

Caixa de Ferramentas >>>

Gerenciamento das Mídias Sociais

A sua empresa já está nas redes sociais? Se a resposta é sim, aí vem outro desafio: manter um relacionamento ativo e diário com seu público. Mas, para facilitar sua vida, existem os gerenciadores de mídias sociais.

Que tal conhecer as suas vantagens e as plataformas indicadas para realizar esse trabalho de forma assertiva?

Clique em **COMEÇAR** e conheça!



Gerenciamento das mídias sociais

Independentemente da rede social em que sua empresa esteja presente (Facebook, Instagram, Twitter, TikTok entre outros), o gerenciamento traz inúmeras vantagens ao seu negócio:

- > Publicação do conteúdo no momento necessário, até mesmo por agendamento;
- > Eficácia na gestão de crises;
- > Mensuração de resultados;
- > Gerenciamento de várias redes ao mesmo tempo.

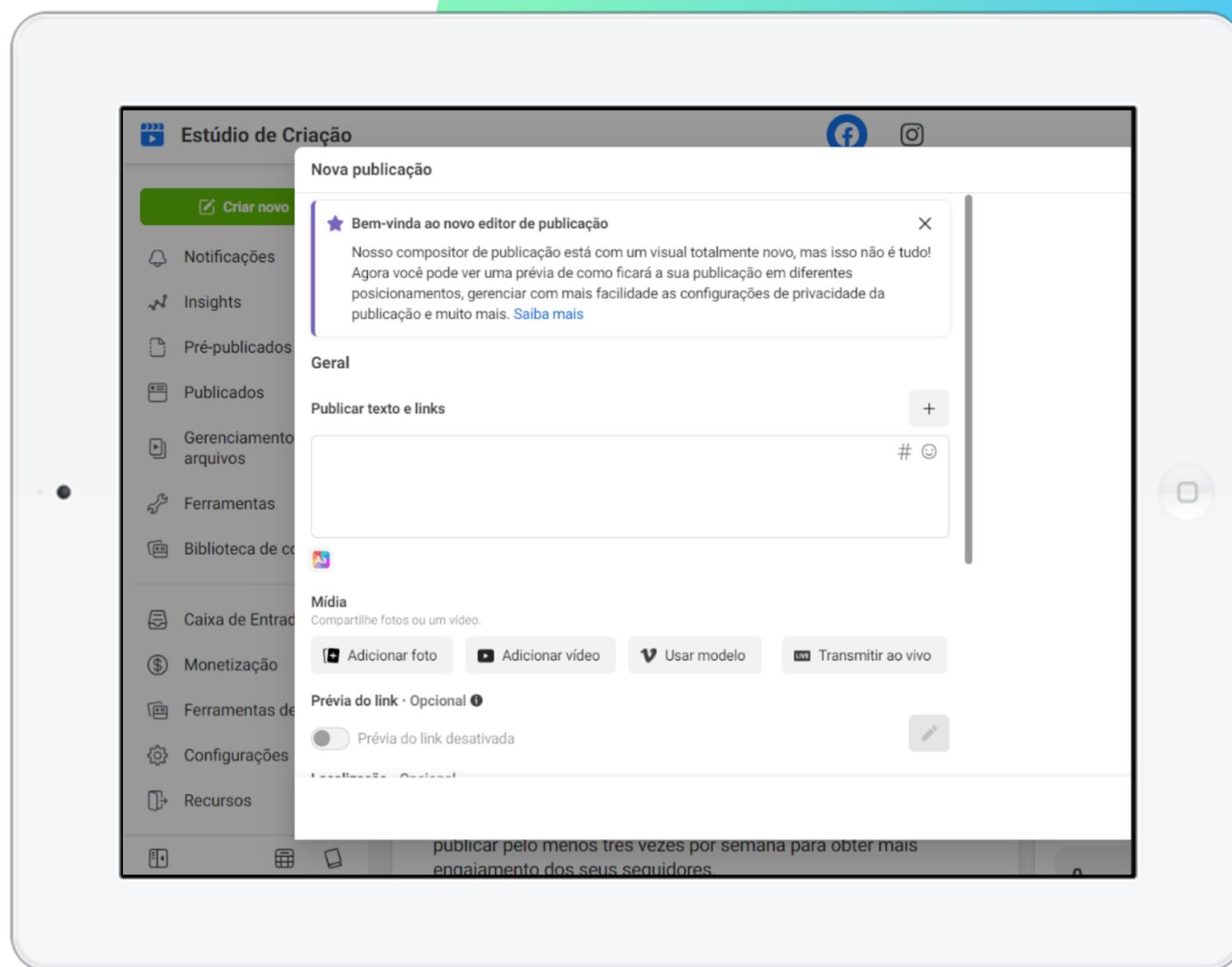
Neste tutorial, listamos algumas dicas para suas redes, além de apresentar os principais gerenciadores do mercado e detalhar algumas características importantes. Confira:

Creator Studio

> <https://business.facebook.com/creatorstudio/home>

Vantagens

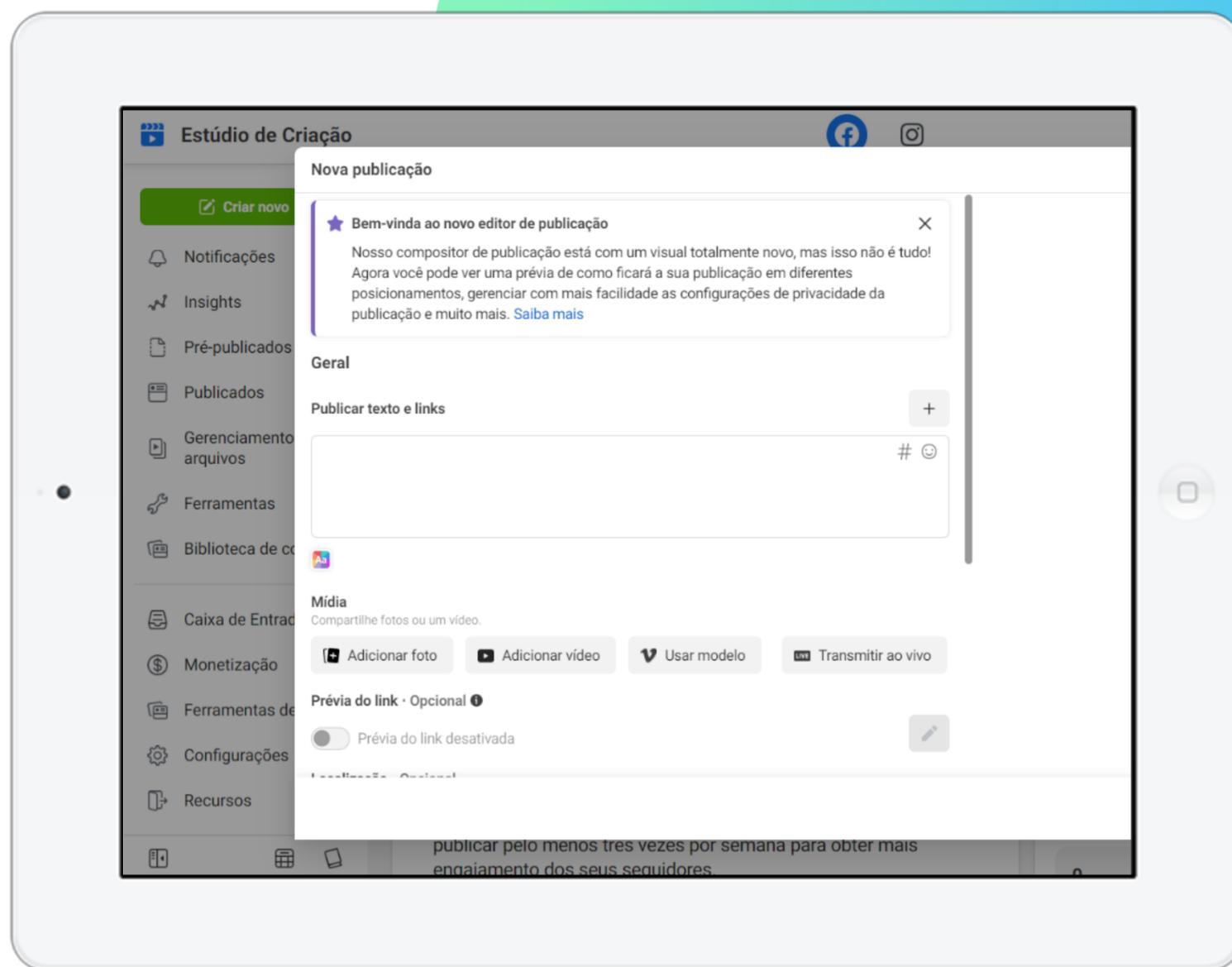
- > É uma ferramenta do Facebook;
- > Permite criar, publicar e gerenciar o conteúdo e as interações de todas as suas contas no Facebook e no Instagram;
- > Permite monitorar o desempenho e engajamento das publicações;
- > Fornece insights referentes a todas as suas contas no Facebook e no Instagram;
- > Dá para anunciar e monetizar suas contas.



Creator Studio

Desvatagem

- > Não gerencia demandas.

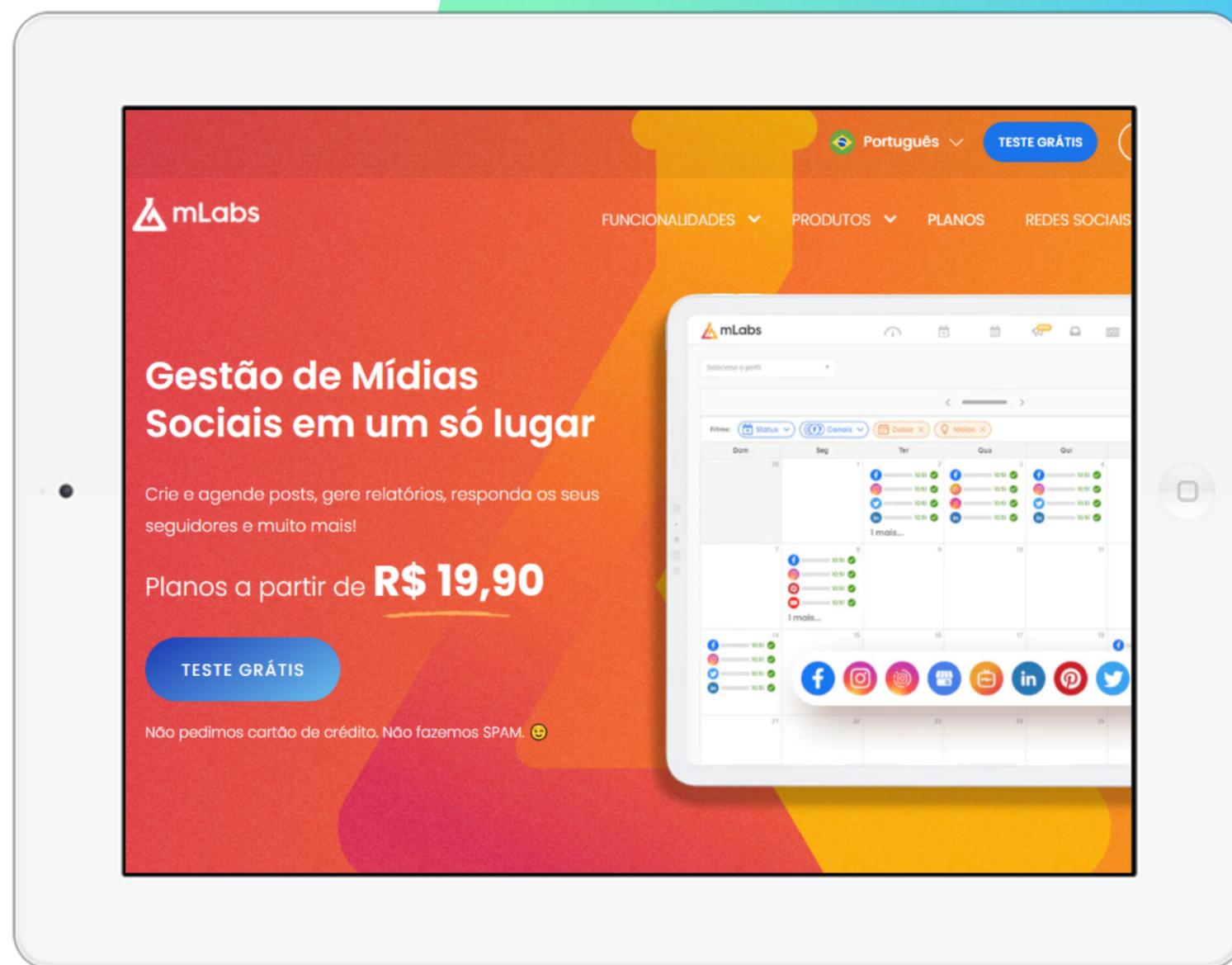


mLabs

> <https://www.mlabs.com.br/>

Vantagens

- > É possível agendar postagens em diversas redes sociais, inclusive nos Stories do Instagram;
- > Dá para criar conteúdos com design no mLabs Studio;
- > A conta é integrada ao Canva (plataforma de design);
- > Existe a alternativa de interagir com clientes em “um só lugar”;
- > Permite convidar pessoas envolvidas no processo de criação;



mLabs

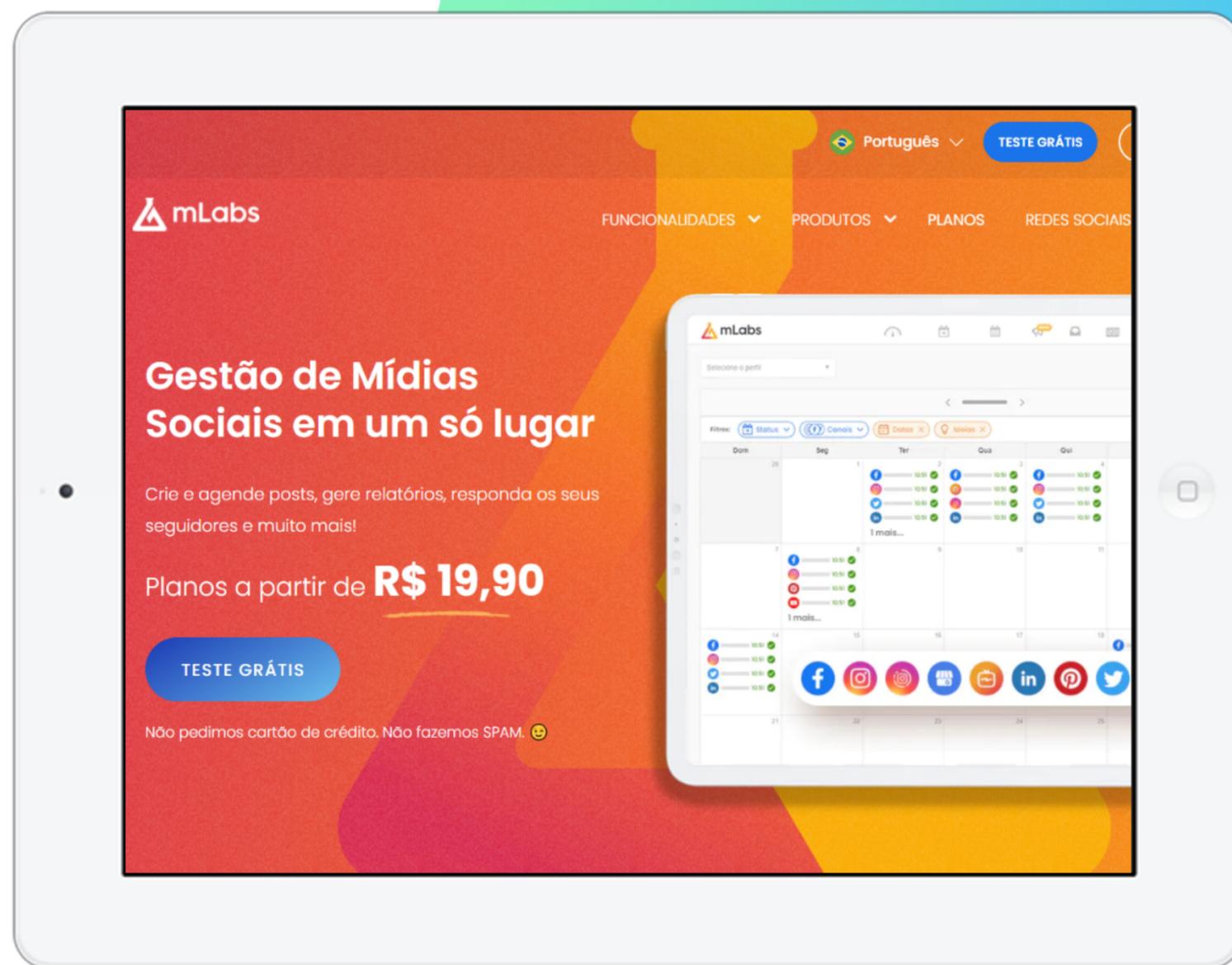
- > É possível gerenciar demandas;
- > Permite estruturar calendários de postagens;
- > Gera relatórios e insights.

Desvantagem

- > Não possui os mesmos recursos de edição de stories e reels disponíveis nas redes originais.

Custos

- > A partir de R\$ 19,90 por mês;
- > Função de agendamento a partir de R\$ 7,90.

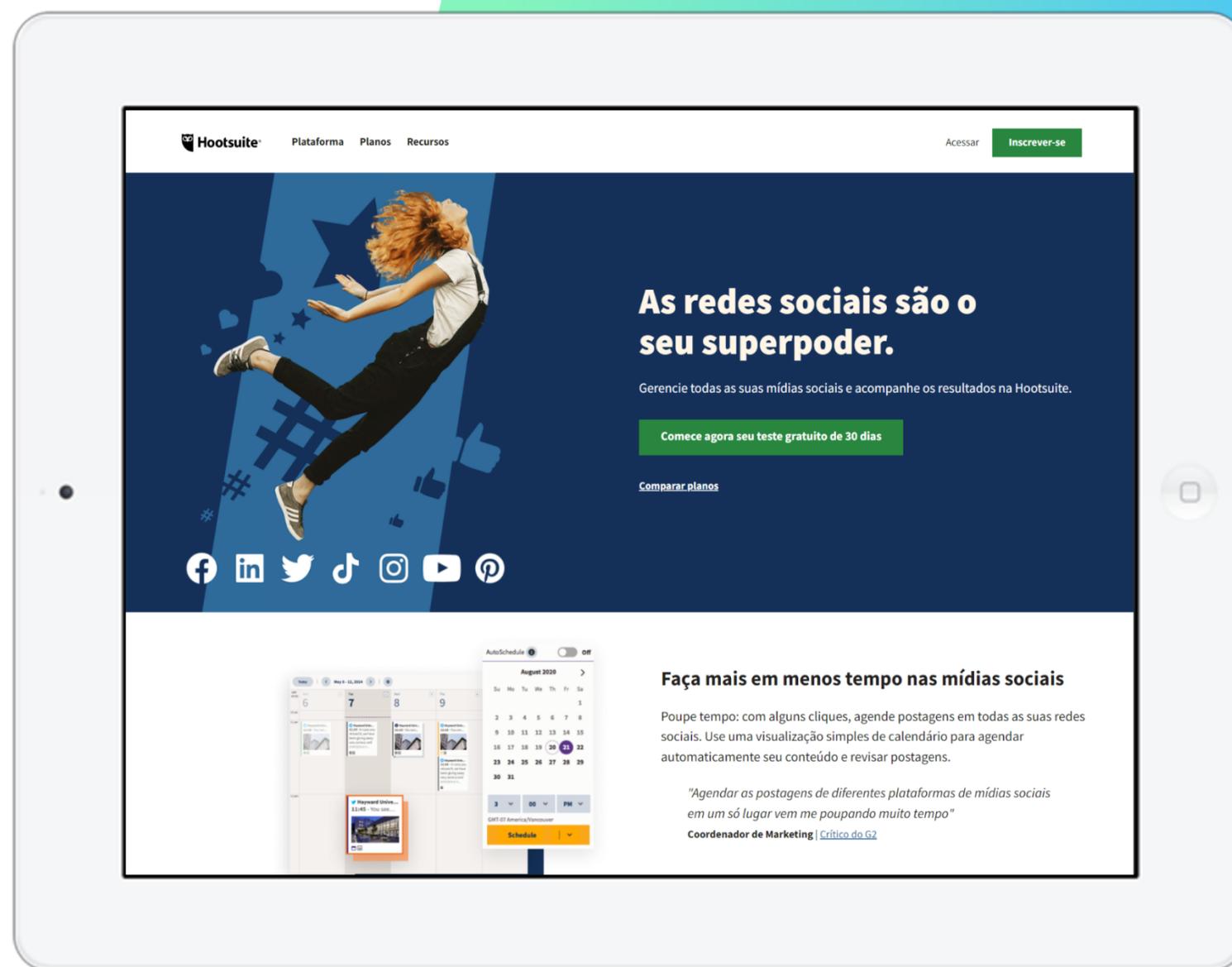


Hootsuite

> <https://www.hootsuite.com/pt>

Vantagens

- > Facilidade para acompanhar mensagens e pessoas;
- > Relatórios personalizáveis;
- > Montagem de painéis de acompanhamento, úteis para se acompanharem hashtags, tendências e ações de concorrentes.



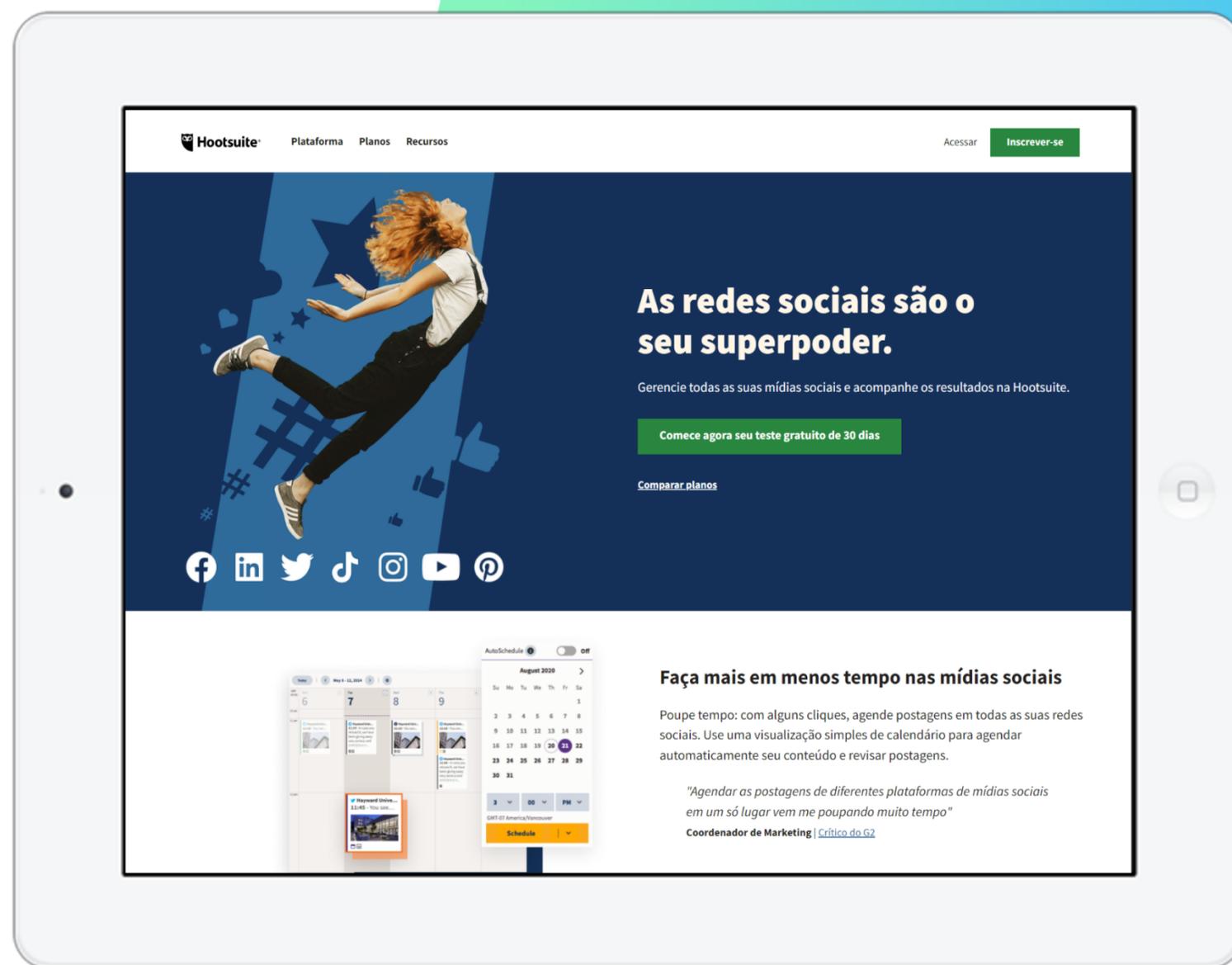
Hootsuite

Desvantagens

- > Não existe suporte via telefone.

Custos

- > A partir de US\$19 mensais. Por ser uma ferramenta paga em dólar, é necessário acompanhar a cotação em real para saber o valor certo ser pago.



Etus

> <https://etus.com.br/>

Vantagens

- > Funcionalidade de link para a Bio do Instagram;
- > Agendamento para Close Friends (Instagram);
- > Aplicativo para Android e iOS;
- > Impulsioneamento de postagens internamente;
- > Confecção de relatórios personalizados;
- > Workflow (gerenciamento interno de demandas, facilitando a gestão do time).



Etus

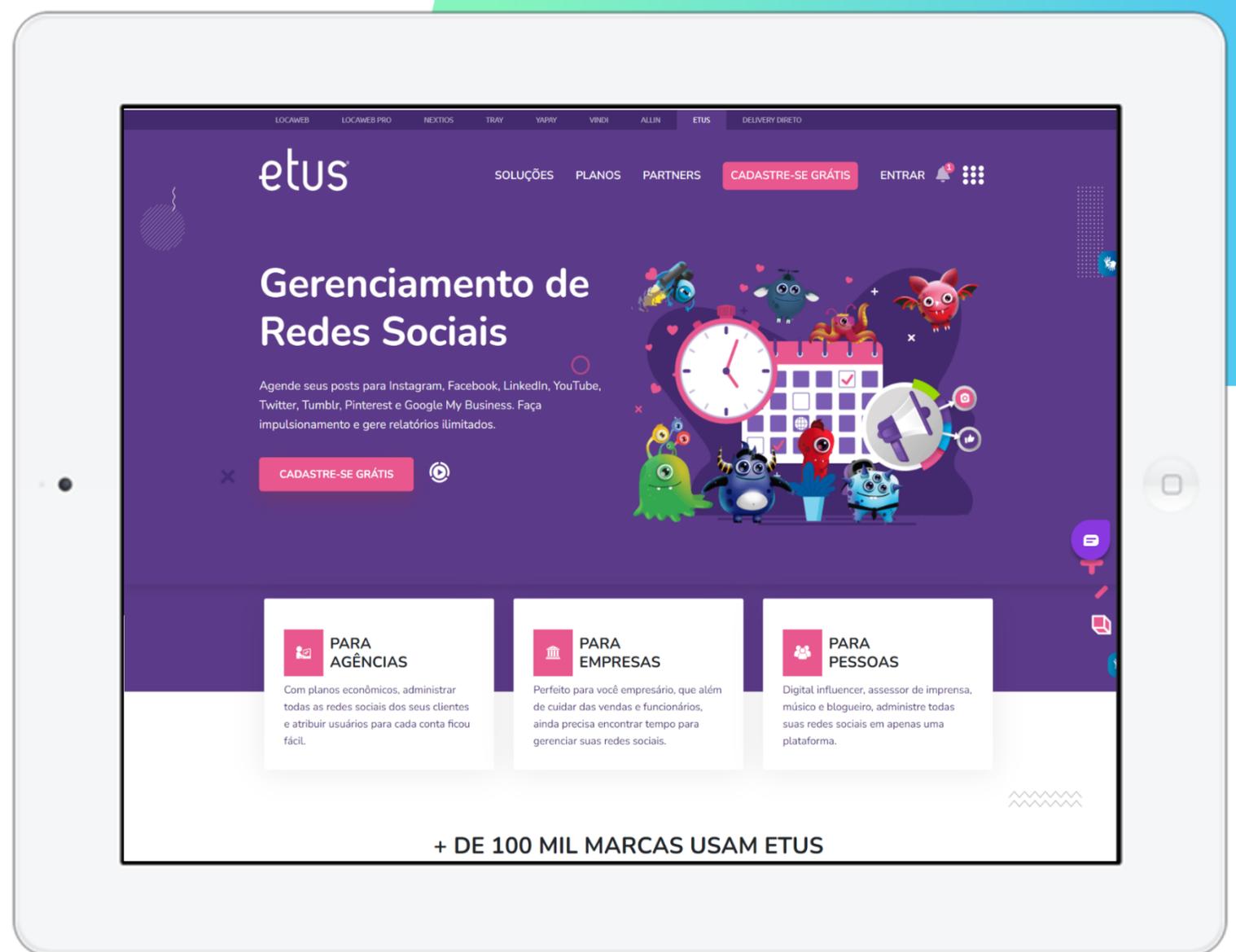
Desvantagens

- > Custos.

Custos

- > A partir de R\$ 14,88/mês.
Somente agendamento: R\$ 7,80/mês.

Obs.: Os valores são referentes O valor é referente ao momento em que a pesquisa foi realizada para a produção deste conteúdo.



The background features a solid blue field with two large, overlapping trapezoidal shapes. The top shape is light green and the bottom shape is a slightly darker shade of green. The text is centered between these two shapes.

COMO CONTRATAR FORNECEDORES PARA GERIR AS REDES SOCIAIS

A redes sociais exigem compromisso diário e, caso seu estabelecimento tenha espaço físico para receber clientes, a presença do profissional responsável pela sua gestão é bastante útil.

Isso porque as publicações que mais engajam são as mais “sociais”, isto é, as que emocionam, que mostram o cotidiano da empresa, os detalhes por trás dos bastidores. São elas que ajudam a contar a história do negócio, do produto e do serviço que são oferecidos aos consumidores.

Nesse contexto, recomendamos avaliar, de forma estratégica, se os “candidatos” terão capacidade de administrar a demanda.

Veja alguns pontos que devem ser avaliados:

Contratação de fornecedores

Necessidade

Ponto a avaliar

Profissional interno

> Há demandas suficientes para compensar o custo de internalizar? (Ex.: CLT - 8h diárias ou menos).

Capacidade técnica

> Considerar portfólio, recomendações;

> Valor em comparação com o de um profissional interno;

> Riscos de mudança de foco (Ex.: o freelancer arrumar um emprego full-time ou a agência fechar);

> Considerar porte e profissionais (no caso da agência).

Terceirização do serviço

> Além de todos os itens acima, o terceirizado tem a experiência e o nível de maturidade que a empresa exige? (Considerar o porte da própria empresa).

The background features a large, stylized number '7' in a light blue color, set against a dark blue background. The '7' is composed of two main rectangular sections: a top horizontal bar and a vertical stem. The top bar is slightly wider on the left side, and the stem is slightly wider on the right side, creating a modern, geometric look.

DICAS PARA CONTRATAR FORNECEDORES

Dicas

Busque fornecedores que:

- > Entendam a estratégia de marketing do seu negócio;
- > Estudem e conheçam as características e o conteúdo específicos das redes sociais;
- > Entendam que há um horário ideal para alcançar seu público. Isso muda de página para página e o Facebook e o Instagram fornecem esses dados;

Dicas

Busque fornecedores que:

- > Apresentem previamente as métricas e os indicadores que vão pautar o trabalho (não devem ser compostos apenas por seguidores);
- > Apresentem trabalhos prévios de clientes atendidos;
- > Tenham, preferencialmente, conhecimento e/ou experiência na área do seu empreendimento.

Dicas

Antes de contratar, estabeleça metas e responsáveis e elucide objetivos, como:

- > Quanto vender por mês?
- > Quantos posts (mínimo)?
- > Como será o calendário de postagens?
- > Qual é a meta de engajamento?

Dicas

As responsabilidades internas também devem ser claras, como:

- > Quem monta o calendário?
- > Quem aprova as publicações?
- > Quem responde comentários, dúvidas e reclamações?
- > Quem analisa o crescimento da rede?

Mesmo terceirizando, tenha um responsável interno.

Publicações em redes sociais geralmente envolvem artes, fotos orgânicas e Stories do dia a dia.

Por isso, o ideal é ter ao menos uma pessoa responsável por coletar esse conteúdo, independentemente de você já ter parceiros terceirizados para desempenhar funções específicas, como gravar vídeos e fazer artes para os posts.

- > Algumas empresas optam por contratar agências para gerir as redes sociais, mas outras conseguem colocar a própria equipe para desempenhar essa tarefa.
- > Considere contratar alguém externo quando a necessidade principal for a gestão de anúncios nas redes sociais OU quando não houver capacidade interna de fazer arte gráfica.

Mais dicas

- > Caso opte por contratar, considere ter alguém interno para fazer posts orgânicos;
- > Não se esqueça de que o dia a dia faz parte da presença nas redes sociais;
- > Ao contratar, esclareça as responsabilidades de cada um para evitar frustrações e tarefas sem executor;
- > Esclareça o que se espera das tarefas.

Evite fornecedores que:

- > Oferecem robôs de spam e de fomento de seguidores e outras artimanhas que podem ser descobertas pelas redes sociais e levar ao bloqueio de suas contas;
- > Propõem a compra de listas de e-mail. Além de prejudicar a imagem da empresa, a prática é ilegal;
- > Indicam compras de seguidores e curtidas. Além de não engajar, elas interferem negativamente nos seus resultados e, para piorar, elas prejudicam a imagem da marca;
- > Não têm recomendações dos próprios clientes do portfólio.

**MAS, QUAL É A HORA CERTA PARA ESTAR
NAS REDES SOCIAIS?**

Lembre-se

- > As redes sociais são um reflexo da realidade de sua empresa;
- > Se você não tem certeza de que está promovendo uma excelente experiência a seus clientes, otimize seu produto/serviço antes de divulgar;
- > Para estabelecimentos físicos, o ambiente também é um pré-requisito. E se você acredita que ele não está 100%, considere melhorá-lo, para que a qualidade do seu serviço transpareça nas fotos.

**OUTRAS INFORMAÇÕES IMPORTANTES
SOBRE REDES SOCIAIS**

Informações sobre redes sociais

Conhecer conceitos básicos vai ajudar o empreendedor a contratar corretamente. Quanto mais ele souber sobre gerenciamento de redes sociais, maiores serão as chances de sucesso.

Dicas

Tipos de posts para as redes sociais

- > Postagens orgânicas: são as não promovidas como anúncios pela empresa. Seus alcances são obtidos de forma espontânea, “crua”;
- > Postagens mais rápidas: algo sobre o dia, um produto novo ou um aviso;
- > Publicações que podem ensinar algo, entreter pessoas, gerar reflexões, adicionar valor de alguma maneira;
- > Publicações com conteúdo visual de acordo com a identidade visual da sua empresa.

Dicas

Ao usar as redes sociais, lembre-se:

- > Consulte o público interno antes de fazer uma publicação. Assim, as chances de ofender alguém diminuem;
- > Sempre que possível, use a rede social como um canal de vendas;
- > Esteja pronto para ajudar um cliente ou possível cliente;
- > Curtidas “não pagam aluguel”;
- > Redes sociais podem demorar muito para engajar. Portanto, não desanime se não houver interação no começo.

