

7 DICAS PARA  
ALAVANCAR SEU  
NEGÓCIO COM UMA  
FAMPAG FACEBOOK

No ano de 2018 o Facebook chegou a marca de 2,13 bilhões de usuários ativos mensalmente. E se você tem um negócio, seja ele uma pequena, media ou grande empresa, há uma chance excelente de você conseguir alcançar o seu público-alvo por meio do Facebook. E por onde começar? Será tão difícil conseguir seguir os passos e fazer o que tem que ser feito? Pode acreditar que não, o que você vai precisar é somente prestar atenção a uma série de passos que eu vou te passar para você fazer exatamente como deve ser feito, e não como você acha que é. comunicação para atrair a sua audiência.

Tem muito empreendedor hoje em dia que leva o seu negócio para internet, porém, baseado apenas naquilo que ele acha que está certo, e acredito que podemos até utilizar nossa intuição, mas não separada de estratégias que já foram testadas e comprovadas. Que é justamente o que eu passo no treinamento completo de Facebook para negócios, estratégias que eu mesmo testei e comprovei na prática que funcionam. Mas hoje vamos nos voltar inteiramente para a FanPage do seu negócio, que será um dos seus principais canais de

#1. Preenchendo as informações básicas de negócio  
Abra o seguinte link para começar agora mesmo a criar a sua Mega FanPage.

<https://www.facebook.com/pages/create.php>

Acessou a página de criação? Agora você escolherá uma das duas categorias a seguir para sua página: Negócio ou marca Comunidade ou figura pública

#2. Crie uma foto de perfil e uma capa para impressionar sua audiência Agora vamos adicionar uma foto do seu negócio como imagem de perfil. Aqui você precisa ter muito cuidado, pois as pessoas precisam ver com clareza pela foto do perfil, sobre o que se trata o seu negócio. Por isso escolha de preferência colocar a logo da sua empresa no tamanho 512x512, pois serão diversos dispositivos que visualizarão sua logo, e se alguém clicar para ver sua foto mais de perto, ela irá se expandir, e se estiver com uma resolução ruim ficará feio para você.

CONTEÚDO: Como criar uma Fan Page de sucesso? Há dois tipos de publicações: Aquelas que falam sobre a marca e as que entregam “presentes” aos seguidores, com dicas e informações que são alinhadas ao DNA do negócio. É importante ter um equilíbrio entre estes conteúdos e ter cuidado com a frequência de posts. Publicações em excesso podem incomodar. Lembra-se quando você tirou aquele amigo do feed porque ele não parava de compartilhar fotos da viagem para a Disney? Outro usuário pode fazer o mesmo ainda com mais rapidez em relação a você que não para de postar. Por outro lado, uma fan page sem publicações pode ser esquecida. Assim,

o ideal é realizar postagens, no mínimo, três vezes por semana e, no máximo, três vezes ao dia. Além disso, para definir o que será publicado, vale pensar em algumas diretrizes, como relevância, autenticidade, bom senso e público-alvo. Basta fazer uma análise prévia com base nas coisas que chamariam sua atenção se fosse um usuário comum e nos assuntos que você gostaria ou não de ver de forma alguma em uma fan page de segmento. O próximo passo é elaborar estratégias de conteúdo. Isso significa fazer um esboço para programar publicações com alguma antecedência, de acordo com as atividades do negócio, e mapear o que deve ser publicado diariamente para direcionar o tráfego para sua loja virtual ou blog, e aumentar o número de curtidas ou apenas reforçar a marca. Por exemplo, se você já sabe que na próxima semana um produto entrará em oferta no início do sábado e a promoção será encerrada na segunda-feira, vale fazer uma agenda como esta:

“A publicidade é uma troca, não compra de um espaço”. A frase de Bruno Scartozzoni – especialista em estratégias de comunicação, consultor de storytelling e transmídia para empresas, escritor e professor – define a nova forma de marketing digital que as marcas precisam compreender para evoluir. E nesse contexto que se destacam os conteúdos virais. Tratam-se de publicações que despertam o interesse dos seguidores por estarem relacionadas a dicas, serviços, humor, vídeos, brindes e promoções, por exemplo. Ou seja, são posts que representam benefícios, interação, troca com o público e, portanto, tornam-se compartilháveis.

Quando um fã compartilha uma postagem, a mesma aparece na linha do tempo dele e nos feeds de notícias de seus amigos, de modo que a página é divulgada e cada vez mais aumentam as chances de novas curtidas. Para aplicar o conceito de como criar uma Fan Page de sucesso, vale investir em estratégias como as descritas a seguir:

- Crie conteúdo que leve a emoção humana em consideração na medida certa;
- Pense no papel que sua marca desempenha e elabore um padrão de linguagem e de imagem que imprimam a identidade do negócio;
- Para não errar, publique

- 1 – Não publique coisas que as pessoas teriam vergonha de compartilhar;
- 2 – Para ampliar o engajamento dos seguidores, incite conversas na página: peça para que os fãs sugiram legendas ou completem uma frase; crie posts motivacionais e conteúdo divertido para gerar proximidade, tudo sem desviar o foco da marca;
- 3 – No livro Facebook Marketing, Camila Porto alerta: “Conteúdo sem conteúdo pode prejudicar sua marca. Conteúdo muito institucional pode prejudicar seu engajamento, dependendo do seu segmento. Os dois juntos com harmonia e resultados é um dos maiores desafios da sua estratégia de conteúdo.”
- 4 – Outra dica tem relação com o texto. Ao longo de uma pesquisa que contemplou as 10 mil páginas com mais fãs no Facebook no ano de 2013, Dan Zarrella – especialista em marketing viral – encontrou uma relação entre o tamanho do texto compartilhado versus o volume de engajamento. acompanhada

- 5 – Antes de criar um post, pense em palavras-chave para seu texto que sejam objetivas e chamem a atenção. •

Para fechar o meu primeiro Ebook com chave de ouro vou deixar mais 6 Dicas incríveis que vem funcionando em meus negócios tenho obtidos resultados fantásticos.

Través das redes sociais se você seguir todos os passos tenho certeza que o Universo atrairá para você as pessoas e as condições necessárias para alavancar sua vida e seus objetivos.

marca e com a mensagem a ser publicada e moderação; • 9 – Crie uma hashtag específica para sua marca. • 10 – Para o especialista em marketing digital Allan Peron, a fórmula para não exagerar nas publicações publicitárias é seguir a Regra do 4 por 1: 4 posts não-comerciais para 1 post comercial.

- 9 – Crie uma hashtag específica para sua marca. •
- 10 – Para o especialista em marketing digital Allan Peron, a fórmula para não exagerar nas publicações publicitárias é seguir a Regra do 4 por 1: 4 posts não-comerciais para 1 post comercial. •
- 11 – Durante a semana, o horário de pico no Facebook é das 13h às 15h, Compare esse dado com o horário nobre de sua página e otimize o momento de fazer seus melhores posts.empresa com 45 minutos com uma con

