



Novos formatos nas mídias sociais

21º Dossiê Covid-19

Lab de Tendências - Casa Firjan

04/08/2020

O **Lab de Tendências da Casa Firjan** pensa cenários futuros de transformação que irão impactar as empresas e os profissionais.

Como forma de **pensarmos juntos sobre futuros possíveis** a partir das mudanças do cenário atual, estamos produzindo dossiês com conteúdos pertinentes a esse contexto.

O objetivo do material é **compartilhar boas práticas e oportunidades de ação** em prol da manutenção do ecossistema empresarial e sua relação positiva com a sociedade.

Novos formatos nas mídias sociais



A partir das discussões sobre novos formatos nas mídias sociais fomentadas pelo Aquário Casa Firjan - série de palestras e debates semanais - ocorrido no dia 04/08/2020, vamos analisar maneiras de produzir conteúdo e a importância de uma presença online estruturada para a estratégia de comunicação das empresas.



Novos formatos nas mídias sociais

Contexto



Panorama das mídias sociais

Por conta do isolamento social, o número de pessoas engajadas online aumentou de maneira significativa, impactando tanto nas vendas, quanto no alcance das marcas. Isso fez com as empresas repensassem seu posicionamento e entendessem a necessidade de desenvolverem uma presença digital relevante. Dentre as novidades, o [Instagram teve uma alta de 70% no número de lives](#), no final de março na comparação com fevereiro. O TikTok, aplicativo de vídeos curtos, foi [o mais baixado fora da categoria de jogos](#). E a união do streaming com e-commerce, chamada live commerce, está se consolidando como uma estratégia de vendas importante, que já [movimenta bilhões de dólares](#).



Importância da presença digital

As dinâmicas nas mídias sociais estão mudando cada vez mais rápido. Especialmente nos últimos meses, novos formatos como vídeos do TikTok, live commerce, reels e lives do Instagram, entre outras novidades, estão reformulando a maneira de produzir e consumir conteúdo. As empresas que investem tempo em entender e desenvolver formas inovadoras de engajar seu público conseguem se manter relevantes para os consumidores e explorar novas formas de comercialização de seus produtos e serviços.



Novos formatos nas mídias sociais

Pilares

1

Conteúdo

A produção de conteúdo relevante e pertinente à mensagem da empresa, potencializa o engajamento com o público e aumenta a confiança na marca.

2

Criatividade

Para se diferenciar entre os diversos conteúdos online, a empresa precisa investir em ações criativas, experimentando, assumindo riscos e abrindo espaço para novidades.

3

Frequência

Mídias sociais são um diálogo, por isso, é importante desenvolver uma presença constante nos canais da empresa, promovendo interações relevantes.



Novos formatos nas mídias sociais

Pontos iniciais para a produção de conteúdo relevante

- 1 Compreender as particularidades de cada mídia social, analisando suas potencialidades e limitações;
- 2 Entender quais mídias e quais funcionalidades de cada uma delas são pertinentes ao propósito da empresa;
- 3 Experimentar e avaliar diferentes maneiras de produzir conteúdo e identificar o que gera mais engajamento;
- 4 Analisar as métricas oferecidas por cada mídia social e identificar formas de qualificar as interações recebidas online;
- 5 Acompanhar continuamente os assuntos em destaque para produzir conteúdo pertinente ao contexto de cada momento;
- 6 Desenvolver empatia com o público que interage com a empresa e entender suas necessidades;
- 7 Produzir uma linguagem característica da marca no ambiente digital, que permita transparecer sua essência;
- 8 Equilibrar planejamento de ações a longo prazo com espaço para produzir e se adaptar a partir das pautas cotidianas.



Novos formatos nas mídias sociais

Oportunidades da produção de conteúdo relevante online

Ampliação das taxas de **conversão**, oferecendo informações para a tomada de decisão

Possibilidades menos onerosas de gerar maior **lucro** para a empresa

Diferenciação de outros negócios do mesmo setor



Aumento da **reputação** da marca pela construção da confiança



Otimização das plataformas digitais da marca para os mecanismos de busca (SEO)



Demonstração da experiência da marca em seu nicho de mercado





Novos formatos nas mídias sociais

Algumas formas de produção de conteúdo e interações online

1 Lives do Instagram e do YouTube



2 Live commerce



3 Avatares virtuais das marcas



4 Posts em parceria com influenciadores



5 Instagram Reels



6 Desafios do TikTok



7 Comunidades do Facebook



8 E-commerce em redes sociais





Novos formatos nas mídias sociais

Boas práticas para implementar nas empresas



Desenvolver

formas de humanizar a presença digital da marca



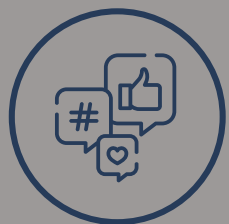
Manter

um histórico de ações que funcionaram e não funcionaram



Entender

que a construção de uma base sólida de interações requer um investimento a longo prazo



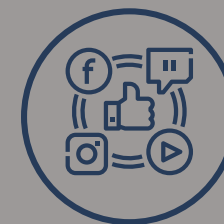
Investir

em maneiras de potencializar a experiência do consumidor



Adaptar

a linguagem da empresa para cada mídia social



Fazer

parte do diálogo que acontece online de maneira relevante



Novos formatos nas mídias sociais

Questionamentos para as empresas sobre ações em mídias sociais

Como a marca expressa seu propósito por meio da comunicação digital?

É importante que a marca utilize as mídias sociais para comunicar não só a venda de produtos e serviços, mas apresentando maneiras de se conectar com os consumidores por meio de ações de engajamento relevantes.



É necessário definir um propósito para o uso das mídias sociais, planejar como mensurar o desenvolvimento e como as ações potencializam a imagem da marca e seus negócios.

De que forma as ações nas mídias sociais integram a estratégia geral dos negócios?

Quem é o público-alvo da empresa e que conteúdos são pertinentes a ele?

O bom conhecimento do público da marca impacta no tipo de canais de comunicação que ela deve utilizar e na escolha da linguagem e das formas de interação mais adequadas.





Novos formatos nas mídias sociais

Desafios

Atualização constante



Manter um diálogo pertinente nas mídias sociais demanda da empresa um processo de atualização contínuo. O objetivo disso é tanto se integrar às pautas do momento quanto entender as inovações oferecidas, que permitem novas formas de engajamento online.

Ações pertinentes



É importante que o investimento da empresa nas mídias sociais não se dilua a ponto de perder sua essência tentando produzir conteúdo em excesso para um grande número de canais. A abordagem do conteúdo online deve estar focada na pertinência com o público-alvo.

Humanizar a marca



No contexto online, a empresa precisa criar maneiras de se aproximar do público, transmitindo maior confiança. Um desses modos é desenvolvendo linguagem e avatares que aproximam a marca do diálogo com seu público.



Novos formatos nas mídias sociais

Oportunidades



Engajamento com o público

Uma empresa com uma presença constante e relevante nas mídias sociais consegue desenvolver um relacionamento forte com seu público-alvo. É importante focar em resultados a longo prazo, por meio de um processo de construção da confiança, oferecendo suporte aos clientes e interagindo com os comentários sobre a experiência que eles possuem com seu produto ou serviço.



Posicionamento da marca

O acompanhamento da ação online de outras empresas do mesmo setor auxilia na compreensão das características próprias do negócio e como agir em seu nicho de mercado. Associado a isso, o propósito da empresa, o produto ou serviço oferecido por ela e as particularidades do público-alvo, determinarão a voz e o estilo nas mídias sociais. A partir da consolidação dessa estratégia, abre-se a possibilidade de comunicar com maior precisão o posicionamento e os diferenciais do negócio.



Novos formatos nas mídias sociais

Referência

YouTube – Canal Firjan

[COVID-19: Mídias Sociais 2020: Como surfar na onda dos novos formatos digitais](#)

Participantes do debate

[Marcelli Valle | Gerente de Marca da Americanas.com](#)

[Marcelo Cidral | Líder de social media da Amaro](#)

[Paula Tebett | Especialista em mídias sociais e criadora de conteúdo na mLabs](#)

Mediação: [Iuri Campos | Líder do Aquário Casa Firjan](#)



Novos formatos nas mídias sociais

Quer saber mais?

Referências citadas no debate:

[CIDRAL, Marcelo. Mídias Sociais: dicas rápidas e fáceis para otimizar os canais. LinkedIn, 2020.](#)

[How China is revolutionising e-commerce with an injection of entertainment. The conversation, 2020.](#)

[KISO, Rafael. Fontes de influência para compra de um produto. Instagram, 2019.](#)

[Marketing de Influência, com Bia Granja. Firjan, 2019.](#)

[O poder dos creators: como criar conteúdo relevante nas redes sociais. Firjan, 2019.](#)

[TABBET, Paula. Canal YouTube.](#)

[Tiktok crosses 2 billion downloads after best quarter for any app ever. Sensor Tower, 2020.](#)

[ZUIN, Lidia. Entrevista com Cairê Moreira, criador da primeira influenciadora virtual do Brasil. Medium/Up Futuro sight.](#)

