

# Analise a presença e a frequência

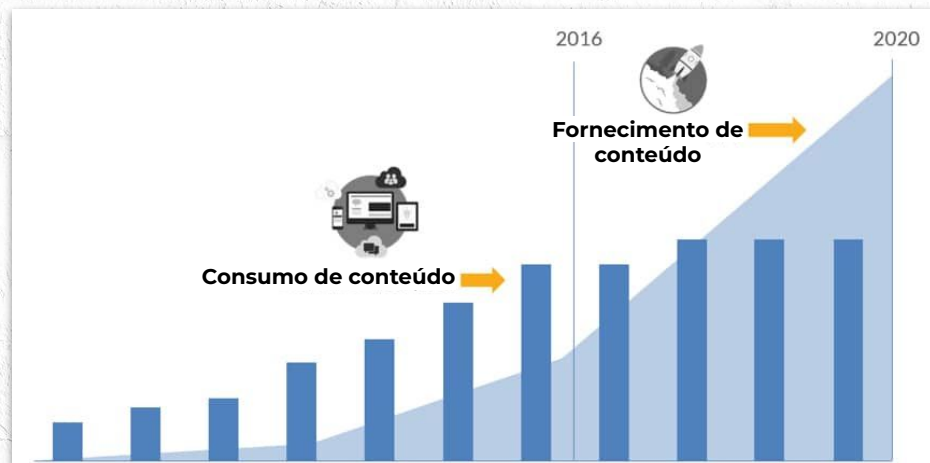
The background of the slide is a dark, blurred image of a hand holding a smartphone. The phone's screen shows a social media profile page with a circular profile picture, a header with statistics (780, 64 M, 15), and a grid of posts below. Overlaid on this background is the main title in large, bold, yellow-green text. Below the title, there are three horizontal pink lines that form a scribble or underline.

# INTRODUÇÃO



## Content shock (Mark Schaefer, 2014)

- Facilidade na produção de conteúdo eleva a sua quantidade mas não há absorção de todo esse conteúdo. Ou seja, **há mais conteúdo sendo produzido do que consumido**.
- Assim surge a necessidade de seleção de qual tipo de conteúdo **aparecerá mais facilmente** para as pessoas na internet;
- Ex: há alguns anos era fácil acompanhar **cronologicamente** os posts de pessoas que acompanhamos, hoje esse cenário é bem diferente;
- Essa “seleção” é feita pelos **algoritmos** das redes sociais.



Fonte: [Which 50](#)





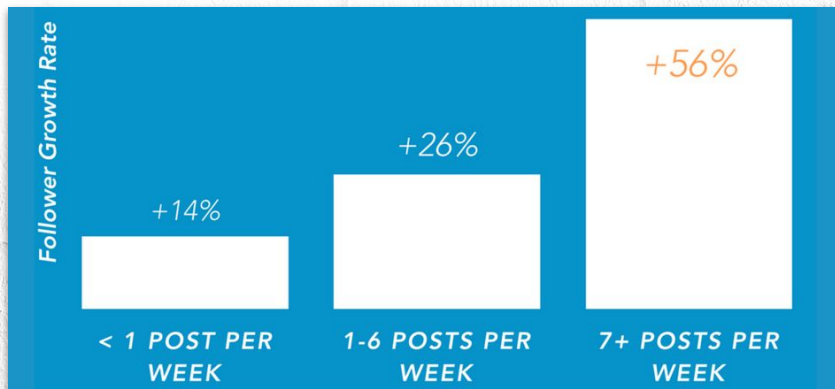
## O que sabemos sobre eles?

- “Algoritmo é um **conjunto de regras** e operações bem definidas e ordenadas, destinadas à solução de um problema”.
- As redes não entregam como funcionam os algoritmos, senão todo mundo dominaria as redes, certo?
- Sem eles, nossas redes seriam um festival de anúncios aleatórios poluindo a linha do tempo, e o pior: sem nada a acrescentar.
- O que sabemos são análises de testes e experimentos recorrentes.
- Com certeza o que hoje já sabemos é: **frequência e qualidade** são imprescindíveis.

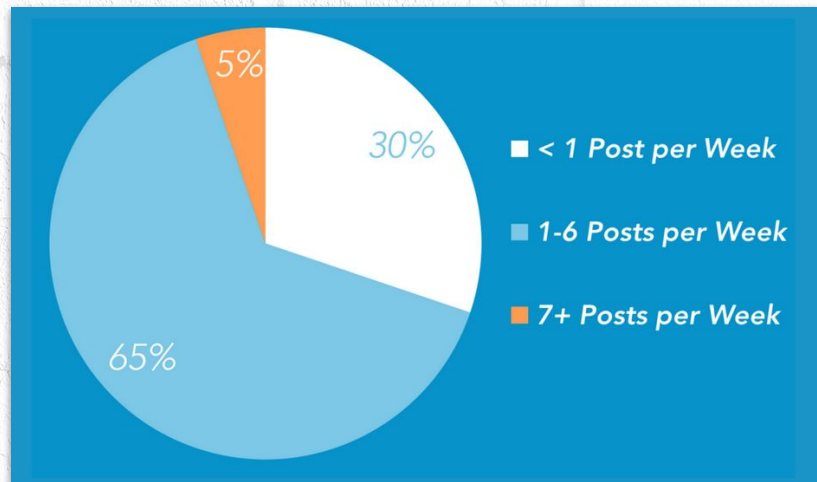
## Likes



## Ganho de seguidores



**Apenas 5% dos perfis do instagram postam uma vez por dia ou mais**



“Para este [estudo original do Tailwind](#), pegamos mais de 100.000 postagens no Instagram de um período de três meses e as analisamos para descobrir o sucesso de contas diferentes quando mudavam o número de vezes que postavam no Instagram a cada dia. “



# FREQUÊNCIA



- Podemos pensar então que quanto mais postamos, mais chances temos de acertar e aprender com o público se o conteúdo gera interesse.
- Mas, cada rede social tem suas particularidades de “tempo de vida de postagem”.
- Vamos ver mais detalhes de algumas das principais redes

# FACEBOOK



**EdgeRank** é o algoritmo do feed de notícias do Facebook, responsável por filtrar as publicações e priorizar o que é relevante para cada usuário a partir de fatores como **Afinidade, relevância e tempo**

- O que você curte
- Com quem você interage
- O que você compartilha
- Em que páginas você deixa comentários
- Os perfis que você segue.

Ou seja, por isso é tão importante que o público siga curtindo e interagindo com seus conteúdos, para que você continue sempre presente para ele.

Geralmente os conteúdos são entregues primeiro para quem tem mais afinidade e interação, e de acordo com a relevância que ele tiver, é entregue para mais pessoas.

Além disso, as postagens mais recentes são prioridade. Porém uma particularidade do FB é o botão nativo de compartilhar, que permite um tempo de vida maior ao post e facilidade de viralização.

Pensando nisso, é pertinente que se posts **pelo menos uma vez ao dia** (conteúdos de qualidade)



# INSTAGRAM



O IG leva em conta uma série de **critérios**, mas estabelece pesos diferentes para cada um deles (não sabemos ao certo os pesos, mas conseguimos identificar padrões)

- Engajamento - Quanto mais curtidas, comentários, post salvos e conversas por DM um post receber, mais peso é colocado nele pelo algoritmo;
- Interação - Envolver-se ativamente com o conteúdo de outras pessoas (por meio de curtidas e comentários) ajuda a impulsionar o seu perfil;
- Quem você segue - O engajamento das pessoas que você segue com determinadas publicações também pode ser levado em conta para a determinação do conteúdo que você vai receber. *(Ex: se muitos dos seus amigos mais próximos estão interagindo em uma foto de uma pessoa que está de aniversário, o Instagram detecta que provavelmente você também terá interesse pela imagem.)*
- Quanto mais os usuários interagem com o seu post, mais credibilidade algorítmica ele tem.
- Quanto mais tipos de posts/stories/funcionalidades você usa, mais “autêntico e ativo” seu perfil é considerado;
- **Postar regularmente** ajuda você a ter uma maior interação com os usuários. É indicada a frequência de pelo **menos um conteúdo por dia**.



# TWITTER



O algoritmo do Twitter, ou o “Algorithmic Timeline”, como o Twitter chama, foi introduzido em 2016.

- A intenção do Twitter é ajudar as pessoas a descobrirem “o que está acontecendo agora”, em oposição ao Facebook ou ao LinkedIn, que é mais sobre “o que está acontecendo esta semana”
- O conteúdo nativo provavelmente terá maior relevância sobre links para outros sites.
- Curtidas, respostas e retweets tendem a ter uma pontuação maior de ponderação
- Por ser uma rede extremamente dinâmica e focada no universo de notícias, entretenimento e por ser uma rede mais focada em texto, o indicado é que se poste pelo menos **3 vezes por dia** para gerar resultado.



# LINKEDIN



Diferente do Facebook e do Twitter, o LinkedIn não demanda tantas postagens para atingir uma frequência de sucesso.

- No LinkedIn, o algoritmo prioriza o conteúdo com maior probabilidade de ser interessante para cada usuário e que seja mais recente, nesse contexto. Considerando a reputação do perfil, como outras pessoas se engajam com o conteúdo e o que está em alta na rede.
- Engajamento - estimule o engajamento do seu post com um bom CTA (chamada para ação). Quanto mais interações você receber, melhor!
- A chave para se tornar viral é fazer com que o algoritmo mostre seu conteúdo para sua rede de 2º e 3º grau.
- O indicado é que se poste em torno de **3 vezes por semana** para começar a sentir os resultados

## DICAS



Cada rede tem suas peculiaridades, mas lembre-se:

- **Poste com regularidade**, pois se você postar de forma irregular, o algoritmo tratará você como um simples participante e não priorizará suas postagens entre seus seguidores
- Crie uma rede relevante de **conexões** com usuários que tenham afinidade com a área de atuação/segmento.
- Crie séries de conteúdos para manter a frequência. Pense em alguma temática, formato ou proposta que pode render mais de uma publicação e tente transformar isso numa série recorrente no seu perfil.
- Independente da quantidade, não abra mão da qualidade!
- Analise, teste e inove sempre!