

# Como vender mais? Guia de como utilizar as ferramentas ideais



Introdução .....	3
Por que é fundamental ter uma presença forte nas redes sociais? .....	4
Como utilizar as redes sociais da melhor forma? .....	7
Como criar uma loja no Instagram? .....	12
Conclusão.....	14
Sobre o Sebrae PE .....	15

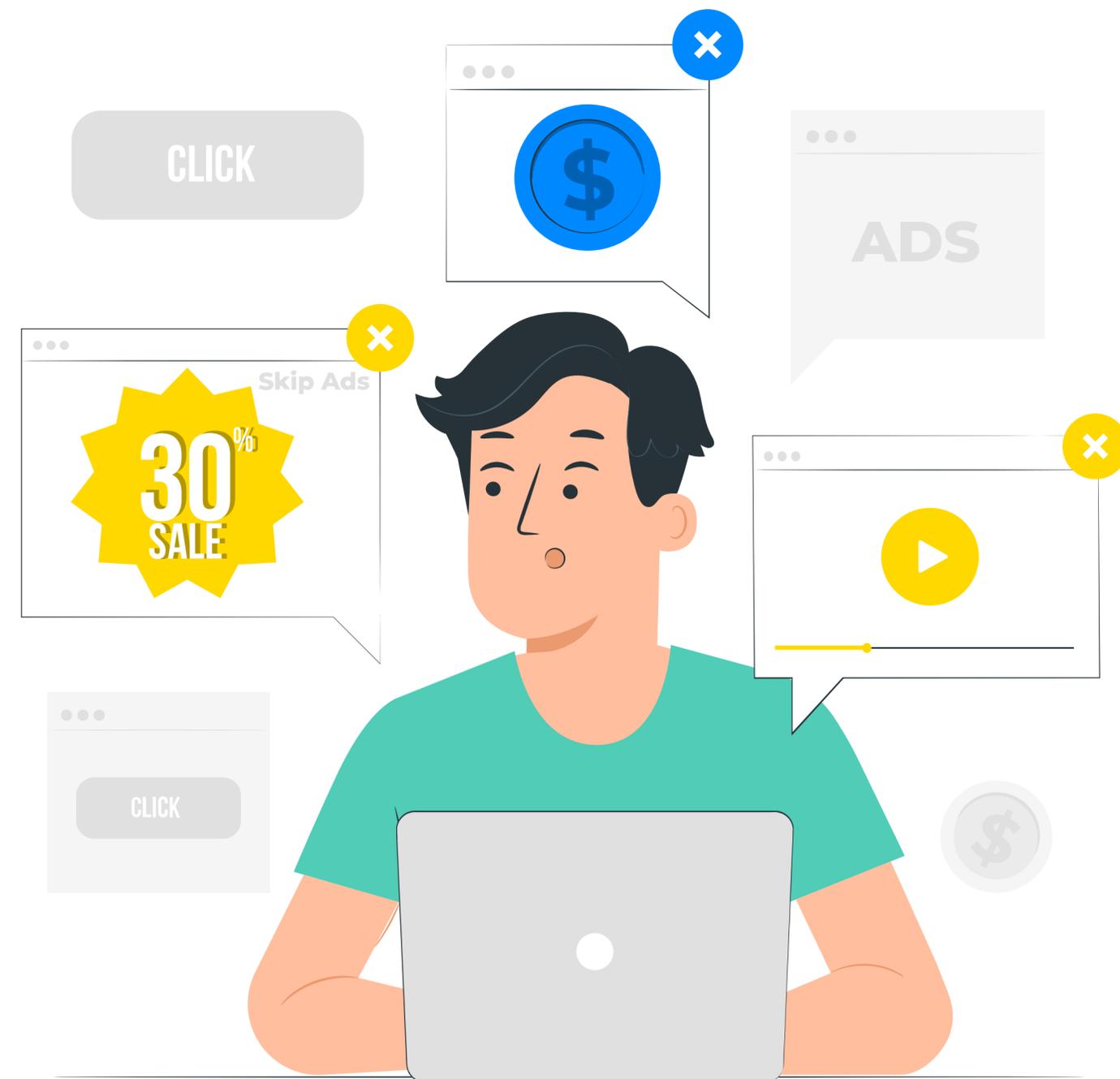
# Introdução

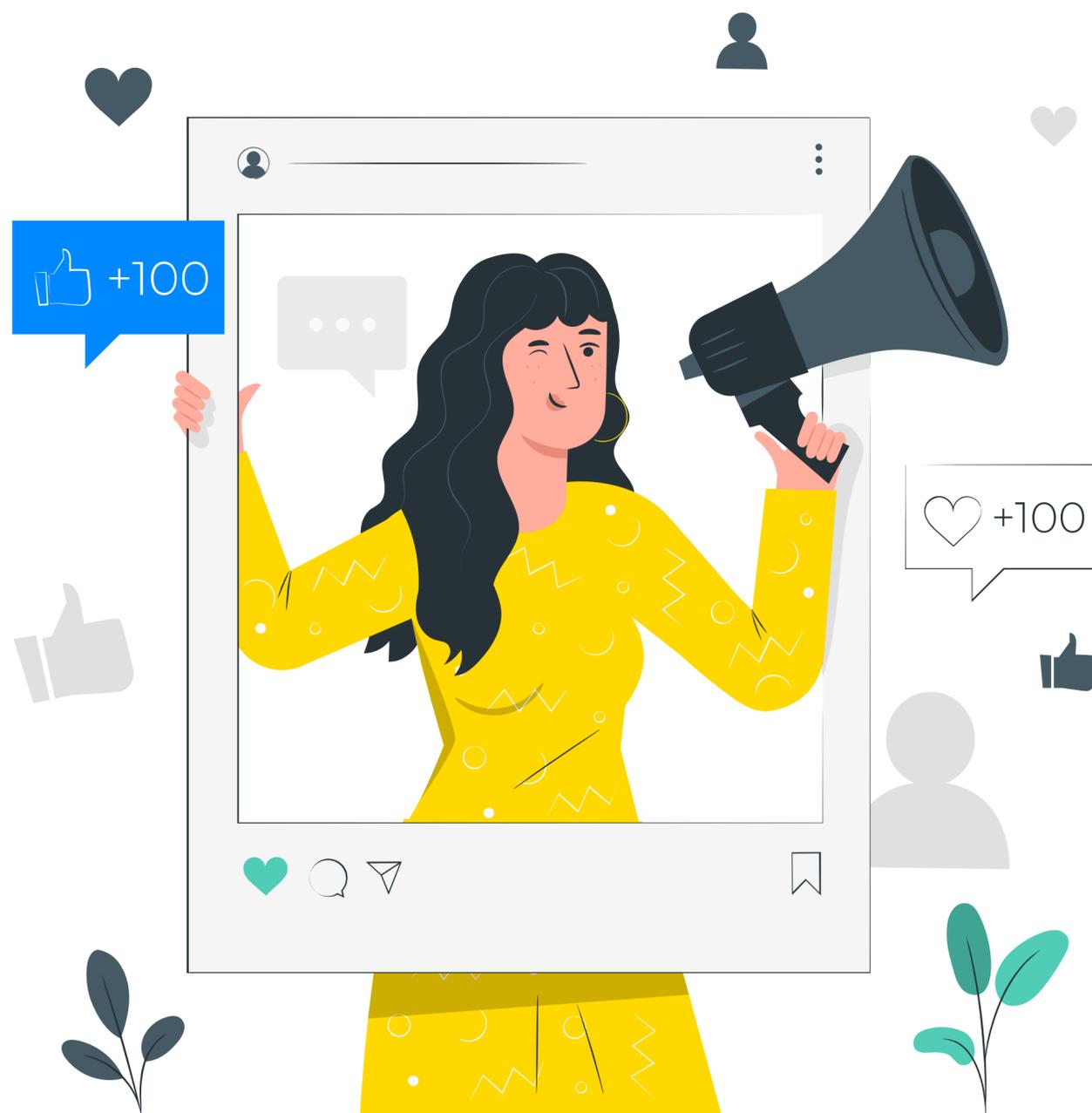
Na construção de uma empresa, **é essencial saber como vender mais**. O volume das suas vendas pode determinar a sobrevivência e o crescimento do empreendimento, assim como a qualidade do relacionamento com o mercado. Sendo assim, você deve caprichar no assunto!

Entre as muitas ferramentas de venda, as redes sociais têm destaque. Plataformas como Instagram, Facebook, LinkedIn e YouTube possibilitam a **construção de uma relação mais próxima e amigável com os clientes**, além de potencializar a interação com a sua marca.

É preciso saber **como tirar o máximo proveito dessas ferramentas** e adotar ótimas práticas gerenciais. Nesse momento, contar com um bom planejamento de mídias sociais, postar com frequência, interagir com seguidores e monitorar as métricas são boas iniciativas.

Quer saber como essas ferramentas podem alavancar as suas vendas e entender como aplicar as redes sociais a favor da sua empresa? Continue a leitura deste e-book!





## Por que é fundamental ter uma presença forte nas redes sociais?

Você já percebeu que quase todos os grandes negócios estão presentes nas redes sociais? Empresas do varejo de moda, cosméticos, alimentação, prestadoras de serviço e assim por diante marcam presença nessas plataformas. A realidade é que não importa o tamanho ou o segmento: as redes sociais são úteis.

Isso não acontece por acaso. A presença em plataformas como Instagram e YouTube é estratégica. O brasileiro passa, por dia, uma média de **3 horas e 42 minutos nas redes sociais** — **somos o 3º país que mais usa redes sociais no mundo.**

Podemos dizer, portanto, que poucos lugares oferecem uma **relação tão intensa, próxima e cativante** entre consumidores e as empresas. Adiante, detalhamos os benefícios. Veja!

## Melhora a relação com os consumidores

Nutrir um bom relacionamento com consumidores é útil por três principais motivos:

- ajuda a manter os atuais clientes;
- transforma consumidores em promotores da marca;
- melhora a captação de clientes, alavancando os resultados em vendas.

Nesse aspecto, a rede social é uma grande aliada. Ela possibilita a construção de uma relação amigável, dinâmica e envolvente com os clientes, deixando-os próximos da marca e dos produtos comercializados. Assim, fica mais fácil converter e nutrir clientes.

## Potencializa a exposição dos bens e serviços

Em grande medida, o sucesso nas vendas depende do nível de exposição dos bens e/ou serviços comercializados. Quanto maior for a audiência dos produtos — de forma que os consumidores saibam de sua existência —, mais fácil é cativar o público-alvo e emplacar as vendas.

### **A rede social funciona como uma vitrine global.**

Ela possibilita que milhões de clientes em potencial conheçam o seu produto e tenham acesso à mensagem que você quer transmitir. Além disso, as pessoas conseguem tirar dúvidas diretamente com a sua marca. Logo, o empreendimento tem um alcance ampliado.

## Facilita a construção da marca

Outra vantagem está na construção da marca. Pense em “marca” como a identidade da empresa, de modo que você consiga um **posicionamento específico na mente e no coração dos clientes**. Isso exige dedicação a alguns pontos, como comunicação, design e interação.

A rede social fornece todos os atributos necessários para o fortalecimento da sua marca. Fotos, vídeos, Stories, lives, dicas, troca de ideias com clientes, compartilhamento de feedbacks... Há um universo de possibilidades para criar e disseminar a sua marca!

## Conta com custos mais acessíveis

Precisamos tocar na questão financeira, certo? Redes sociais são uma boa porta de entrada para quem quer investir em marketing, especificamente em anúncios pagos. Mídias tradicionais, como TV, rádio e revista, costumam ter valores mais restritivos.

A grande vantagem é que você realmente define o orçamento e **pode ter bons resultados pagando razoavelmente pouco**. Além disso, é possível estabelecer o seu público-alvo, definindo filtros (sexo, idade e região do usuário) que melhoram o direcionamento do anúncio.





## Como utilizar as redes sociais da melhor forma?

As empresas têm bastante liberdade no uso das redes sociais. **Dependendo do perfil do público-alvo, dos objetivos e da plataforma usada**, as táticas podem variar bastante. Mesmo assim, existem algumas dicas e princípios que podem ajudar.

Vamos fazer um exercício reverso. Pense no seguinte: o que seria um mau uso das redes sociais? Fazer postagem com pouca frequência e consistência, utilizar imagens ruins, não entender seu público-alvo e interagir pouco com os usuários, certo? Sua missão é fazer o oposto de tudo isso, **de modo que haja direcionamento, consistência e qualidade!**

Nos tópicos seguintes, listamos 7 dicas de como utilizar as redes sociais com acerto. Além disso, apresentamos exemplos que podem orientar o seu trabalho. Acompanhe!

## Conheça o seu público-alvo

Nas redes sociais, um primeiro passo é ter clareza sobre o público-alvo, **que consiste no perfil de usuários que você deseja alcançar por meio das redes sociais.**

Esse público pode variar em muitos aspectos, como em características pessoais e estilo de vida.

Na prática, a definição do público-alvo é parte do plano de marketing. Você também pode usar as próprias redes sociais para mapear o perfil dos seus seguidores, **analisando-os em termos de idade, sexo e região**, entre outros aspectos. Assim, você terá uma direção mais clara.

Veja as [Lojas Renner](#). No Instagram, seu público-alvo é composto por mulheres, jovens adultas e residentes em todo o Brasil. Agora, olhe o [feed de publicações](#) da marca. Isso fica claro, pois quase todos os anúncios são direcionados exatamente para esse perfil de usuários.

## Descubra os melhores canais e horários

Após entender o seu público-alvo, outro ponto importante é identificar as melhores redes sociais e horários para publicação. Não basta postar em qualquer horário ou estar em qualquer rede social. **É necessário marcar presença onde o seu público-alvo está!**

Boa parte das empresas tem o Instagram como a rede social mais importante, mas não é apropriado descartar plataformas **como Facebook, Twitter, LinkedIn, YouTube e TikTok, entre outras.** A [EY](#), por exemplo, que fornece auditoria contábil para as empresas, pode ter mais engajamento no [LinkedIn](#) — rede social profissional — do que em qualquer outro lugar.

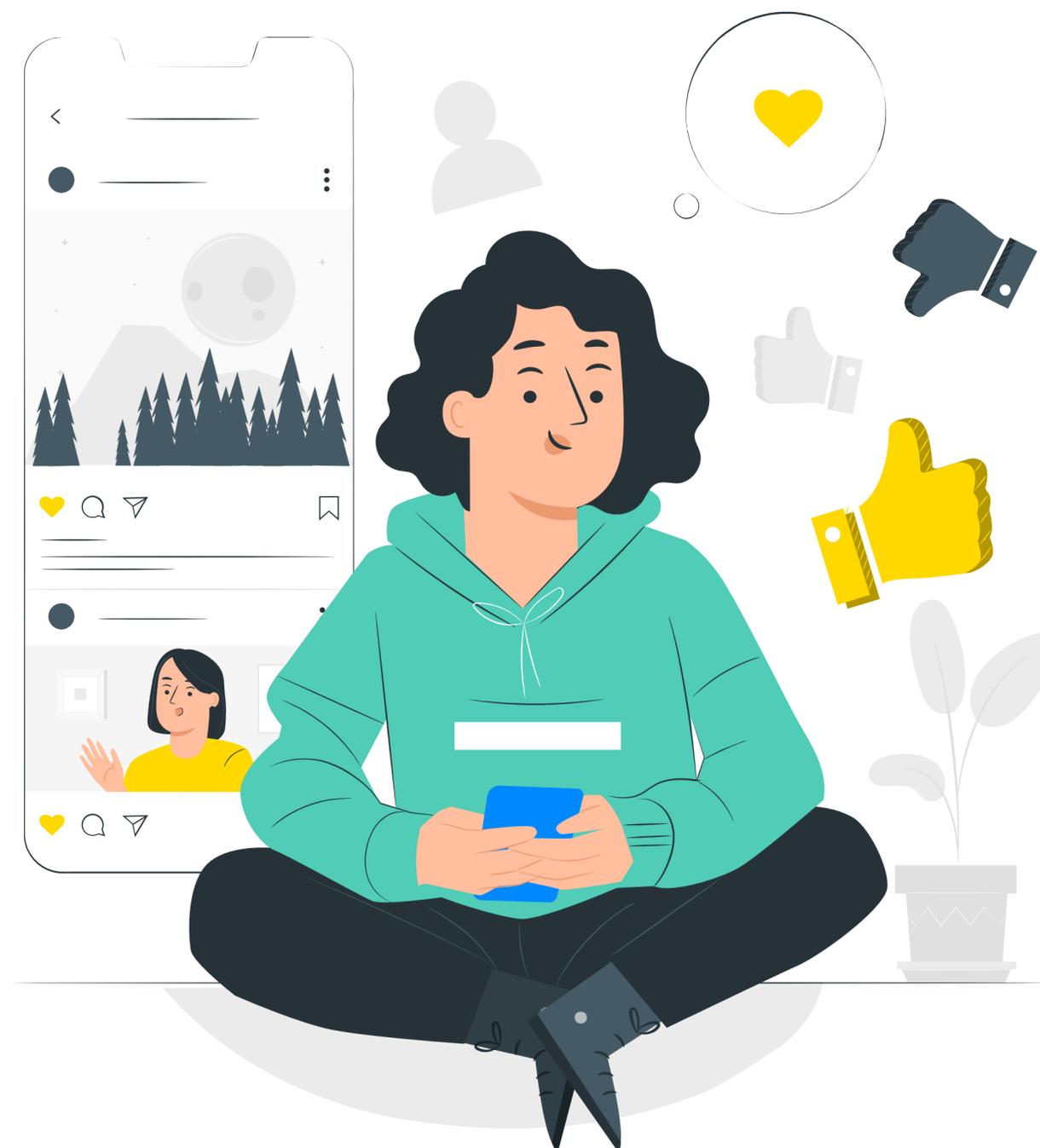
**Selecione duas ou três redes sociais** que fazem sentido para seu negócio. Além disso, identifique os melhores horários para postar, que geralmente são de segunda a sexta-feira, entre o início da manhã e o fim da tarde.

## Seja consistente no uso das redes sociais

Nossa terceira dica é simples: seja consistente! Use os vários recursos que a rede social oferece (como vídeos e fotos) e tenha regularidade na publicação, mantendo o seu público-alvo sempre bem nutrido. **Sem consistência, o engajamento com a marca cai.**

Aqui, algo interessante é criar um calendário de publicação. Todas as semanas, em dias e horários previamente definidos, faça quatro ou cinco publicações. Além disso, **tire alguns minutos do dia para responder dúvidas e interagir com os seguidores.**

A falta de consistência pode fazer com que seu negócio seja pouco notado. Os algoritmos das redes sociais também entendem que o seu perfil não é ativo, restringindo o alcance das publicações. Em resumo, sem consistência, seus resultados serão muito inferiores.



## Preze pelo bom humor e pelo dinamismo

Em essência, redes sociais **representam um local mais informal e descontraído**. O mais comum é que essas plataformas sejam utilizadas para se conectar com amigos, ficar por dentro de novidades e interagir com pessoas interessantes. Bom humor e dinamismo são cruciais.

Mesmo que a sua marca tenha um posicionamento mais sóbrio, na interação com outros usuários, adote uma linguagem menos protocolar e rígida. Preze pelo bom humor, pelo dinamismo e seja interessante. Isso não só vai afetar a imagem da sua empresa como vai gerar engajamento.

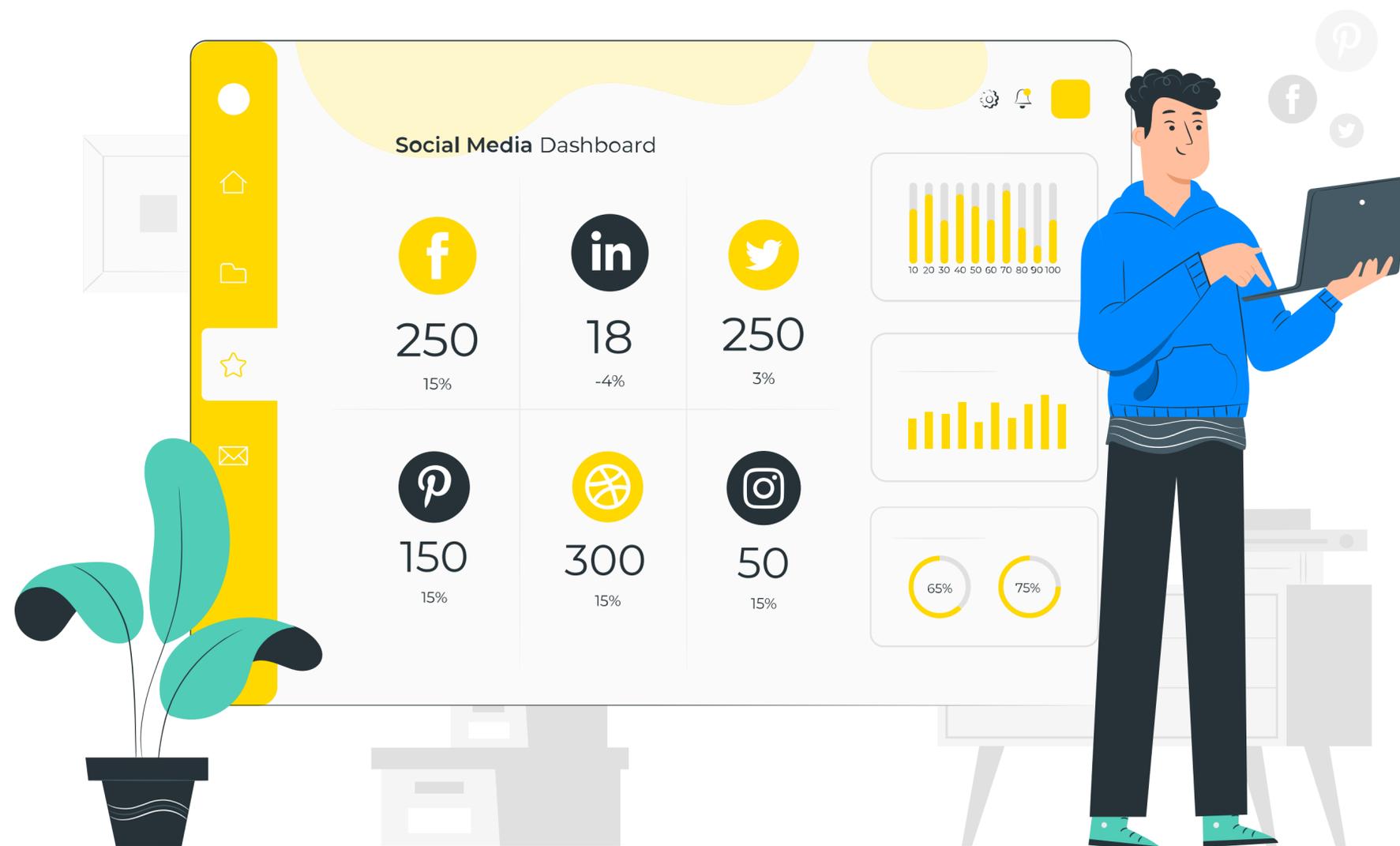
A [Netflix Brasil](#), muito ativa no [Instagram](#) e no [Twitter](#), é um bom exemplo. Suas postagens são descontraídas, próximas e interessantes, **tornando a interação mais leve e divertida**. Aqui, a ideia central é: não seja chato!

## Conte com influenciadores a seu favor

Você já deve ter visto e/ou ouvido falar em influenciador digital, **que é alguém capaz de influenciar outras pessoas por meio dos seus conteúdos em mídias digitais**, nutrindo um número muito grande de seguidores.

Na prática, o influenciador digital **agrega mais personalidade à sua marca**, aumenta a validação social do seu negócio e torna seus produtos mais conhecidos, recomendando-os para outros usuários da rede. Essa pode ser uma grande oportunidade.

Vamos olhar para a [Avon](#), recentemente adquirida pela Natura. Ela está em processo de reconstrução da marca (rebranding) e conta com influenciadores digitais, especialmente a [Juliette](#) (ex-BBB), para melhorar seu posicionamento digital e sua conexão com público-alvo.



## Conheça suas métricas e defina metas

Por fim, mas não menos importante: **administre suas redes sociais com foco em resultados** concretos. Nesse caso, há duas coisas importantes: conhecer suas métricas de performance e estabelecer metas inteligentes, que orientem os resultados futuros.

**Métricas de performance referem-se aos números atuais.** O número total de seguidores, a interação com as publicações, os leads gerados a partir dos posts, as vendas geradas a partir das redes sociais e outros pontos são métricas interessantes de acompanhar.

Tenha cuidado com as métricas de vaidade, que servem para “inflar o ego”, mas não geram vendas nem melhoram a relação com os clientes.

As metas devem direcionar os resultados futuros. Boas metas seguem o padrão SMART, ou seja, **são específicas, mensuráveis, alcançáveis, relevantes e com tempo bem definido (prazo).**

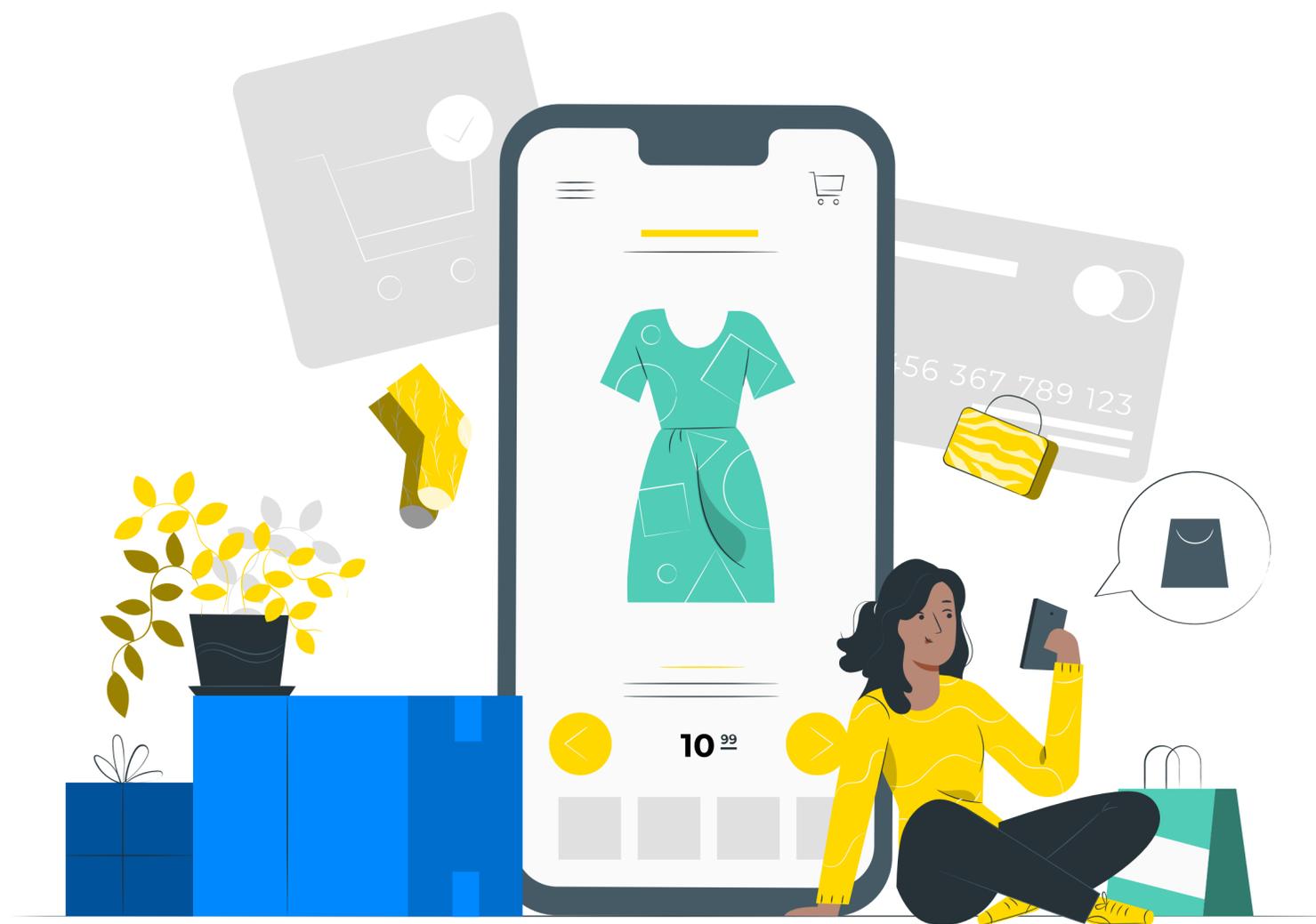
# Como criar uma loja no Instagram?

Agora vamos falar de uma rede social específica: o Instagram. Essa plataforma conta com [números](#) interessantes: cerca de 99 milhões de usuários, com uma taxa de engajamento 4 vezes maior que a do Facebook. Sabe-se, ainda, que **81% dos brasileiros usam o Instagram para procurar produtos**, como bens e serviços.

Para negócios, uma das funcionalidades mais interessantes é a loja virtual, **que permite a exposição de produtos aos seguidores**, como roupas, acessórios, móveis e livros. A seguir, explicamos os principais passos para abrir uma loja no Instagram. Acompanhe!

## Migre para um perfil comercial

O primeiro passo é migrar seu Instagram para o perfil comercial,  **sinalizando que você tem um negócio**. Para tanto, vá até as configurações, selecione “Opções de conta” e, em seguida, “Mudar para conta profissional”. A plataforma vai pedir que você classifique seu negócio, como loja de roupas ou loja de móveis, entre outras classificações disponíveis.



## Vincule seu perfil à conta no Facebook

O Instagram é uma rede social que pertence ao Facebook, portanto, **muitas das suas atividades gerenciais exigem uma vinculação de contas**. Nesse caso, vá novamente às “Opções” e procure por “Compartilhar em outros aplicativos”. Depois, selecione a aba “Facebook”. Se você ainda não é usuário do Facebook, terá a opção de criar uma conta.

## Carregue o catálogo de produtos

Agora que você já tem uma conta comercial e ela está vinculada ao Facebook, **o próximo passo é acessar o [gerenciador de comércio do Facebook](#)**, onde você vai carregar o catálogo de produtos.

No gerenciador, selecione a opção “Criar um catálogo”, depois, indique a forma de carregamento dos produtos — pode ser manual ou importando do seu e-commerce. Ponto!

Basta enviar sua conta para análise e aguardar a aprovação.

## Habilite o modo de compras no Instagram

Depois que a conta for aprovada, volte para o Instagram. **É hora de habilitar o modo de compras, de forma que a sua loja seja criada**. Acesse as configurações do perfil comercial, vá até “Empresas” e, depois, “Configurar o recurso compras”. Vincule o catálogo criado à sua conta no Instagram e clique em “Concluir”. O trabalho está feito!

## Marque seus produtos no Instagram

Agora que a sua loja está criada, é importante mantê-la bem nutrida. Nas suas publicações, lembre-se de marcar os produtos, **permitindo que os usuários tenham mais informações do produto e sejam direcionados para o local de compra**. Aqui, basta criar um post com a foto do produto e escolher a opção “Marcar produtos”, que surgirá na página de publicação.



## Conclusão

Agora você está por dentro do assunto e sabe como vender mais utilizando as redes sociais, especialmente o Instagram. Lembre-se que existem múltiplas vantagens, **como a melhor relação com os clientes** e a exposição dos produtos em uma vitrine global.

Entre as boas práticas de uso das redes sociais, tenha clareza do seu público-alvo e saiba qual é a melhor plataforma para estabelecer uma conexão. Além disso, **seja consistente nas publicações**, tenha bom humor, conte com influenciadores digitais e monitore sua performance atual.

**Ao utilizar o Instagram, é interessante criar a sua loja virtual.** Assim, você consegue mostrar seus produtos, melhorar a marcação de fotos e redirecionar os usuários para uma página de compras. Mantenha sua loja com fotos, preços e informações bem atualizadas.

Em todas as etapas, tenha em mente que o SEBRAE é um parceiro estratégico. **Contamos com materiais adicionais, mentoria e consultoria especializada**, entre outras soluções para potencializar os seus resultados!



O Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae) é uma entidade privada, desenvolvida com o intuito de auxiliar os empreendedores na gestão e no crescimento dos negócios. Temos unidades em todo o território nacional e ampla experiência de mercado.

Buscamos construir oportunidades em conjunto, oferecendo capacitações, oficinas, consultorias e diversos serviços para auxiliar empresários a alcançarem prosperidade nos negócios. Atuamos nas frentes de fortalecimento do empreendedorismo e no estímulo à formalização dos negócios, buscando a criação de soluções criativas junto aos empresários.