor para a audiência



Tudo bem que na dica acima eu recomendo que você faça publicações frequentes.

Contudo, não é para postar qualquer tipo de conteúdo apenas para cumprir um cronograma. É preciso entregar materiais que tenham valor para a sua audiência.

É preciso aliar consistência com conteúdos que agregam valor.

Vivendo e Aprendendo

A lição que você deve levar deste capítulo é que você é responsável por criar a cultura da sua audiência.

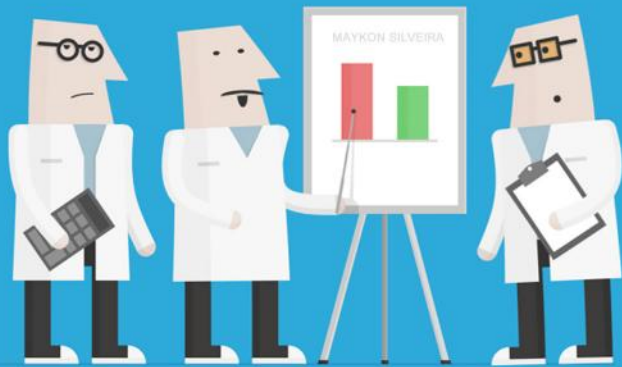
E você pode fazer isso oferecendo algo gratuito ou até mesmo vendendo para o seu público, basta que você seja transparente, tenha comprometimento e consiga oferecer algo valioso para o seu público através do seu conteúdo.

WEBTEC TECHNOLOGIES

DESDE 2010

LIÇÕES CONTRAINTUITIVAS PARA GANHA FÃS

Lição 1 - Vale mais a pena ter uma página no seu nome do que no nome da sua empresa



Ainda que você precise ter uma página com o uso particular e não tem as mesmas funcionalidades da página de business.

A lógica em ter uma página empresarial com o seu nome e imagem é bem simples: as pessoas sentem mais afinidade e tendem a curtir mais as publicações quando elas são associadas a uma pessoa e não à uma empresa.

As pessoas sentem mais afinidade e tendem a curtir mais as publicações quando elas são associadas a uma pessoa.

LIÇÕES CONTRAINTUITIVAS PARA GANHA FÃS

Lição 2 - Faça a repostagem de conteúdos campeões.



No background de Youtube todo conteúdo que é publicado pode ser buscado e acessado a qualquer instante.

Porém, no Facebook, o mecanismo é diferente e, em vez de buscador, ele funciona como um feed que alimenta os usuários com conteúdos em diferentes formatos.

No Facebook, as pessoas não procuram por conteúdos antigos e é por isso que nessa plataforma as publicações têm um prazo de validade de algumas horas ou um dia, no máximo. Logo, muitos dos seus conteúdos não são vistos pela maioria dos seus fãs.

É por isso que uma estratégia assertiva é republicar os conteúdos campeões na sua página.

Ao publicar novamente um material que teve muito engajamento na sua página, você dá a oportunidade para que novas pessoas consumam e interajam com ele.

Você não precisa, nem deve, parar de postar novos conteúdos em sua página do Facebook. Mas, ao intercalar as publicações novas com aquelas que você sabe que dão resultado, conseguirá alavancar o alcance das suas postagens.

E antes que você me pergunte quanto tempo precisa esperar até repostar um conteúdo, eu já adianto que não existe uma métrica precisa para isso. Mas, como referência, você pode esperar um mês para voltar a publicar o mesmo material.

LIÇÕES CONTRAINTUITIVAS PARA GANHA FÃS

Lição 3 - É importante investir

Por mais que você deseje ter um crescimento natural e orgânico, é preciso que entenda que por trás do Facebook existe uma empresa com fins lucrativos.

Por isso, é essencial que você invista nessa plataforma para poder alcançar mais pessoas.

Mas, ao contrário do que possa estar imaginando agora, você não precisa investir milhões para ser visto por seu público. Você pode começar aplicando pouco dinheiro, nem que seja R\$ 1 por dia. Isso fará com que a sua página cresça de maneira gradativa.



INVESTINDO EM FACEBOOK ADS



No último tópico do capítulo anterior, você pode entender melhor sobre a importância de investir no Facebook. Então, para este capítulo eu separei algumas dicas para te ajudar a elaborar suas campanhas em Facebook Ads.

Se você já investe em outros tipos de mídias digitais, como o Google Adwords, por exemplo, a primeira coisa que deve ter em mente é que o Facebook Ads tem uma lógica bem diferente.

Enquanto no Google, as pessoas já estão buscando um determinado produto ou serviço, no Facebook elas estão consumindo informação e entretenimento.



Por isso, a abordagem nessa plataforma social deve ser diferente.

Ao pensar em uma estratégia de mídia para Facebook, primeiro você deve conquistar a confiança do seu público antes de fazer uma oferta.

INVESTINDO EM FACEBOOK ADS



Um diferencial do Facebook como plataforma de mídia é que a própria rede te oferece todas as informações que você precisa sobre o seu público para que faça uma comunicação assertiva. Você consegue segmentar suas campanhas por gênero, localização, diversos tipos de interesse e muito mais.

Graças à profundidade dessas informações que o Facebook pode oferecer sobre os seus usuários, ele é uma plataforma de mídia muito interessante para qualquer negócio. Ainda mais se considerarmos que o custo por lead em Facebook Ads é muito mais atrativo quando comparado ao próprio Adwords, o que o torna uma opção bem atrativa para quem tem pouco dinheiro para começar a investir.



TIPOS DE ANÚNCIOS

Se você nunca se aventurou a fazer uma campanha no Facebook, é preciso saber que a plataforma oferece diferentes possibilidades de anúncios de acordo com o objetivo da sua ação.

Reconhecimento da Marca

Você pode fazer anúncios para alcançar pessoas mais propensas a prestar atenção nos seus conteúdos e engajar com a sua marca.

Conversão

Anúncios otimizados para que as pessoas impactadas executem ações específicas em seu site, como cadastrar-se ou até mesmo comprar um produto.

Engajamento

É quando você impulsiona uma publicação na sua página para que o público desejado seja impactado e interaja com ela.

Geração de Cadastro

Com este tipo de anúncio você pode adicionar um formulário em sua mídia para coletar as informações que precisa sobre um determinado público.



TIPOS DE ANÚNCIOS

Visitas

Anúncios direcionados para levar pessoas para sua loja ou estabelecimento físico.

Visualizações de vídeos

Faça anúncios com vídeos para chamar a atenção do seu público.

Tráfego

Anúncio específico para fazer com que pessoas acessem o seu site.

Alcance

Anúncios que têm o objetivo de alcançar pessoas que possam ter interesse no seu negócio.

Anúncios para instalação de aplicativos

Usado para instigar usuários a baixarem e instalarem aplicativos e jogos.



Estratégia simples para gerar novas leads.

Com tantas possibilidades de anúncios e segmentações, elaborar uma estratégia eficaz logo de início, dentro do Facebook, é um verdadeiro desafio para qualquer empreendedor. Por isso, vou dividir com você uma ação que deu muito certo.



É preciso ressaltar que nas ações em Facebook Ads deve ser usada a lógica do Marketing de 2 passos. Ou seja, primeiro eu chamamos a atenção para só depois fazer uma oferta.

Por isso, as campanhas mais estratégicas são voltadas para conquista de leads. E o desafio, a cada nova campanha, é pensar em como conseguir leads com escala.

Segmentação.

No começo, quando colocávamos uma campanha no ar, a segmentação era voltada para públicos ultrasegmentados. Como assim?

Além de direcionar para os fãs da página, também direcionávamos a campanha para as pessoas que assistiram a pelo menos 50% de algum dos vídeos publicados.



Porém, percebemos que ao limitar as campanhas apenas para públicos ultrasegmentados, não conseguimos escalar o investimento. Por isso, também começamos a anunciar para públicos com interesses parecidos com os das pessoas dos dois grupos (de fãs e de vídeos).

Acontece que depois de um tempo, essa estratégia parou de trazer resultado.

Quando você faz campanhas de conversão, você coloca um pixel na página onde o usuário deve converter para que o Facebook saiba o que você entende como conversão.

E, existe uma teoria de quem trabalha com anúncios, que quando você tem uma massa crítica de pessoas que já converteram, o próprio Facebook entende como são essas pessoas e ele próprio otimiza as campanhas para converter.

Foi então que testamos essa hipótese. Para isso, fizemos uma campanha à parte, com segmentação aberta para todo o Brasil, excluindo os fãs da página e as pessoas que assistiram aos vídeos.

O Resultado ?

1.889 novas leads em 24 horas.



A lógica por trás dessa estratégia é que estamos deixando o pixel do Facebook trabalhar. Como consequência, a própria plataforma está encontrando as pessoas ideais. Incrível, não acha?

Mas nem sempre foi assim...

Até chegar a estratégias de sucesso como essa que eu acabei de mencionar, eu também cometi erros. E um dos mais significativos é que quando eu fazia uma campanha no Facebook que me retornava leads muito caras, eu logo a desativava. Você também já fez isso?

É normal pensarmos que o custo de uma lead é muito alto porque a campanha está atingindo um público que não está interessado naquilo que oferecemos. Mas não é bem assim.



Então quer dizer que mesmo que a campanha esteja devolvendo uma lead cara, eu devo continuar investindo nela?

A resposta é sim, só que não com o mesmo valor inicial!

A premissa é a seguinte:

Suponha que eu tenho uma audiência representada por um círculo.

Para eu atingir todo esse público eu preciso investir R\$ 1 mil.

Porém, eu só tenho R\$100.

Então, o Facebook só vai conseguir atingir um pedaço dessa audiência.

A grande sacada é que ao investir R\$ 100 em um público que precisava atingir com R\$ 1 mil, o Facebook não vai te dar 10% dessa audiência. Na verdade, ele vai te entregar O MELHOR 10 %, o mais REATIVO, com

MAIOR POTENCIAL DE CONVERSÃO.

Então, quando você começar uma campanha que não esteja te trazendo um bom resultado, em vez de desativá-la, você deve investir menos. Pois ao gastar menos, você terá menos leads, mas que podem ser mais qualificadas.

Logo, a palavra-chave do sucesso é OTIMIZAÇÃO

É preciso fazer um esforço constante para aumentar ou diminuir o investimento em suas campanhas até que as leads chegam a um custo que você considera ideal. E isso vale pra qualquer segmento ou estratégia.

Gostou deste Ebook?

Deseja continuar recebendo conteúdos de valor como este?

Curta nossa página e siga-nos:

<https://www.facebook.com/WebtecTechnologies/>

Se inscreva em nosso canal para receber novidades:

<https://www.youtube.com/user/webtecpr>

Site: webtecpr.com.br e
webtectechnologies.com.br

Fone: (41) 3088-4418

E-mail: contato@webtecpr.com.br

Maykon Silveira Webtec Technologies

Direcionando sua empresa para o caminho do sucesso!

Tudo que você procura a um clique.