

Tema 5

REDES SOCIAIS

REDES SOCIAIS

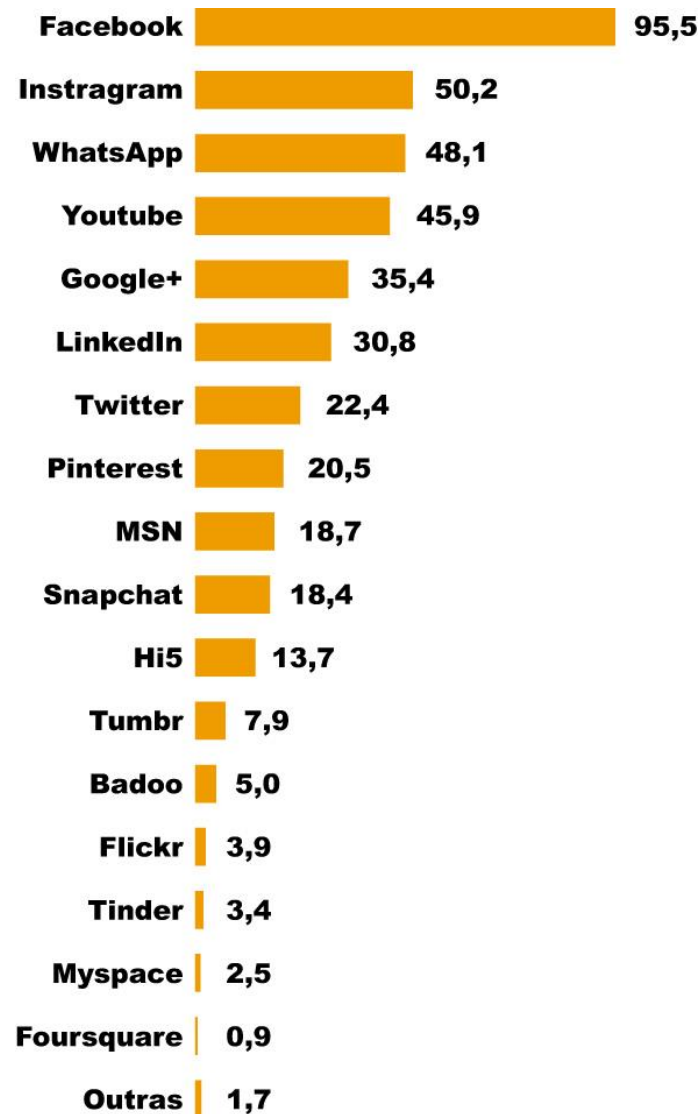
As redes sociais são, para a maioria das empresas, uma das principais plataformas de comunicação com clientes e potenciais clientes, especialmente quando nos referimos a empresas que atuam no segmento *Business-to-Consumer*.

No entanto, a tarefa de comunicar nestas plataformas tem-se tornado cada vez mais difícil.



REDES SOCIAIS EM PORTUGAL

Facebook
Instagram
Twitter
LinkedIn
Youtube
Google+
Pinterest
Whatsap
Snapchat



WORLD MAP OF SOCIAL NETWORKS

January 2018



 Facebook	 QZone	 V Kontakte
 Odnoklassniki		 Instagram

credits: Vincenzo Cosenza vincos.it

license: CC-BY-NC

source: Alexa/SimilarWeb

CARACTERÍSTICAS DAS REDES SOCIAIS

A grande maioria da população portuguesa tem uma presença nas redes sociais, o que se traduz numa oportunidade para chegar aos seus clientes e potenciais clientes.

Para isso precisamos saber qual a melhor rede social para a nossa empresa ou negócio e qual a rede social mais utilizada pelo nosso público.



FACEBOOK



O Facebook não é só a rede social mais importante do mundo ocidental, como detém algumas das mais importantes redes sociais: Instagram, Messenger, WhatsApp.

Segundo dados de Julho de 2017, existiam cerca de 6 milhões de portugueses a aceder a esta rede social pelo menos uma vez por mês, e 4,5 milhões a aceder diariamente, sendo que 4 milhões acedem por um dispositivo móvel.

FACEBOOK

Facebook

O Facebook é considerado a rede social mais relevante a nível mundial, dado o número de utilizadores e a frequência com que a usam.

Páginas deFacebook

Para promovermos um negócio, devemos usar uma página em vez um perfil.

www.facebook.com/pages/



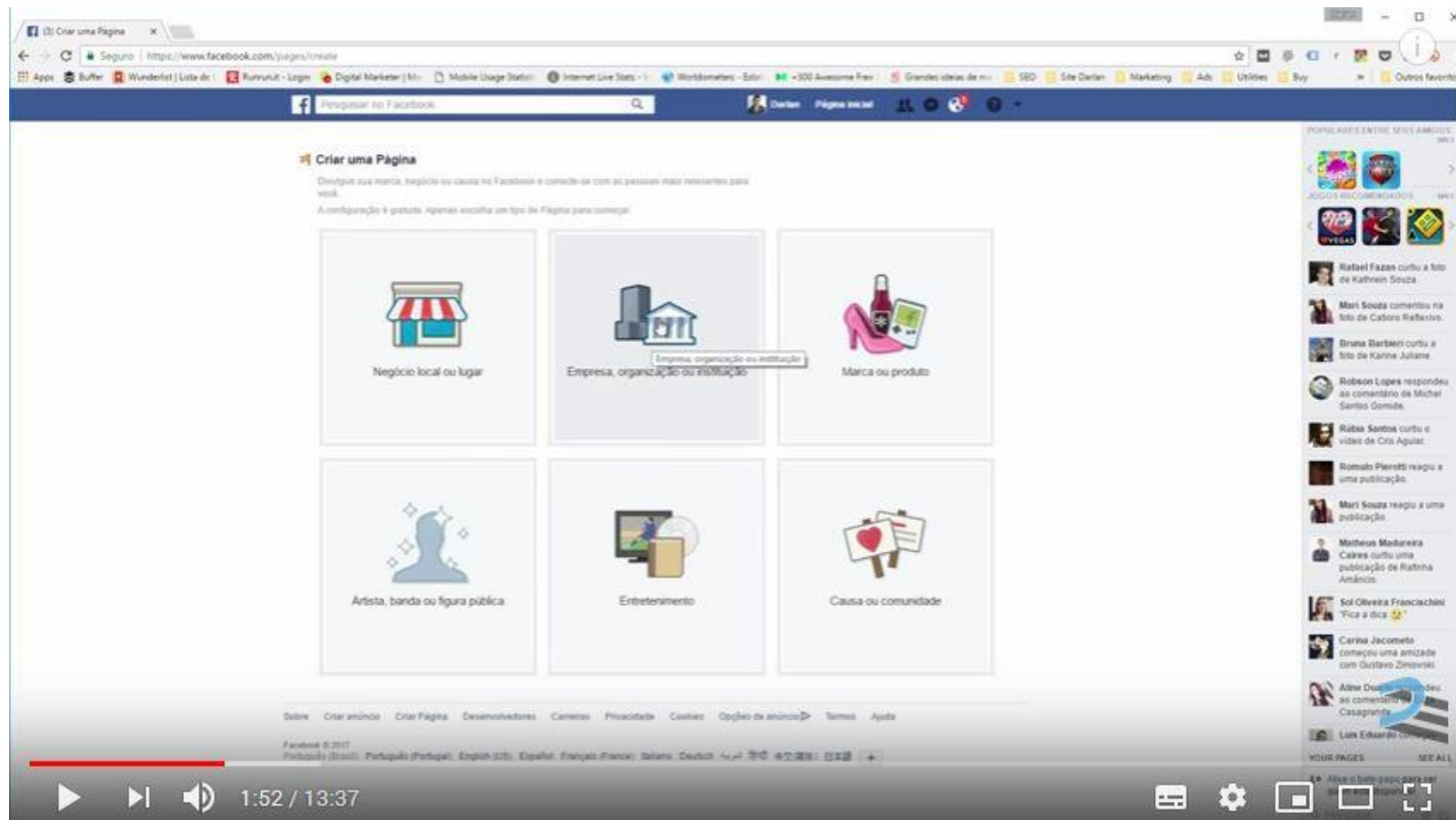
FACEBOOK



Tente escolher a categoria que melhor se adapta ao seu negócio.

Se tem um negócio local de porta aberta, opte por uma página local. Ficarà associada a uma morada física, onde pode adicionar horário e outras informações que não encontrará noutras categorias.

CRIAR UMA PÁGINA DE FACEBOOK



<https://www.youtube.com/watch?v=IQiZfkU5hw8>

LINKEDIN



Esta rede social profissional foi adquirida pela Microsoft em 2016 e reúne mais de 2,5 milhões de utilizadores em Portugal.

É uma ótima rede social para empresas que operam no setor Business-to-Business e também para negócios que trabalham com o consumidor final.

LINKEDIN

A grande vantagem do LinkedIn é de longe o seu público-alvo, que é constituído apenas por profissionais e empresas, mantendo um elevado foco em questões profissionais ou de trabalho.

É também uma ótima ferramenta de Recursos Humanos que permite identificar e contratar profissionais através dos seus perfis.

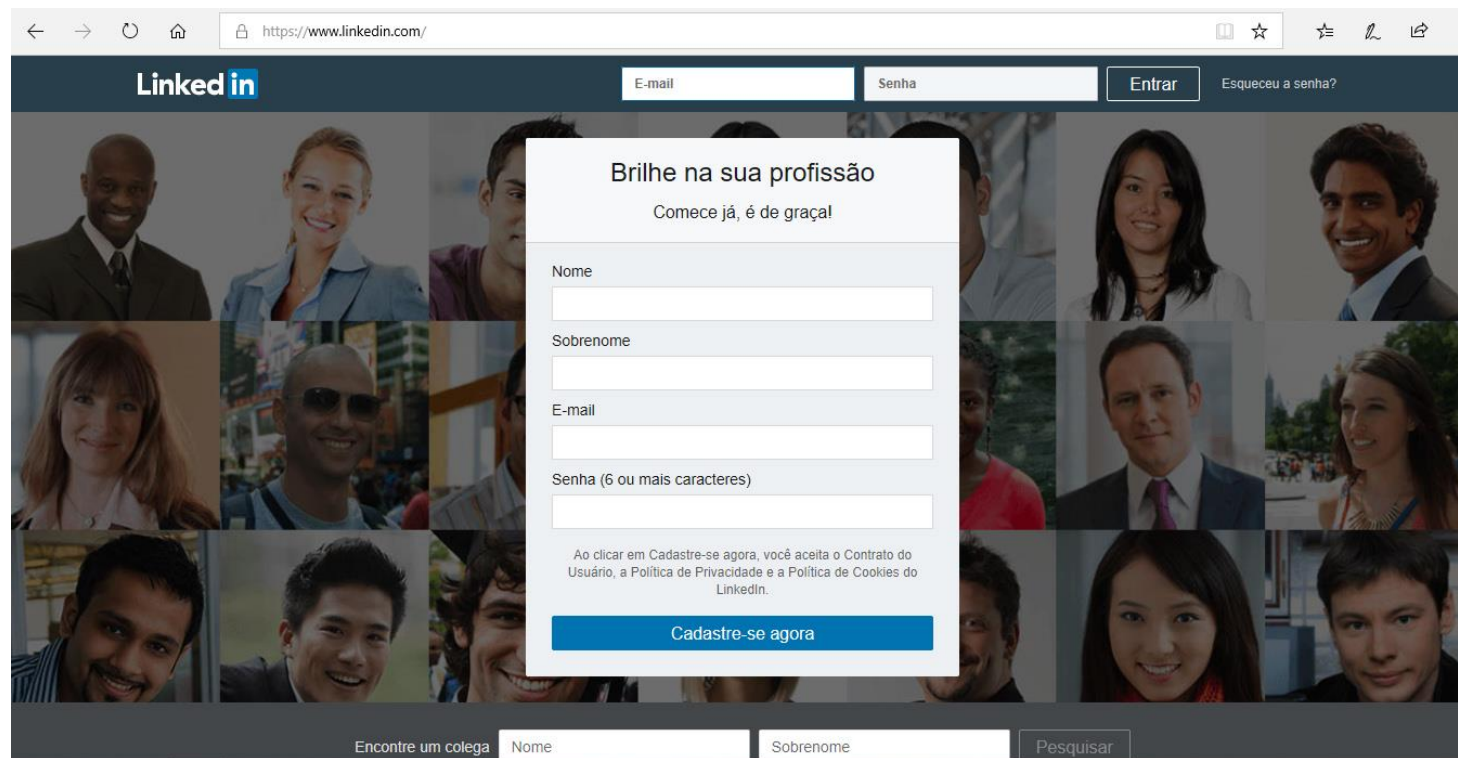
Integra perfis pessoais e páginas para empresas.



LINKEDIN

Criação e Configuração de um perfil pessoal LinkedIn

www.linkedin.com



The screenshot shows the LinkedIn homepage in a web browser. A registration modal is centered on the screen, titled "Brilhe na sua profissão" (Shine in your profession) with the subtitle "Comece já, é de graça!" (Start now, it's free!). The modal contains the following fields:

- Nome (Name)
- Sobrenome (Surname)
- E-mail
- Senha (6 ou mais caracteres) (Password (6 or more characters))

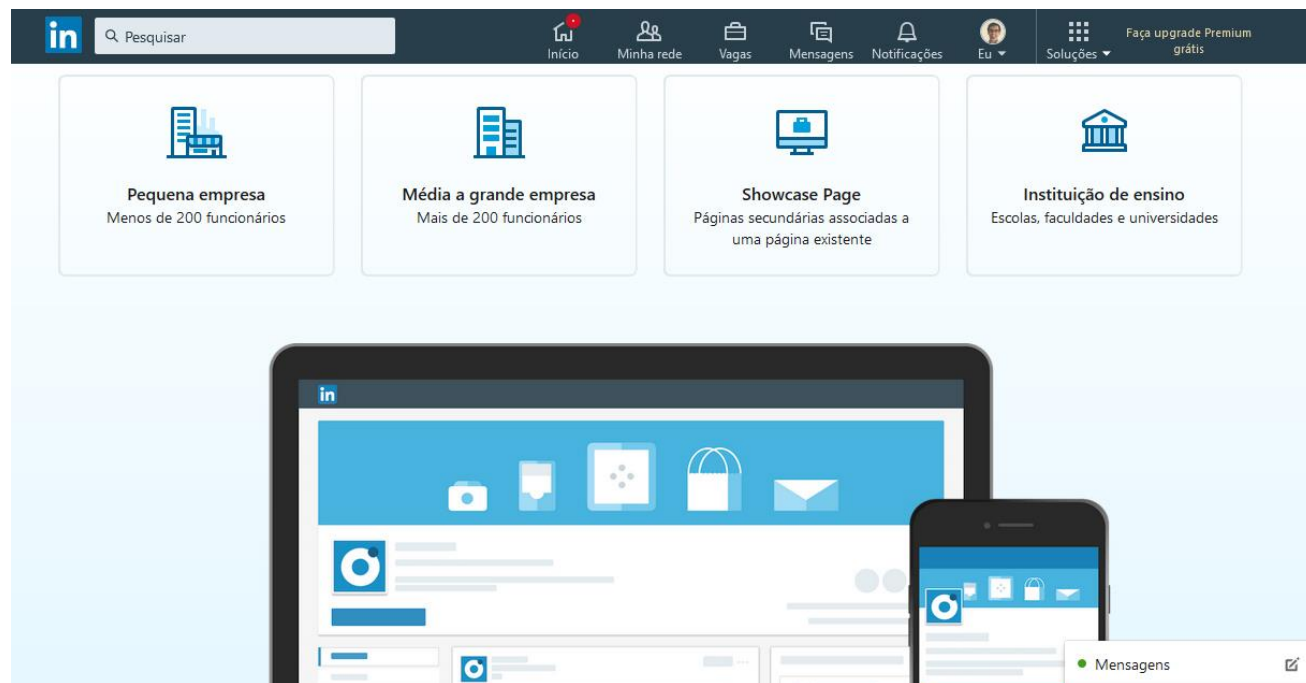
Below the fields, there is a small text block: "Ao clicar em Cadastre-se agora, você aceita o Contrato do Usuário, a Política de Privacidade e a Política de Cookies do LinkedIn." (By clicking on Sign up now, you accept the User Agreement, the Privacy Policy and the LinkedIn Cookies Policy). At the bottom of the modal is a blue button labeled "Cadastre-se agora" (Sign up now).

The background of the page shows a grid of diverse professional headshots. At the top of the page, there is a navigation bar with the LinkedIn logo, a search bar, and login options: "E-mail", "Senha", "Entrar", and "Esqueceu a senha?". At the bottom of the page, there is a footer with the text "Encontre um colega" (Find a colleague) and a search bar with "Nome" and "Sobrenome" fields, and a "Pesquisar" (Search) button.

LINKEDIN

Criação e Configuração de uma página LinkedIn

www.linkedin.com/company/setup/new



LINKEDIN

Algumas dicas:

- O nome da página deverá ter no máximo 100 caracteres e deverá ser o nome pelo qual a empresa é conhecida.
- Na imagem da página deverá sempre estar o logotipo da empresa.
- No campo “sobre”, entre 250 a 2000 caracteres, deverá colocar de forma objetiva e clara o que é que a empresa faz.

LINKEDIN

Algumas considerações sobre o conteúdo

- Tente não falar apenas do seu negócio, mas partilhe também artigos associados ao seu setor e relevantes para o seu público
- Tente publicar com regularidade (2 vezes por semana, por exemplo)
- Evite publicações muito longas. O LinkedIn recomenda cerca de 150 caracteres.
- Adicione um *call-to-action* (ex: saiba mais no link)
- Adicione imagens com tamanho de 1200x627px.
- Opte por imagens consistentes com a linha gráfica da empresa.

Dica: Segundo dados do LinkedIn, publicações com links recebem até 45% mais interações do que publicações sem link