GUIA DE REDES SOCIAIS

emotive
COMUNICAÇÃO

SUMÁRIO

Introdução 3

Capítulo 1: Comunicação Digital – Por onde começar? .. 6

Capítulo 2: Como trabalhar o conteúdo 9

Capítulo 3: Relacionamento e Geolocalização 13

Capítulo 4: Promoções 16

Conclusão 19

Sobre a Emotive Comunicação 20

INTRODUÇÃO

Olá, bem-vindo ao nosso primeiro ebook sobre marketing digital. Resolvemos compartilhar nossos conhecimentos na área, pois percebemos que a maioria dos segmentos do mercado ainda apresentam um grande despreparo, apesar das redes sociais serem uma ferramenta indispensável para qualquer negócio nos dias de hoje.

Administrar uma empresa é um grande desafio. Além de ter que cuidar da parte gerencial, do serviço, do ambiente e do produto em si, é preciso pensar em muitas outras coisas. Dentre elas, uma das mais importantes é a elaboração de um bom planejamento e execução de uma estratégia de marketing. Afinal, do que adianta tudo estar funcionando corretamente se os clientes não chegarem até a sua empresa?

Porém, fazer "marketing, não é tão simples, pois esse não é o seu foco na rotina diária. Não basta pensar que um site ou que distribuir panfletos nas cidades resolverão a necessidade da sua organização conquistar o público esperado. Os esforços de marketing devem ser focados onde seu público-alvo estiver e precisam ser pontuais.

INTRODUÇÃO

E sem dúvida alguma, o social media marketing é das principais ferramentas de marketing para uma empresa firmar a sua presença de marca. Não acompanhar essa tendência de comunicação online pode até prejudicar os negócios de qualquer empreendimento, independente da sua área de atuação.

As redes sociais podem ser grandes aliadas, pois hoje todos estão nas redes sociais. Com as ferramentas e estratégias corretas você pode direcionar seus esforços em marketing para o público que lhe interessa.

Neste ebook, abordaremos os principais aspectos que toda empresa deve conhecer para começar um bom trabalho de comunicação nas redes sociais. Esperamos que você leitor, tenha ótimos resultados com as estratégias que irá aprender e lembre que a Emotive Comunicação pode te auxiliar neste trabalho.

Boa leitura!

COMUNICAÇÃO DIGITAL

Por onde começar?

O avanço na qualidade de serviços empresariais no Brasil é perceptível. Os empreendedores capricham em seus ambientes, em seus produtos, no treinamento da equipe, e tudo o que for possível. Mas o que ainda faz falta é o capricho na sua comunicação e no relacionamento com os clientes fora de seus estabelecimentos.

Para entender a real importância das redes sociais, é só pensar no comportamento de consumo atual do público. As redes sociais funcionam hoje, como o novo "boca-a-boca". Veja este exemplo, se o cliente está com vontade de comer pizza, não tem ideia de onde ir, sem alguém para indicar no momento, o primeiro impulso é ir para internet procurar opções. Esse será o primeiro contato do seu cliente com o ambiente do seu negócio, não deixe que esse seja o último contato. É importante transformar essa experiência digital em uma prévia da experiência que este consumidor terá posteriormente no seu estabelecimento.

Por isso a estratégia da sua comunicação digital começa de forma muito parecida como a estratégia que você tem com o ambiente físico do seu negócio.

COMUNICAÇÃO DIGITAL

Por onde começar?

Vamos começar visualizando as redes sociais como o local da empresa. Quando você alugou ou comprou, ele veio vazio e você precisou cuidar da decoração para criar um ambiente agradável. O cuidado de criação em cada plataforma, seja Facebook, Instagram, Foursquare ou outros, será o mesmo.

Primeiro você precisa criar o ambiente conforme a identidade visual do seu negócio. Trabalhe com as cores adequadas do seu manual de identidade visual, aplique os logotipos nos tamanhos adequados, utilize imagens de boa qualidade, e principalmente, que sejam imagens dos seus próprios produtos. Não utilize imagens específicas que não são do seu próprio negócio. Além da possibilidade de decepcionar seu cliente (propaganda enganosa), você corre riscos de ser processado por uso indevido de propriedade autoral de outra pessoa/empresa.

Preencha todas as informações que conseguir nos espaços de "sobre", "contato" e "endereços", isso irá transmitir confiança ao consumidor e irá lhe evitar responder uma série de perguntas e interações. Falaremos mais sobre esse assunto no próximo capítulo.

COMO TRABALHAR O CONTEÚDO

Tipos de Publicação

Criar o conteúdo que você vai publicar nestas redes pode ser uma tarefa um tanto complicada para quem não é da área. Mas se você estabelecer alguns filtros e planejar o tipo de conteúdo, as ideias para publicações tendem a surgir com mais naturalidade. Vamos começar com que chamamos na publicidade de "brainstorm", a tempestade de ideias, pois é importante estabelecer previamente os TIPOS de conteúdo que você quer passar para seu cliente.

Tendo alguns tipos de publicação pré-definidas, você pode mesclar o conteúdo, por exemplo, um dia vocêpublica sobre um produto específico, no outro dia entra uma publicação sobre a nova promoção, na publicação seguinte o conteúdo é uma publicação sobre o ambiente ou de algum evento no estabelecimento. Estabelecer essas categorias de conteúdo irá ajudar a ter ideias para publicações, ajudará a manter a frequência, que é um fator essencial nas redes sócias e principalmente se tornar uma página atrativa para o consumidor.

Pegue um papel e uma caneta, pense no que é importante que seu cliente saiba sobre a empresa e defina os tipos de conteúdo que você irá trabalhar nas redes.

COMO TRABALHAR O CONTEÚDO

Frequência

Agora vamos aprofundar um pouco mais no assunto frequência!
Saber quantas vezes postar é andar na linha tênue entre ser chato e maçante ou relevante e memorável. Imagine que você publicou a foto de um delicioso prato de lasanha, todos adoraram, curtiram muito, compartilharam. Aí você se emociona com o sucesso e começa a publicar cada vez mais, uma foto atrás da outra, esperando que a reação do público se repita. Apesar dos seus pratos serem maravilhosos, as pessoas querem ver outros conteúdos, se você ficar publicando o tempo todo, pode acabar cansando seus seguidores e perdendo até aqueles clientes já cativos. Porém, a situação inversa também pode ter resultados insatisfatórios.

Por exemplo, você criou as redes sociais do seu negócio e fez uma publicação, a rotina diária lhe tomou tempo e você acabou esquecendo de publicar nas redes. O cliente acessa sua FanPage e vê que a sua última publicação foi há 2 meses. Qual a reação que você teria como consumidor? O abandono e o descuido transparecem. É o mesmo que entrar no seu estabelecimento e encontrar um ambiente vazio, sem ninguém para lhe atender.

COMO TRABALHAR O CONTEÚDO

Frequência

Então o ideal é que você reserve alguns instantes do seu dia para dar atenção ao "Ambiente Digital" do seu negócio regularmente. Determine alguns dias certos em que entrará publicação. Se for todos os dias, determine o horário certo. Se o tempo estiver muito apertado, utilize as ferramentas de agendamento e já deixe algumas publicações prontas para irem entrando no ar durante a semana.

RELACIONAMENTO E GEOLOCALIZAÇÃO

Agora que você já tem as redes sociais do seu negócio criadas, já tem estabelecido os tipos de conteúdo que irá utilizar e também a frequência planejada, vamos abordar alguns pontos de comportamento do público, específicos do seu segmento.

Como já falamos, as redes sociais devem passar uma boa perspectiva do que o seu restaurante oferece, ou seja, por meio destas plataformas é esperado que o cliente tenha uma noção de como está o ambiente e até mesmo o seu atendimento. Por isso sempre tenha todos os seus dados bem atualizados, como telefone, endereço e todos os tipos de facilidades disponíveis no local, como estacionamento, internet wi-fi, ar condicionado, etc. Essas informações podem fazer a diferença na hora da decisão do cliente, além de diminuir o trabalho extra de responder frequentes questionamentos que os clientes enviam por mensagem.

Muitas pessoas usam as ferramentas de localização geográfica das redes sociais para encontrar tudo o que esteja bem perto delas, inclusive restaurantes, portanto esteja com todos os seus dados de endereço e horário de funcionamento atualizados. Isso irá aumentar as chances de ser encontrado.

RELACIONAMENTO E GEOLOCALIZAÇÃO

Outra sugestão é se inscrever em todos estes sites "guias" que utilizam localizadores, pois quando uma pessoa procurar por empresas em um bairro X a sua pode ser a primeira a ser achada, trazendo novos clientes ou relembrando as pessoas que não lhe visitam faz tempo.

Mas vamos voltar a falar das mensagens. Elas envolvem um dos assuntos mais importantes quando se trata de redes sociais para estabelecimentos comerciais, que é o Serviço de Atendimento ao Cliente. Os consumidores aprenderam que usar as mídias sociais como canal de atendimento tem sido muito mais eficiente do que ligar para o estabelecimento. Falar publicamente dos problemas encontrados fazem com que a solução ou o retorno venha mais rápido, afinal, ninguém quer que o problema tome proporções maiores.

Por isso é tão importante o monitoramento e o acompanhamento de perto das suas redes sociais. Não deixe seu cliente sem resposta e tente dar esse retorno o mais rápido possível. No caso de críticas, por mais que o cliente esteja equivocado, não alimente a discussão, ela pode tomar proporções enormes se você discutir publicamente com o cliente. Encare esta como uma excelente oportunidade para reverter a situação.

PROMOÇÕES

Aplicando todas as estratégias básicas anteriores você certamente terá desenvolvido um ambiente próspero para alcançar novos clientes e fidelizar os antigos. Esse cenário também irá desenvolver um solo fértil para demais ações de marketing digital. Aí entra a criatividade aliada às necessidades do seu negócio. Por exemplo, se existem dias de movimento mais fraco na sua empresa, que tal aproveitar para criar uma promoção exclusiva nas redes sociais? Pensar nas dificuldades do negócio e olhar para as redes sociais com a cabeça aberta para ideias podem acabar gerando excelentes oportunidades de crescimento.

Apenas ressaltamos que é necessário tomar muito cuidado para que as promoções não se tornem um tiro no pé. Sempre deixe bem claro o regulamento, não deixe margens para que o cliente se confunda com as informações. Também não faça promoções e ações de marketing que você não conseguirá manter o padrão de qualidade e atendimento normal que você presta. É só lembrarmos dos problemas que surgiram no segmento de compras coletivas. Os únicos estabelecimentos que tiveram êxito com essas plataformas foram aqueles que planejaram bem a promoção e que mantiveram a excelência de atendimento e produto.

PROMOÇÕES

Ressaltamos que uma ação promocional não é apenas uma solução para questões financeiras imediatas. Primeiramente, uma ação promocional é uma ação de divulgação do seu negócio e a consequência disto é que se espera um crescimento financeiro. Por isso, aproveite essas estratégias para divulgar tudo de melhor que o seu negócio tem a oferecer.

CONCLUSÃO

Até pouco tempo atrás o máximo de divulgação que uma empresa realizava era por meio de elementos físicos, como panfletos, banners e paineis eletrônicos. O surgimento das novas tecnologias revolucionou o comportamento de consumo das pessoas. Esse novo comportamento acabou por impactar também todo o sistema de relacionamento e comunicação dos estabelecimentos com o cliente. Neste e-book tentamos compartilhar com você, os principais pontos que devem ser considerados nas estratégias de comunicação digital do seu negócio.

Esperamos poder ajudar você a atrair, cativar e a manter grandes relacionamentos com os seus clientes através da nossa expertise em comunicação.

SOBRE A EMOTIVE COMUNICAÇÃO

A Emotive é a agência de comunicação que tem como premissa se conectar com seus clientes, fornecedores e parceiros através da emoção.

Usamos o coração em todas as nossas ações e queremos trazer nossas ideias à tona. Entre em contato conosco para conhecer nossos serviços.

Telefone: (51) 3333 7640

facebook.com/emotive.comunica

instagram.com/emotive_comunicacao

www.emotivecomunicacao.com.br

emotive
COMUNICAÇÃO