

FUNÇÕES DO SOCIAL MEDIA

Será que estou fazendo
certo? 🤔



.....

**Muitos de vocês nos perguntam:
“quais, afinal, são as verdadeiras atribuições
do social media?”**

Primeiramente: O que é um Social Media?

É o profissional de marketing digital que trabalha com estratégias de comunicação e vendas dentro das redes sociais.

É muito importante que você tenha clareza acerca do que você pode oferecer aos seus clientes. Dentre todas as funções, você pode oferecer determinados serviços, isso vai depender do seu nível de conhecimento e da real necessidade de cada empresa. Para melhor entendimento, dividimos as funções do social media em funções **COMUNS E NÃO COMUNS**.



As funções comuns são aquelas em que acreditamos que **TODO social media deve prestar**, é a base para o desenvolvimento de qualquer projeto de marketing.

As funções **NÃO COMUNS** são funções que você pode oferecer como um **PLUS**, caso você tenha conhecimento para desenvolvê-las e o cliente precise.

SERVÍCOS COMUNS:

 **Criação de conteúdo:** isso envolve desde pesquisas até o estudo do comportamento da persona do cliente pra que você crie conteúdos assertivos que engajam. Teremos um módulo exclusivo no **SOCIAL MEDIA EXPERT 2.0** sobre criação de conteúdo.



EXPERT EXPERT EXPERT EXPERT



.....

 **Criação ou reorganização das mídias:** quando o social media fecha o contrato com o cliente, é extremamente importante que analise a necessidade de:

- 1.** Reorganizar ou reformular as redes sociais do cliente (alteração de nome, foto, bio, destaque, capa do Facebook, informações no perfil e na página, etc...), ou
- 2.** a de criação do zero do perfil ou página.

 **Comunicação digital da empresa:** é função do social media trabalhar a comunicação digital da empresa (identidade visual, tom de voz, linguagem...) - isso inclui a forma como o social media vai posicionar digitalmente aquele cliente, visando o aumento da visibilidade e a conversão de seguidores em clientes compradores.





 **Desenvolvimento de estratégias:** estratégia é toda ação desenvolvida para se atingir determinado objetivo. Com todas as informações em mãos sobre a empresa, o social media monta estratégias personalizadas e focadas em resultados.

 **Cronogramas de conteúdo:** a execução do trabalho do social media é feita através de cronogramas que passam pela aprovação do cliente. Todo o conteúdo montado pelo profissional precisa passar pela aprovação do cliente através dos cronogramas, que nada mais são do que arquivos que contém o post, legenda e data de tudo o que vai entrar nas redes sociais no próximo período. Os cronogramas podem ser montados de forma semanal ou quinzenal. Não indicamos cronogramas mensais, pois o social media pode perder o timing de um eventual marketing de oportunidade em cima de questões que estão em alta no momento. Além disso cronogramas mensais aumentam as demandas “em cima da hora” - o famoso “vamo trocar esse post?”



 **Gestão da marca - BRANDING:** é função do social media entender e aplicar técnicas de branding para os seus clientes.

 **Tráfego pago - Instagram ads e Facebook ads:** é função do social media desenvolver anúncios no Instagram e Facebook do cliente, segmentando o público e levando o conteúdo para mais pessoas. Uma excelente criação de conteúdo + anúncios segmentados são os segredos dos resultados! **Indicações de referências em tráfego pago: Micha Menezes e Pedro Sobral.**

SERVIÇOS NÃO COMUNS:

 **Intermediação com influenciadores:** essa é um estratégia que pode ser usada se fizer sentido para a empresa. Nesse caso você faz a ponte entre o influenciador (contato, negociação, contrato, acompanhamento) e a empresa.





 **Responder direct:** não recomendamos que o social media fique responsável por isso, pois apenas o cliente tem informações técnicas e precisas sobre o seu produto ou serviço. Mas caso você decida oferecer, é necessário que você primeiramente analise a demanda que esse cliente tem e depois faça um orçamento só dessa parte. Já imaginou ter que responder 300 mensagens ao dia para uma só empresa? Você levará muito tempo, cobre o justo por isso caso faça sentido para você.



 **Inbound marketing:** criação de blogs, landing pages, automação de e-mail e captação de leads - há empresas que necessitam de estratégias de inbound marketing. Se esse for o caso, você pode oferecer esse serviço também, mas fique muito ciente de que é um trabalho muito caro (pelos ferramentas que são utilizadas), pelo tempo que exige do profissional e que também demanda especialização. Segue um curso muito bom, gratuito e que certifica o aluno:

<https://certification.hubspot.com/certificacao-inbound-marketing>



.....

 **Listas de transmissão do WhatsApp:** se você sentir que o cliente precisa disso, também pode oferecer a orientação necessária para que ele desenvolva suas listas de transmissão e também criar conteúdo para alimentar as listas do cliente.

 **Catálogo, cardápio, instashopping.**

 **Google ads:** tráfego pago no Google. **Referência na área:** Tiago Tessman.

Lembre-se de cobrar à parte pelos serviços adicionais (não comuns).

Eles são um plus que você pode oferecer e agregar valor ao seu trabalho. Cada empresa demanda uma estratégia e serviço diferente, nunca generalize oferecendo os mesmo serviços a todas, sempre analise o que será necessário.



Social Media EXPERT 2.0



AMIGAS DO
MARKETING