

# Definir estratégia da empresa no Facebook

Estabelecer uma estratégia sólida para a presença da empresa no Facebook é essencial para alcançar seus objetivos de marketing digital. Essa estratégia deve considerar o público-alvo, o conteúdo a ser publicado, a frequência de postagem e as métricas de desempenho a serem acompanhadas.



by Ana Branquinho

## Como utilizar as 3 ferramentas de planejamento em conjunto



*siteware*

## Objetivos SMART

1. Específicos: Definir metas claras e mensuráveis para a presença da marca no Facebook, como aumentar o número de seguidores em 20% ou gerar 100 leads qualificados por mês.
2. Mensuráveis: Estabelecer indicadores-chave de desempenho (KPIs) como taxa de engajamento, alcance das publicações e conversão de leads.
3. Atingíveis: Definir objetivos realistas, considerando os recursos disponíveis e o histórico da empresa no Facebook.
4. Relevantes: Alinhar os objetivos com os objetivos gerais de marketing e vendas da empresa.
5. Temporais: Estabelecer prazos para atingir os objetivos, como metas mensais ou trimestrais.

## Público-alvo

Para definir uma estratégia efetiva no Facebook, é crucial identificar o público-alvo da empresa. Entender as características demográficas, interesses e comportamentos desses usuários é fundamental para criar conteúdo relevante e impactante.

A análise do perfil dos atuais seguidores, bem como a pesquisa sobre o público-alvo potencial, podem revelar insights valiosos sobre a melhor forma de engajar esse público no Facebook.



# Conteúdo Relevante

Para conquistar o público-alvo no Facebook, é essencial publicar conteúdo relevante, útil e atraente. Isso pode incluir:

- **Dicas e tutoriais** sobre os produtos ou serviços da empresa
- **Conteúdo educativo e informativo** relacionado à área de atuação
- **Histórias de clientes** e depoimentos que demonstrem a qualidade dos produtos
- **Promoções e descontos** exclusivos para os seguidores da página
- **Bastidores da empresa** para gerar maior conexão com a marca

# Frequência de postagem

A frequência de postagem no Facebook é um elemento crucial para a efetividade da estratégia da empresa. É importante encontrar o equilíbrio certo entre postar conteúdo com regularidade e não sobrecarregar os seguidores.

## 1-2

### Posts por dia

A recomendação é publicar entre 1 e 2 vezes por dia, mantendo uma programação consistente e evitando ausências prolongadas.

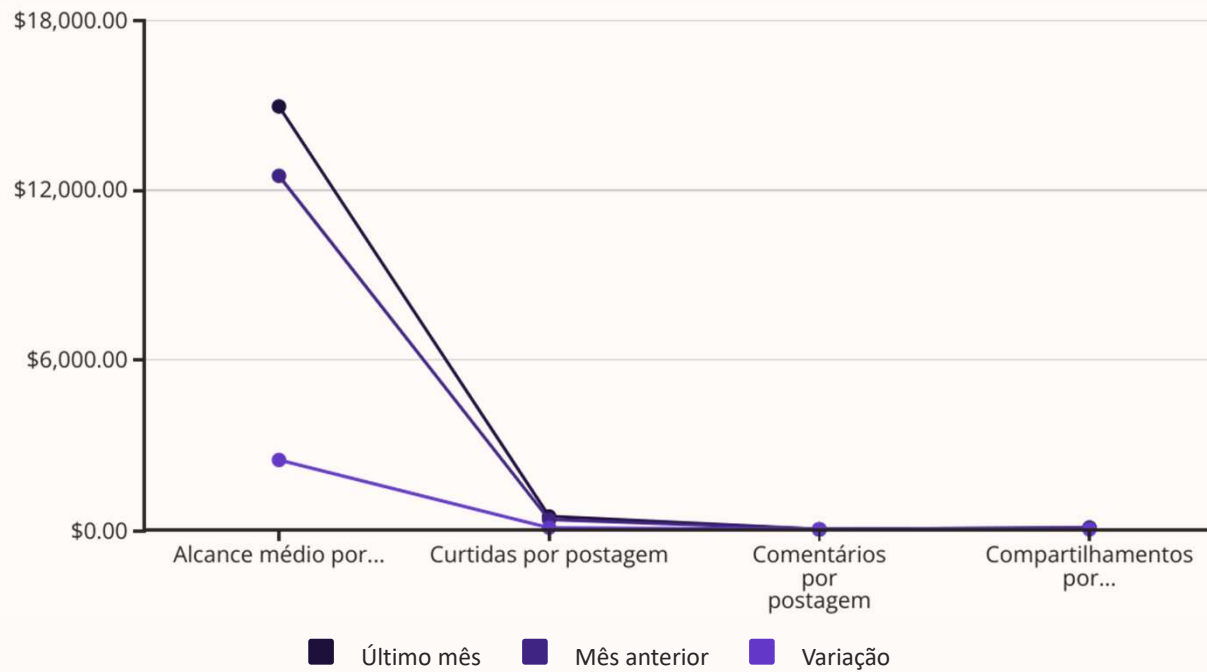
## 3-4

### Posts por semana

Semanalmente, a empresa deve compartilhar de 3 a 4 publicações relevantes, equilibrando tipos de conteúdo e formatos.

## Engajamento com seguidores

O engajamento com os seguidores é fundamental para fortalecer a presença da marca no Facebook. É importante criar uma conexão autêntica, respondendo a comentários, realizando sorteios e estimulando a interação.



O gráfico mostra um aumento no engajamento dos seguidores nos últimos meses, com crescimento em métricas importantes como alcance, curtidas, comentários e compartilhamentos. Essa tendência positiva indica que a estratégia de conteúdo está funcionando.

# Métricas de desempenho

Para monitorar o desempenho da estratégia da empresa no Facebook, é essencial acompanhar métricas-chave que revelam o engajamento e o impacto do conteúdo publicado. Algumas das principais métricas a serem consideradas são:

1. **Taxa de engajamento:** Percentual de seguidores que interagem com as publicações (curtidas, comentários, curtidas, comentários, compartilhamentos).
2. **Alcance:** Número de pessoas que visualizaram as publicações, incluindo seguidores e não seguidores.
3. **Cliques no site:** Quantidade de cliques nos links que direcionam os usuários para o site da empresa.
4. **Geração de leads:** Número de leads qualificados captados a partir das estratégias de conteúdo e anúncios no Facebook.
5. **Análise do ROI:** Cálculo do retorno sobre o investimento realizado nas ações de marketing no Facebook.

ANÚNCIOS											
Registro	Anúncio	Campanha	Conjunto de anúncios	Impressões	Cliques	% CTR	Gasto	CPC	Conversão	% conversão /clique	Custo por conversão
1	Anúncio 1	Campanha 1	Grupo A	1200	350	29,2%	R\$130,00	R\$0,37	100	28,6%	R\$1,30
2	Anúncio 2	Campanha 2	Grupo B	1200	350	29,2%	R\$131,00	R\$0,37	101	28,9%	R\$1,30
3	Anúncio 3	Campanha 2	Grupo C	1200	350	29,2%	R\$132,00	R\$0,38	102	29,1%	R\$1,29
4	Anúncio 4	Campanha 2	Grupo A	1200	350	29,2%	R\$133,00	R\$0,38	103	29,4%	R\$1,29

## Análise de resultados

Após a implementação da estratégia no Facebook, é fundamental realizar uma análise detalhada dos resultados dos resultados obtidos. Isso permite identificar os pontos fortes, fracos e oportunidades de melhoria para ajustar a melhoria para ajustar a abordagem.

Através do acompanhamento das métricas-chave, como taxa de engajamento, alcance e geração de leads, é possível avaliar o impacto real das ações e seu alinhamento com os objetivos SMART estabelecidos anteriormente.

VOOPER

ver

iais

## Ajustes na estratégia

1

### **Análise contínua**

Acompanhe regularmente os resultados e métricas da estratégia no Facebook. Identifique oportunidades de melhoria com base nos insights obtidos.

2

### **Testes e experimentação**

Teste diferentes formatos de conteúdo, horários de publicação e estratégias de engajamento. Observe o desempenho e ajuste a abordagem conforme necessário.

3

### **Adaptação ao público**

Monitore as mudanças no perfil e comportamento do público-alvo. Atualize a estratégia de conteúdo e segmentação para atender melhor às suas necessidades.

# Conclusão e próximos passos

## 1 Atingir objetivos SMART

Verificar se os objetivos SMART definidos anteriormente foram alcançados e identificar oportunidades de melhoria para o próximo ciclo.

## 3 Investir em anúncios segmentados

Utilizar anúncios no Facebook para impulsionar a divulgação de conteúdo relevante e gerar mais leads qualificados.

## 2 Aprimorar a estratégia de conteúdo conteúdo

Analisar os tipos de conteúdo que tiveram melhor desempenho e ajustar o planejamento para gerar ainda mais engajamento.

## 4 Expandir presença em outras redes redes

Avaliar a possibilidade de ampliar a estratégia para outras plataformas, como Instagram e LinkedIn, para alcançar novos públicos.