

Mídias Sociais: Conteúdo institucional

Redação e Informação para Web – Aula 7

agnesarato@gmail.com

<http://www.facebook.com/agnesarato>

Linguagem

- Perfil da instituição definirá a linguagem a ser utilizada nas redes sociais;
- Humor pode ser utilizado, linguagem mais leve também. Informalidade é a tônica;
- É hora de cultivar o seu relacionamento com seu público; aproxime-se dele!



Planejamento

- Quais são os canais favoritos do seu público alvo? – enquete no próprio site
- Quantos canais eu consigo manter?
- Qual o tipo de conteúdo que eu tenho para publicar? (notícias, projetos, pesquisas, artigos)
- Qual a sazonalidade do meu conteúdo?

Planejamento

- Definir frequência de postagem de cada canal;
- Definir planejamento de conteúdo – semanal e mensal;
- Horário nobre das redes sociais?
<http://scup.com/ideas/horarios-nobres-redes-sociais>
- Espaço para o factual!



O eixo é o seu site!

- O ideal é que os posts das redes sociais direcionem para o seu site;
- Se o conteúdo de terceiro for muito relevante, faça uma resenha no site e encaminhe o leitor.
- Acostume seu público a procurar a informação no site!

Trabalhando com #hashtags

- Importantes para auxiliar nas buscas nas redes sociais;
- Fundamental no Twitter e no Instagram;
- Definir hashtags: monitoramento, levantamento de assuntos do momento, criação das próprias hashtags.

Pizzaria falha ao não considerar contexto nas redes sociais

Ao utilizar hashtag sem considerar cenário mais amplo, DiGiorno mostra que conteúdo é rei, mas contexto é ainda mais importante

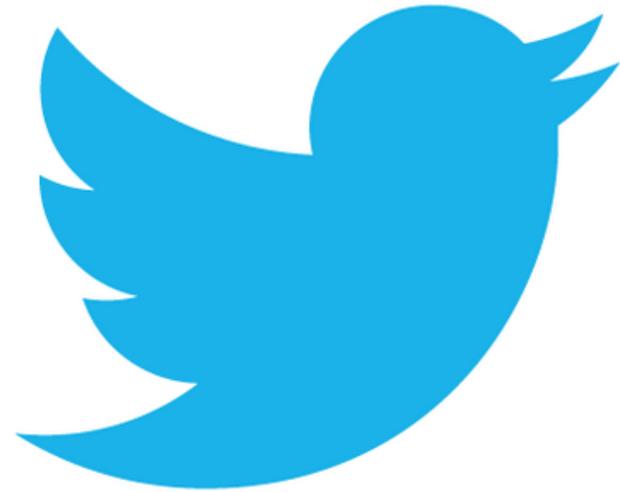
10/09/2014 08:51

337



Redação e conteúdo - Twitter

- Limitação: 140 caracteres
- Geralmente, o título da matéria funciona bem para o Twitter (pensar em palavras-chave e título auto-explicativo)
- 2 a 5 posts por dia
- Evento: Com perfil do evento – flexível; No próprio perfil - 2/3 tweets/hora
- Conteúdo: factual



Redação e conteúdo - Facebook

- Não e tempo real/queda do alcance do conteúdo orgânico
- Conteúdos mais perenes
- Não é ideal para cobertura de evento
- Quando é postada notícia, título já vem embutido. Aproveite, então, pra fazer uma chamada.
- Outra (boa) alternativa: carregar foto, postar texto e link para a notícia.



Redação e conteúdo - Instagram

- Fundamental: #hashtag
- Texto e mensagem na imagem. Postagem abaixo da foto complementa;
- Campanhas institucionais.



Conteúdo - YouTube

- Conteúdo próprio:
Tutoriais, pesquisas,
projetos, pequenas
entrevistas, trechos de
palestras, chamadas
para eventos;
- Conteúdo relacionado:
reportagens,
documentários, aulas...



Redação e conteúdo - LinkedIn

- Rede voltada a contatos profissionais;
- Comunicação interna – grupos de discussão;
- Fomentar debates na área de atuação da instituição – caso Rockcontent com o grupo Redatores;
- Página também permite publicação de notícias.



Métricas

- <http://www.socialmention.com/>
- [Bit.ly](http://bit.ly): encurtador de URL e contagem de cliques
- Whos Talkin:
<http://www.whostalkin.com>
- Analise as estatísticas de seus últimos 50 tweets com o <http://tweetreach.com/>.



Está nas redes sociais?

- Separe um tempinho para entender o que está acontecendo;
- **Ouçá** seu público alvo;
- Monitore o desempenho do seu conteúdo;
- Posicione-se como referência!

