

PRINCIPAIS REDES SOCIAIS

PARA USAR NA SUA EMPRESA



Atualmente, sabemos que as **redes sociais** estão no dia a dia da maioria das pessoas, e isso não muda quando falamos sobre o mundo empresarial. Com o avanço da tecnologia, a principal forma de comunicação nos dias de hoje é através das redes sociais, pois, desta forma, é possível alcançar o público de um modo mais direto e presente.

A facilidade de acesso encurta a distância entre o empreendedor e o seu cliente, por isso, é importante que o **investimento em publicidade e propaganda** estejam diretamente alinhados aos objetivos da empresa.

É importante lembrar que nem todas as redes sociais serão adequadas para o seu tipo de negócio ou para as metas e objetivos que a sua empresa definiu, pois a maioria dos empreendedores de pequenas empresas precisa administrar as próprias redes. Além disso, se a empresa sabe onde seus clientes e potenciais clientes preferem interagir, então, deve concentrar seus esforços lá, compartilhando conteúdo de qualidade e que resolva seus problemas.

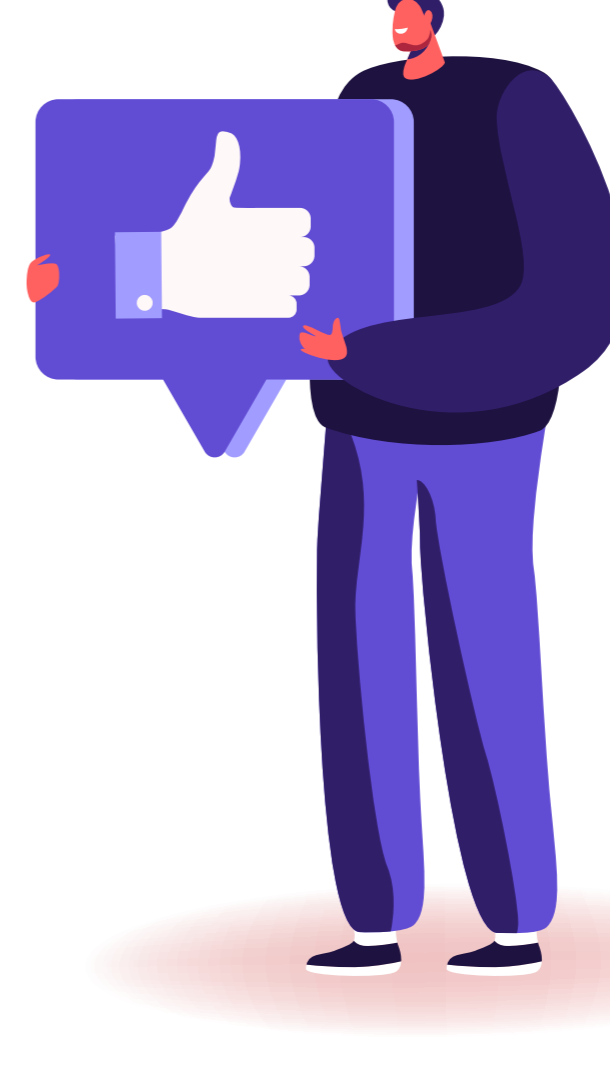


Por meio do **marketing digital**, as redes sociais se tornam canais de comunicação. Por isso, é importante que você, como empreendedor, saiba exatamente o objetivo de cada rede social, para que elabore conteúdos que estejam alinhados com o perfil da sua empresa e, também, dos seus clientes.

■ A seguir, vejamos as principais redes sociais

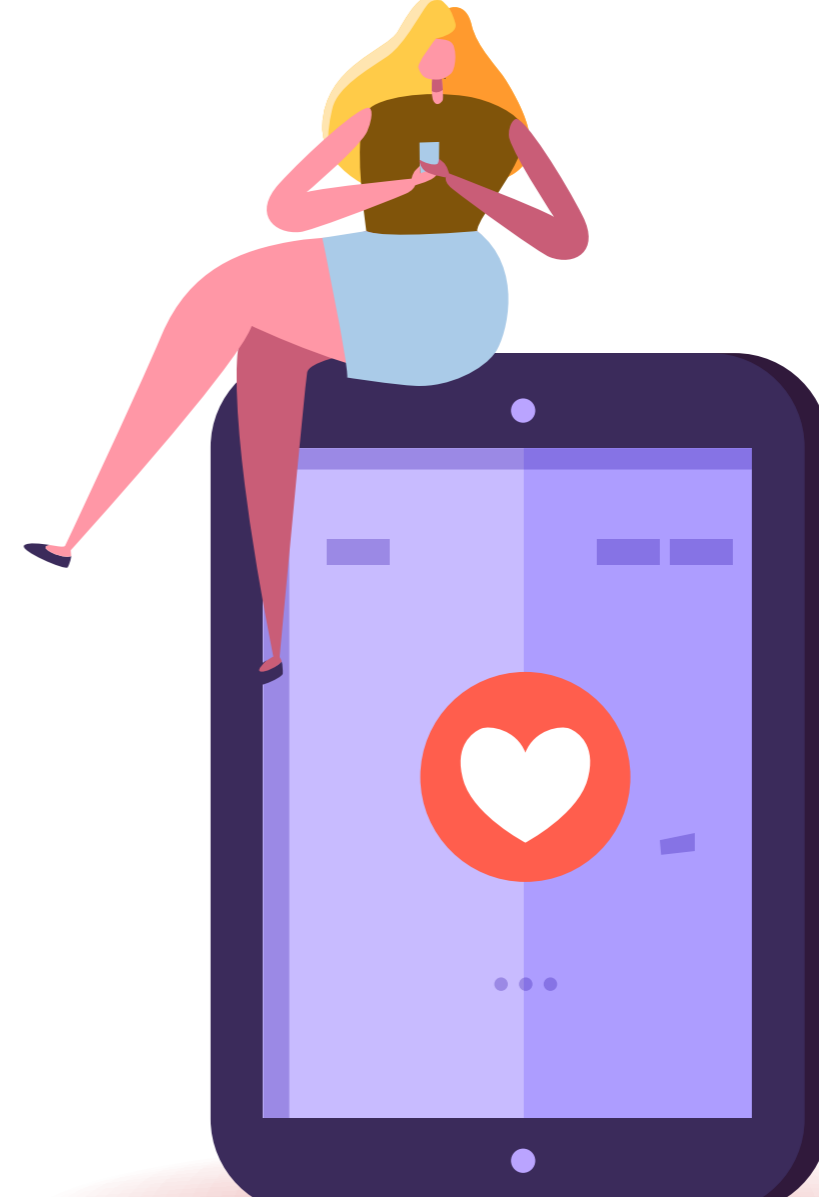
que você pode usar na sua empresa.

Facebook: é considerado uma das principais redes sociais, com alcance de público diversificado, desde adolescentes até idosos. Por meio dessa rede social, é possível compartilhar imagens, vídeos, textos e transmissão de conteúdo ao vivo. Além de criação de eventos para divulgação de algum momento especial e apresentação de banners que redirecionam para o site da sua empresa. Ao longo dos anos, o Facebook vem diminuindo seu alcance, contudo, ainda é uma rede social relevante para investir.



LinkedIn: o foco dessa rede social é o mundo do trabalho. Por meio dela, os usuários apresentam seu currículo profissional, principais características do perfil, atribuições, formação acadêmica, dentre outras informações relevantes para o mercado de trabalho. Para os empreendedores, essa rede social é relevante, pois possibilita a divulgação de ações estratégicas com seus colaboradores, bem como pesquisas de candidatas a vagas da empresa. Por ser uma rede social específica para o mundo do trabalho, a empresa que investe em marketing digital no LinkedIn deixa claro que está ligada nas tendências atuais e que, acima de tudo, fortalece sua presença no mercado.

Instagram: é a rede social que mais cresce atualmente, com apelo prioritariamente visual. No mundo virtual, o Instagram está em constante crescimento, sendo uma ótima ferramenta para a divulgação da marca e de produtos, contato direto com clientes, promoções e publicação de campanhas. Ao utilizar a rede social, é possível compartilhar imagens, vídeos, Reels (vídeos editados de 15 ou 30 segundos), fazer transmissão ao vivo compartilhada com outros usuários, publicação de stories com duração de 24 horas. Com todas essas possibilidades, o perfil da empresa disponível no Instagram precisa de uma regularidade de publicações para que tenha o objetivo de disseminação e fixação da marca atingida.



Twitter: o foco desta rede social é o texto, mas imagens, vídeos e gifs também são utilizados no Twitter, sendo possível, também, fazer transmissões ao vivo. A linguagem informal nessa rede é bem utilizada, além disso, costuma ser um veículo de notícias. Também, é possível promover produtos, enquetes e promoções na plataforma, sempre com o conteúdo alinhado ao objetivo da marca. O Twitter também pode ser utilizado para estreitar o relacionamento com o seu cliente, como para ações do SAC, respostas diretas a reclamações, ouvidoria, dentre outras.



YouTube: o foco dessa rede social é a produção de conteúdo voltado para recursos audiovisuais. Em constante crescimento, o YouTube pode auxiliar o empreendedor a divulgar a sua marca, produtos e serviços por meio de propagandas, vídeos e transmissões ao vivo. Por isso, é interessante analisar se a sua empresa deseja investir na criação de um canal para criar conteúdo e, consequentemente, divulgar a sua marca, ou se o investimento deve ser voltado somente para propaganda.



Pinterest: é uma rede social para publicação de fotos ou uma espécie de “quadro de cortiça” on-line, na qual os usuários salvam referências, ideias e até produtos que desejam comprar. As pequenas empresas podem criar painéis com as imagens dos seus produtos, podendo também criar ações em datas comemorativas, com painéis temáticos.



As redes sociais continuam crescendo e essa é uma realidade para o mundo. Nesse contexto, cabe ao empreendedor elencar seus objetivos comerciais e investir na rede social que mais se adequa ao seu perfil e ao perfil do seu cliente, sempre desenhando **estratégias de marketing** e seguindo as tendências virtuais da atualidade.