

MINI GUIA para redes sociais



Pensando em valorizar os negócios locais e ajudar os pequenos empreendedores, a equipe da Fluir preparou um mini-guia de como você pode **bombar o seu negócio nas redes sociais** para dar uma força nesse momento delicado que vivemos.

São dicas rápidas de como vender seu peixe, como se posicionar adequadamente, atrair e engajar seguidores e principalmente, valorizar seu produto.

Juntos somos mais fortes! [Vamos Fluir contra o Covid-19?](#)



**you already have
an account on
social media?**

Sabemos que muitas vezes os pequenos negócios não têm capital suficiente para investir em uma agência ou assessoria de comunicação para gerenciar sua marca online. Mas independente disso, você precisa estar ali. Sabia que antes de pesquisar uma nova marca no Google, as pessoas dão uma olhada no Instagram?

O primeiro passo é definir seu **nome de usuário**. É importante que ele seja direto e te identifique. Exemplo: sua marca se chama 'Bolo da Maria', seu usuário deve ser @bolodamaria. Pode ser que o usuário que você escolher já esteja sendo utilizado por outra pessoa, então tente acrescentar algum elemento gráfico como traços ou pontos.

O usuário do Facebook pode ser o mesmo que você escolher para o Instagram.

Depois que definir seu usuário, defina informações básicas como: apresentar seu produto, sua localização e como o público pode entrar em contato com você. Isso deve estar claro e de fácil acesso para quem acessar sua página, ok?

Nessa hora vale dar uma espiadinha nos perfis dos seus concorrentes para entender um pouco melhor como você precisa aparecer.

planejamento



Tudo que envolve comunicação, seja online ou offline, exige um planejamento. Sempre temos muitas ideias e se não organizarmos elas, podemos nos perder. (E é bem fácil de isso acontecer, acredite!)

Nossa sugestão é de que você pense em pelo menos **3 posts semanais** e inclua algumas datas comemorativas que tenham a ver com o seu negócio.

DOMINGO	SEGUNDA	TERÇA	QUARTA	QUINTA	SEXTA	SÁBADO
18h Stories com a programação da semana	10h Feed + stories com as promos da semana			10h Feed + stories com as promos do final de semana	12h Dicas para curtir o final de semana	
	18h Responder direct e reposts	18h Responder direct e reposts	18h Feed + stories com sugestão para a janta	18h Responder direct e reposts	18h Enquete nos stories sobre o top 3 da semana	18h Responder direct e reposts

O ideal é fazer uma lista com todas as ideias e conteúdos que você acha interessante de publicar e ir distribuindo no seu calendário. **Relacione assuntos com o momento atual**, abra caminho para futuros lançamentos e o principal, fique atento ao seu desempenho. Se o seu post tiver muitas curtidas, comentários e um bom alcance, siga essa linha de raciocínio. Se o público reagir mal e o post ficar meio apagadinho, analise o que pode ser melhorado para o próximo.

Infelizmente não existe fórmula mágica! A vantagem das mídias sociais é essa: **poder analisar e refazer em tempo de não prejudicar a sua marca.**

primeiros posts



Com o planejamento em mãos e os seus perfis criados e ativos, é hora de começar a **aparecer por ali**. Pode parecer complicado, mas se você tem um objetivo claro em mente, fica bem mais fácil.

Faça 3 perguntas para si mesmo: O que eu pretendo com as redes sociais? Quem eu quero que compre meu produto? Como eu quero que as pessoas me vejam?

A partir das suas respostas, crie um pequeno **cronograma de postagens** e ordene suas prioridades. Para quem é novo nas redes, nossa sugestão é começar se apresentando e evidenciando seus diferenciais. Assim quem entrar no seu perfil, logo vai saber o que você está fazendo ali.



**escolhendo
as fotos**

Use outros perfis de inspiração! **Sabe aquela marca que você adora e fica babando quando vê os posts? É nessa que você deve se espelhar.**

Tire quantas fotos achar necessário e peça ajuda para escolher a melhor. Esse é o momento de unir forças, certo?

Para te ajudar nessa missão, separamos alguns **apps de edição de fotos** super fáceis e intuitivos para te ajudar:

> Snapseed

> Foodie

> PhotoGrid

> Adobe Lightroom (esse é para quem já tem um conhecimento intermediário nas ferramentas de edição)

Dica de ouro: muitas vezes, **um pequeno ajuste no contraste da sua imagem já dá um toque especial.** Alguns smartphones permitem esse ajuste direto na galeria, sem precisar de ajuda de apps!

hora de
postar



Agora que você já escolheu a sua foto, é hora de publicar. Para montar a **head** (como chamamos a 'legenda') precisamos estar atentos em alguns detalhes:

- **ninguém lê uma head gigantesca**, então tente ser breve e o mais direto possível;
- **atenção ao português!** Ninguém merece receber um comentário corrigindo um erro, né?
- **revise se todas as informações básicas estão presentes**, assim você chama a atenção do seu consumidor e abre espaço para que ele interaja com você;
- **utilize hashtags!** Vale dar uma pesquisada prévia para analisar quais aparecem mais nas redes. só não esqueça que elas devem ser relacionadas com seu negócio!

Outro detalhe importante é a **hora que você irá publicar**. O Instagram oferece um pequeno relatório sobre a hora de maior alcance das suas publicações na aba 'atividade' se sua conta for comercial. Se não, aqui podemos usar a **intuição**: que horas normalmente você acessa as redes sociais? Durante o horário de trabalho, ou na hora do almoço e quando você chega em casa? Sacou, né?



stories

Os stories são o meio mais fácil de você chegar até seu cliente. É uma opção super dinâmica e permite muito mais interação.

Além de ser ótima para **informações rápidas**, você também pode usar os stories para abrir caminho para o conteúdo que vai estar no seu feed. Por exemplo: vai lançar um produto novo? Uns dias antes vá despertando a curiosidade dos seus seguidores e criando algumas enquetes e interações, assim todos ficarão ansiosos com o que está por vir!

É bem fácil de usar e já conta com diversas opções de fontes e gifs animados. Só cuide para que as informações fiquem legíveis e não poluam a imagem. Por ser mais dinâmico, é melhor optar por informações rápidas e diretas.

atenção aos clientes



É muito muito muito importante, ainda mais em momentos como esse, dar atenção aos seus clientes. Responda os comentários e fique de olhos nos directs. O caminho para fidelizar o público é mostrar que você está atento e se preocupa com ele.

Além disso, é a porta para uma nova venda ou um novo negócio.



Nós sabemos que o mundo digital é composto de **infinitas possibilidades** que mudam e atualizam a cada dia passa. O que mostramos aqui é só um passo inicial para te ajudar a dar um brilho especial ao seu negócio durante essa crise.

Esperamos que ajude e que essa fase difícil passe logo.

Estamos juntos nessa, ok?

fluir
COMUNICAÇÃO CRIATIVA

www.vamosfluir.com.br

[@vamosfluir](#)

facebook.com/vamosfluir

linkedin.com/company/vamosfluir