

**Escolha  
qual rede  
trabalhar**

---

# As redes

## *Linkedin*

O LinkedIn é muito utilizado por empresas **B2B**, pois é a maior rede profissional do mundo.

Grande parte das empresas e seus colaboradores estão presentes na rede, o que facilita o contato.

Ou seja, é uma rede voltada para o mundo corporativo principalmente.

## *Instagram*

O Instagram é uma rede social popular, que tem apresentado crescimento todos os anos, por outro lado, a competição por atenção aumentou significativamente. O que consequentemente impacta o alcance das publicações no feed, que tem diminuído mês a mês, logo, as marcas precisam investir mais.

é uma rede para dar visibilidade do real timing, mostrar os bastidores, resultados, dia a dia e investir em influenciadores

## *Facebook*

Os usuários têm diminuído o tempo gasto nessa rede e muitos têm migrado para o Instagram, que passou o Facebook no Brasil em 2022.

É difícil hoje incluir o facebook em uma estratégia legal, mas ainda é possível se pensar em possibilidades.

## *Youtube*

A plataforma é a segunda o maior buscadora do mundo..

Infelizmente muitas empresas não conseguem ter consistência na produção de conteúdo no Youtube e acabam abandonado esse canal, que tem todas as faixas etárias presentes e com atenção.

É a rede para expor de forma completa produtos e levar informações ricas com autoridade aos usuários, com viés informativo ou até mesmo de humor.

# As redes

## TikTok

O TikTok lidera, com a média global de 95 minutos gastos por dia e por usuário em 2022. O seu feed infinito é hipnotizante. Não é à toa que o Instagram está investindo nesse formato de vídeos curtos + feed infinito.

Como mostram os dados, não é mais uma rede social só de adolescentes.

O algorítimo é muito eficiente e realmente os conteúdos sem entregues. Mas o conteúdo precisa ser a carinha de Tiktok, nada de mega produções.

## Twitter

É a rede social da informação rápida e onde as pessoas mais antenadas estão.

Mas é uma rede que não dá para ter um super planejamento de posts, tudo tem que ser muito natural aproveitando o momento.

## Pinterest

É a rede social que gosta de inspirar e gerar desejo, estimulando os usuários que buscam coisas.

Hoje já é possível marcar produtos na rede, o que é um ótimo potencial para empresas de vestuário, moda, móveis e etc.

# Objetivos

*Quais os objetivos de negócio da empresa?*

Trazer **leads**?

Gerar buzz e engajamento?

Apenas vender?

Construir uma marca?

Gerar tráfego para algum link como whatsapp, site etc?

*Esse é o primeiro passo*

# Refletindo sobre as redes

Qual o perfil do público de cada rede?

Que tipo de conteúdo dá mais certo em cada rede?

Quais as funcionalidades de cada rede? (ex: limitação de tipo de posts, caracteres, links, loja, compartilhamento etc)

Tem muitos concorrentes presentes nas redes ou ainda não?

*É preciso pesar os prós e contras, mas vamos aos exemplos...*

# Exemplo 1

*Na prática*

## **Marca**

querido baú (jóias e acessórios)

## **O que a marca quer ser**

moderna, divertida, empoderadora,  
próxima das clientes, inspiradora e sexy

## **Onde ela pode ser?**

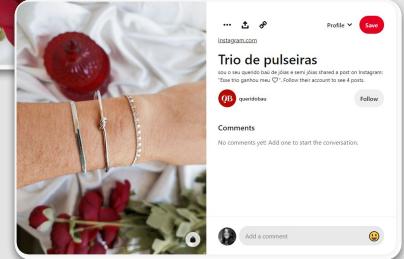
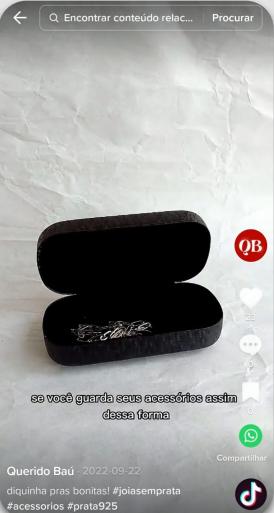
Instagram, TikTok e  
pinterest majoritariamente

## **Porque?**

o público jovem e ligado na  
moda é muito presente  
nessas redes tanto para se  
inspirar quanto para  
comprar

# Exemplo 1

Na prática



## TikTok

interação, alcance, desejo, informalidade, proximidade, atração, humor, sem foco em produto

## Pinterest

Foco em produto, combinações e inspiração

**Instagram**  
Foco em produto, geração de desejo, interação, tráfego para o site, conteúdo gerado por clientes e etc

# Exemplo 2

*Na prática*

## **Marca**

Forest Intercâmbios (fictício)

### **O que a marca quer ser**

Autoridade, séria, informativa,  
disponível, empática, amiga, acolhedora

### **Onde ela pode ser?**

Linkedin, twitter e instagram majoritariamente, mas  
atuando também em Tiktok

### **Porque?**

o linkedin tem milhares de profissionais jovens que  
têm planos de fazer intercambio/trabalhar fora, no  
twitter é possível de aproximar dos intercambistas de  
forma simples (textos e memes); No instagram se  
gera desejo com lindas fotos e histórias reais e no  
tiktok intercambistas assumem o comando contanto  
suas experiências

# Aprenda a quebrar as regras

*Dominar o óbvio é importante para saber inovar*

Quão provável seria inserir o **LinkedIn** como rede social para a divulgação dos serviços de uma manicure?

Não é impossível, mas é **improvável**. Tudo vai depender de como você vai adaptar o conteúdo ao público que está ali.

**Por exemplo:** ao invés de postar fotos de unhas feitas, um caminho possível seja contar a história da trajetória dessa profissional e até pensar em como divulgar serviços express em empresas por exemplo para o dia das mulheres ou então ter um serviço especial de atendimento em casa em horários personalizados para mulheres empresárias muito ocupadas.