

PRODUTO ARTESANAL NAS REDES SOCIAIS

*como divulgar, vender
e fazer conexões*



REDES SOCIAIS

Rede social é uma plataforma cujo objetivo é conectar pessoas e compartilhar informações entre elas, tanto de caráter pessoal quanto profissional ou comercial. Elas se materializam na forma de sites e aplicativos, reunindo usuários que compactuam dos mesmos valores e interesses.



Segundo pesquisa¹, a América Latina é campeã no uso e redes sociais no mundo. Diariamente, as pessoas gastam uma média de 212 minutos nas mídias.

Atualmente cerca de 3 bilhões de pessoas usam as redes sociais no mundo.

As redes sociais assumiram um papel crucial nas relações humanas, tanto pessoais quanto profissionais.

Esses números impressionantes fizeram com que as empresas e marcas vislumbrassem a possibilidade de interagir com seus clientes nessas plataformas, criando uma nova forma de relacionamento, abrindo caminhos tanto para interação quanto para o anúncio e venda de produtos ou serviços.

¹ Global Web Index

PONTOS POSITIVOS

-  Mostrar quem você é - as redes sociais são uma espécie de **vitrine** da sua empresa; são nelas que você poderá mostrar a visão do negócio, no que acredita;
-  **Relacionamento direto** com os clientes - você pode entrar em contato com cada um, seja para resolver problemas ou descobrir novas informações;
-  Possibilidade de **segmentação do público**: é possível segmentar seus posts de acordo com as características da audiência, direcionando seus esforços para aquelas parcelas do público que possuem mais afinidade com sua solução;
-  Poder **saber mais sobre seus clientes**: as pessoas compartilham seus gostos, desejos e outras informações que podem ser valiosas. Fique atento ao que é relevante para sua audiência para conectar-se melhor
-  Possibilidade de vender por estas plataformas: da mesma forma que é possível se relacionar com o público, é também possível utilizá-las para **vender seus produtos ou serviços**,
-  **Divulgação de produtos** com baixo orçamento: ao contrário dos meios tradicionais, como televisão e jornais, anunciar nas redes sociais possui um custo mais baixo;
-  **Informação em tempo real**: as redes sociais permitem comunicar mensagens de marca urgentes em um canal oficial.

ANTES DE COMEÇAR

Conheça seu público

Utilize as redes sociais para conhecer seu público. Identifique quais grupos de Artesanato existem e quem participa deles.

Produza

Tenha produtos que atendam as necessidades do seu público, com qualidade, identidade, logomarca, etiqueta, dentre outros.

Tenha Foco

Qual é seu objetivo? Aumentar vendas? Valorizar a marca? Divulgar os eventos que você participa? Atrair clientes para comprar na sua loja/espaço físico ou site?

É preciso Planejar

O que você quer divulgar? Que ações você vai tomar e quando? Que conteúdo relevante posso compartilhar?

Cuide

Entregar produtos no tempo certo, responder às perguntas na página, dar feedback, ter sempre novos produtos, e continuar com o perfil do negócio ativo.

VANTAGENS

A **plataforma não cobra uma taxa por vendas**, assim, um produto vendido aqui tem a mesma margem de lucro que algo vendido e entregue pessoalmente.



Facebook

Divulgação integrada com a rede social

Ao criar sua loja dentro dessa rede social, você simplesmente torna essa divulgação mais conveniente. Seu anúncio pode ser veiculado diretamente em suas postagens, facilitando bastante o trabalho de divulgação.

Caminho mais curto para fechar negócio

É uma regra geral nas vendas online que, **para cada clique a mais que um cliente deve dar entre o anúncio e o fechamento da compra, há mais uma oportunidade de perder a venda**. Por isso há tanto trabalho para otimizar o caminho do lead até o produto.

Métricas de desempenho na plataforma

Por fim, mas não menos importante, métricas. Estatísticas e dados devem sempre embasar suas decisões. Sem esse conhecimento, você aumenta consideravelmente suas chances de cair em algum erro.

COMO CRIAR PÁGINA

Foto do perfil

Ela representa sua empresa no Facebook. Pode ser a logomarca da sua empresa ou negócio, ela aparece no canto superior esquerdo da Página e no canto superior esquerdo de cada publicação criada.

Adicione uma imagem de boa qualidade, que represente sua marca e que seja facilmente reconhecível.

Foto da capa

A foto da capa representa sua empresa no Facebook. Pode ser uma boa foto dos principais produtos ou uma imagem única da sua empresa. Sua foto da capa aparece no topo da Página.



COMO CRIAR PÁGINA

Nome de usuário da Página

Com um nome de usuário simples e específico, as pessoas encontram sua empresa mais facilmente.

- Use somente letras, números e pontos
- Não use caracteres especiais (\$%&!)
- Não é possível usar extensões como .com ou .net
- Os nomes de usuário devem conter no mínimo cinco caracteres
- Pontos e letras maiúsculas não diferenciam nomes de usuário

Seção Sobre

Local onde você pode compartilhar detalhes da empresa, como informações de contato e horário de funcionamento do negócio, além de dizer aos clientes o que você tem a oferecer. A descrição aparecerá nos resultados da pesquisa quando as pessoas procurarem sua empresa online.

The screenshot shows a Facebook page for 'Rede ASTA'. At the top, there's a red circular profile picture with the word 'asta' written on it. Below the profile picture, the page name 'Rede ASTA' and handle '@redeasta' are displayed. To the right of the profile picture, there are buttons for 'Curtir' (Like), 'Seguir' (Follow), 'Compartilhar' (Share), and '...' (More). On the far right, there are links for 'Saiba mais' (Know more) and 'Enviar mensagem' (Send message). The main content area starts with a 'Sobre' (About) section, which includes the company's name, address ('Aberto agora 10:00 às 18:00'), and birth date ('Nasceu em 30 de novembro de 2005'). Below this, there's a 'Missão' (Mission) section with a detailed description. Further down are sections for 'INFORMAÇÕES COMERCIAIS' (Commercial Information), 'INFORMAÇÕES DE CONTATO' (Contact Information), and a 'MAIS INFORMAÇÕES' (More Information) section with links to various social media platforms. On the left side of the page, there's a sidebar with links to 'Página inicial' (Main page), 'Eventos' (Events), 'Sobre' (About), 'Avaliações' (Reviews), 'Publicações' (Posts), 'Fotos' (Photos), 'Vídeos' (Videos), 'Comunidade' (Community), and 'Empregos' (Jobs). A green button labeled 'Criar uma Página' (Create a page) is located at the bottom of this sidebar. Two black arrows point from the text labels 'Nome de Usuário da Página' and 'Seção Sobre' to their respective counterparts on the Facebook page.

Nome de Usuário da Página

Seção Sobre

ATRIBUIR FUNÇÕES

As funções administrativas permitem adicionar outras pessoas para ajudar a gerenciar a Página. Cada função inclui **acesso e permissões específicos**.

Criando uma Página, você se torna administrador dela automaticamente. Isso significa que você tem acesso total a todos os recursos e configurações de uma Página e pode atribuir funções para outras pessoas.

Atribuir uma função a alguém

Clique em Configurações na parte superior da Página.

Clique em Funções administrativas na coluna à esquerda.

Digite um nome ou email na caixa e selecione a pessoa da lista exibida.

Clique em Editor para selecionar uma função no menu suspenso.

Clique em Adicionar e insira sua senha para confirmar.

PUBLICAR

As pessoas entram nas redes sociais praticamente todos os dias, então, é claro que elas vão querer ver postagens novas com regularidade. Você precisa ter atenção à frequência de postagens.

Uma boa dica para isso é fazer com antecedência um calendário editorial. Assim, você consegue saber tudo que precisa ser planejado para postar, as redes nas quais seus posts devem sair e as datas de cada publicação.

E lembre-se: é possível aproveitar o mesmo conteúdo para mais de uma rede social fazendo apenas algumas mudanças, o que já te ajudará na hora de pensar nas pautas de cada publicação.



Publique com frequência: publicações novas e frequentes indicam para os fãs e seguidores que você está ativo, é confiável e se importa com eles como clientes. Publicações antigas ou expiradas podem dar a entender que sua empresa fechou ou que não se importa com os clientes. Use o agendamento e crie publicações antecipadamente para que a Página esteja sempre atualizada, mesmo quando você estiver ausente.

Publique conteúdo que interesse aos seguidores: quanto mais o público se identificar com o conteúdo, mais se conectará com você. Os clientes em potencial que veem conteúdo interessante têm mais probabilidade de se tornar fãs da Página ou de confiar em sua empresa.

COMO AMPLIAR REDE

Compartilhe a Página em seu Feed de Notícias pessoal

Conte a seus amigos e familiares sobre sua Página do Facebook. Peça para eles curtirem e compartilharem a Página com amigos e comunidades.

Participe ou crie grupos relevantes

Publicando como sua Página em grupos relevantes para a empresa, você pode alcançar pessoas interessadas no trabalho que faz e aumentar o número de seguidores da Página. Se você não encontrar nenhum grupo adequado, poderá criar seu próprio grupo para desenvolver uma comunidade e aumentar o envolvimento com a Página comercial.

Compartilhe a página fora do Facebook

Não se esqueça de outras plataformas. Compartilhe a Página do Facebook em seu site, em materiais de marketing e publicações de blog para garantir que todos os possíveis seguidores vejam.

Os grupos e comunidades nas redes sociais reúnem pessoas com interesses em comum. Dessa forma, esses canais são excelentes para divulgar seus produtos digitais para uma audiência segmentada.

Procure os grupos relacionados ao produto que você vende. Participe dos fóruns e tente responder o máximo de dúvidas possível sobre sua oferta.

DICAS !

Orçamento

Você pode criar ótimas imagens e vídeos em seu telefone celular.

Imagens e vídeos

Crie diferentes anúncios para cada um deles. Usar diferentes elementos em anúncios ajudará você a saber o que funciona melhor com o público

Usando as ferramentas do Facebook

Seja criativo em relação às imagens e aos vídeos ao criar um anúncio no Facebook. Por exemplo, você pode combinar várias imagens em uma apresentação multimídia para criar um vídeo ou adicionar várias imagens de um produto a um carrossel para que as pessoas possam clicar nelas.

Um bom texto:

- É curto e simples
- Se for alguma promoção, deve incluir as datas;
- Incentive o público a interagir (Ex. Venha conhecer...; o que você acha?)

PÁGINA E CONTEÚDO



INSTAGRAM

Defina a personalidade da empresa

- Se você for novo no Instagram, estas três etapas são recomendadas: decida que história deseja contar, escolha uma aparência homogênea para sua conta e publique de forma consistente.
- Além de usar o logo do seu negócio, adicione em poucas palavras a proposta da empresa e o link para a sua loja virtual. Assim, você facilitará o acesso aos seus seguidores.

Destaque-se com criatividade

Inclua seu logotipo ou suas cores, conte uma história sobre sua empresa e certifique- se de que a qualidade do conteúdo reflete a qualidade da empresa ou negócio.

Crie fotos e vídeos de qualidade

Quanto mais bonitas forem as imagens, mais atraente será o seu perfil e maior será o seu número de seguidores.

COMO AUMENTAR VISIBILIDADE

Conteúdo de qualidade e de acordo com o seu negócio, assim as pessoas vão querer ver em seus feeds do Instagram e também faz com que sua conta seja descoberta por não seguidores em **Pesquisa e Explorar** ou em **Atividade**, onde as pessoas podem ver as publicações que os seguidores delas curtiram.

No dia a dia do seu negócio e do marketing da empresa:

Divulgar os seus locais de venda de seus produtos. Se você for participar de uma feira ou evento, por exemplo;

Promover lançamentos de produtos e/ou promoções;

Anunciar o link do seu site e outras redes sociais como Facebook;

Lembre-se da máxima: “quem não é visto, não é lembrado”



rede_asta ATENÇÃO SANTA CATARINA!

Estamos chegando com uma versão mini da Escola de Negócio das Artesãs em Imbituba/SC. Serão 4 minicursos das aulas mais amadas da Escola:

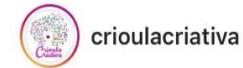
POSTS ATRATIVOS

Defina um estilo - as postagens devem respeitar a identidade visual da marca, usando suas cores e mantendo sua estética.

Use vídeos verticais - use uma proporção vertical ou quadrada. Essa opção é recomendada porque a maioria das pessoas mantém o telefone na vertical. Portanto, o anúncio cobrirá a maior parte da tela.

Evite textos em imagens - em vez disso, use os campos de texto/título/descrição do link, se possível. Se você precisar usar texto em sua imagem, experimente uma fonte menor e menos palavras para reduzir a proporção de texto para imagem. A ferramenta de sobreposição de texto te ajudará a garantir que seu anúncio seja aprovado.

Encoste o texto - as pessoas passam muito rapidamente pelo feed do Facebook e do Instagram.



...



crioula criativa Fim de Semana está chegando, temos dois encontros marcados - SÁBADO 03/08.

- Café da Minas das 09 às 12hs - Sesc Cinelândia, evento fechado.

▪ @encontro_nrato das 12 às 20hs - no Centro da



POSTS ATRATIVOS

Adicione várias imagens usando o formato carrossel - o carrossel permite que você mostre mais imagens para as pessoas pelo mesmo custo. É uma ótima oportunidade se você tiver várias imagens da marca ou produto.

Adicione movimento - anúncios com movimento se destacam no Feed de Notícias. Ao criar um anúncio para o Stories, é possível usar modelos gratuitos que animam o anúncio automaticamente. É possível editar as cores, imagens e fontes rapidamente, se quiser. Você também pode testar estes aplicativos gratuitos:

- Hyperlapse: crie vídeos de lapso de tempo.
- Boomerang: vídeos em loop.
- Legend: animação de texto.
- Videoshop: edição de vídeos.
- Adobe PhotoShop Express: edição de fotos.
- Adobe Spark: crie vídeos usando modelos com texto, imagens, fotos e narração.



INTERAÇÃO É TUDO

Use chamadas para ação: vários botões de chamada para ação estão disponíveis para os anúncios do Facebook ou do Instagram. Esses botões chamam a atenção das pessoas e as incentivam a clicar e a se envolver com seu anúncio. Teste os botões de chamada para ações disponíveis com diferentes formatos e objetivos do anúncio para ver qual deles faz seu público realizar ações.

Use hashtags - As hashtags são os famosos símbolos (#) que permitem que os usuários pesquisem e descubram posts de um determinado assunto. O Instagram permite que você insira até 30 hashtags por post, mas não exagere!

Siga outras contas - siga perfis de marcas influentes no seu segmento - isso te ajuda a se atualizar em conteúdo interessante que pode ser útil para você. Além disso, siga também usuários que interagem constantemente com seu perfil — isso demonstra que você está prestando atenção nos seus seguidores fiéis



INTERAÇÃO É TUDO

Gerar urgência – dar uma data limite para começar uma promoção, contagem regressiva para começar venda de novos produtos, só tem mais algumas peças, por exemplo.

Chamar para o feed – usar o stories para levar seus seguidores para alguma novidade no seu feed.

Tutoriais rápidos – algo bem prático e que mostre para o seu público algo mais sobre os seus produtos

Depoimentos de clientes – trazem credibilidade à sua marca, podem ser postados como vídeos ou texto curtos com naturalidade, sem parecer fake.



Precisa de ajuda?
Entre em contato !



0800 570 0800



www.sebrae.com

material elaborado por: mario ferreira - analista do artesanato

