

SUMÁRIO

- 01** • Introdução
- 03** • Erros que todo iniciante comete no Facebook
- 09** • Lições contraintuitivas que aprendi ao ultrapassar 1 milhão de fãs
- 17** • Investindo no Facebook
- 20** • Tipos de anúncios no Facebook
- 23** • Estratégia simples para gerar novas leads
- 29** • Conheça a Fórmula de Lançamento



INTRODUÇÃO

Apesar de ter surgido como uma plataforma social, hoje o Facebook já é uma das mais poderosa ferramenta usadas em todos os tipos de estratégias de Marketing Digital. Ele é a maior rede social do mundo, com mais de 1 bilhão de usuários, e se adaptou ao mercado para oferecer diferentes possibilidades para empresas que desejam usar a plataforma como meio de divulgação e contato com o seu público.

Por aproximar empresas e clientes, permitir interação entre usuários e páginas empresariais e ter uma ferramenta própria e muito eficiente de mídia, o Facebook pode ser essencial para o sucesso de novos negócios. Para isso, é preciso ter conhecimento sobre a plataforma e saber como usá-la em diferentes estratégias.

Para você que deseja se tornar um empreendedor ou quer aperfeiçoar suas ações em Marketing Digital, eu reuni neste e-Book as principais estratégias de sucesso com Facebook que já foram testadas e aprovadas em meu próprio negócio.

A intenção é transmitir a minha experiência, mostrar o que já fiz nos últimos anos, o que deu certo e o que não funcionou e apontar alguns caminhos que você pode seguir para suas ações nesta rede social. Ficou interessado? Então, é só continuar a leitura ...



ERROS QUE TODO INICIANTE COMETE NO FACEBOOK



Tão importante quanto saber o que fazer dentro do Facebook como empresa, é entender, antes de tudo, quais são os erros mais comuns de quem está começando a atuar na plataforma para não repeti-los em sua estratégia.

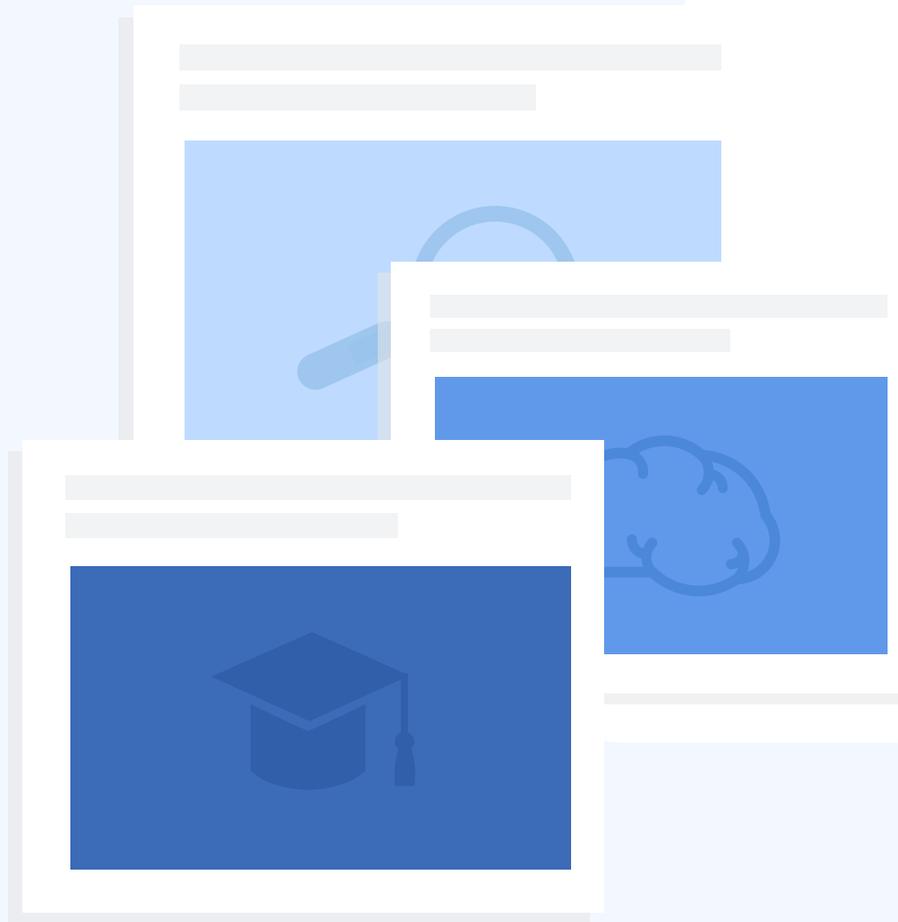
Como eu tenho contato com muitos empreendedores iniciantes e como eu mesmo comecei a usar o Facebook sem saber qual era a melhor estratégia, **consegui coletar quais são as principais falhas que as pessoas geralmente cometem e explicarei a seguir como você pode fazer para fugir delas.**

Falta de meta

Não ter uma meta de aumento de audiência é um dos erros mais básicos de muitas empresas que atuam no Facebook. Ao deixar em aberto o número de fãs que você quer ter em um determinado espaço de tempo, o seu esforço não é focado nem acompanhado.

Ao determinar um objetivo, você age mais, corre atrás de um número e planeja ações específicas, direcionadas e mais assertivas. Isso te impede de ficar acomodado e conformado com o que já tem.





Não ter frequência de postagens

Não adianta publicar apenas quando você quer ou quando tem um tempo. Para manter seus fãs engajados com a sua página é preciso ter consistência e comprometimento.

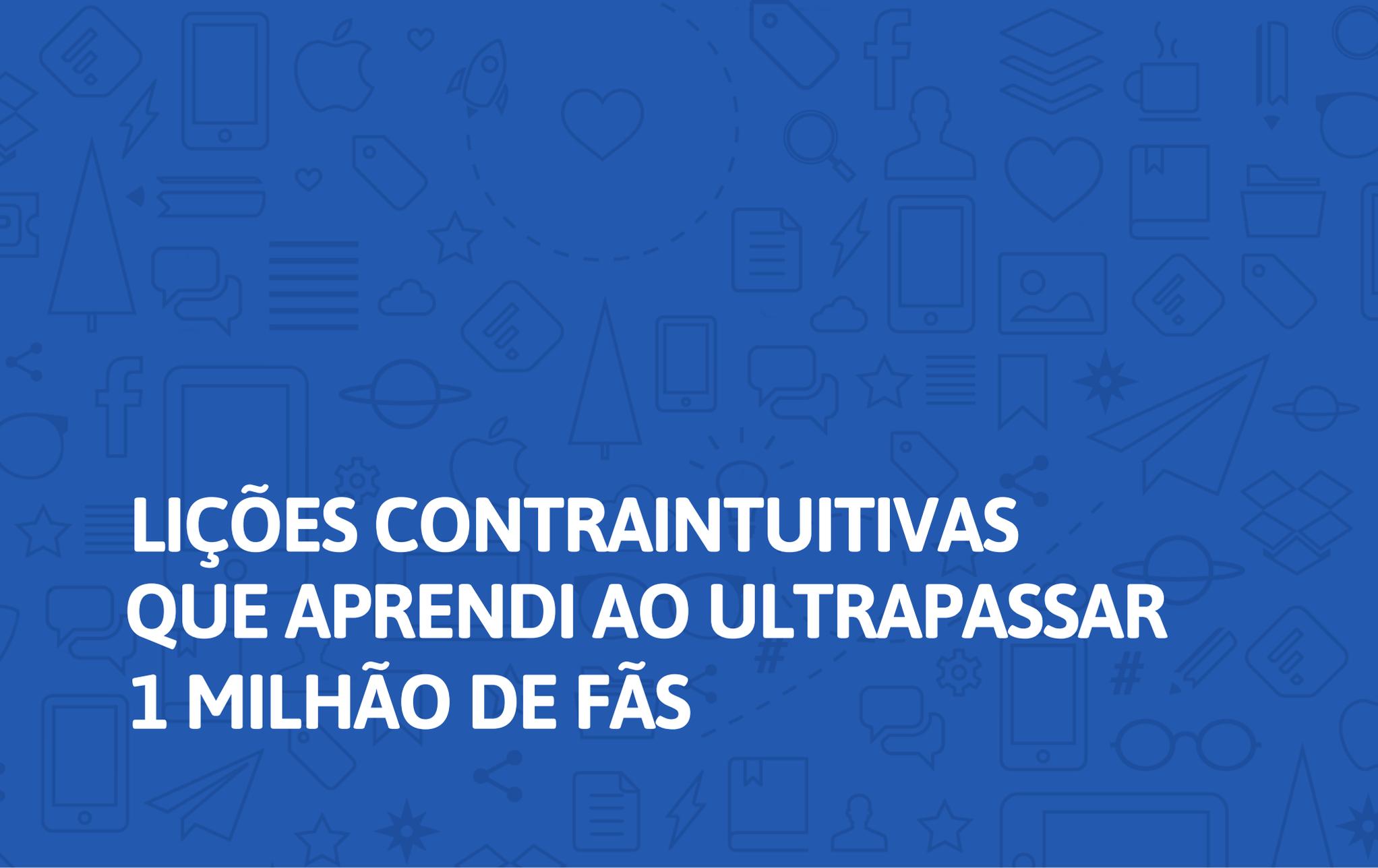
Faça publicações diárias e use o Facebook Insights para saber quais são os picos de horários que sua audiência acessa a sua página.

Não agregar valor para a audiência

Tudo bem que na dica acima eu recomendo que você faça publicações frequentes. Contudo, não é para postar qualquer tipo de conteúdo apenas para cumprir um cronograma. É preciso entregar materiais que tenham valor para a sua audiência.

É preciso aliar consistência com conteúdos que agregam valor.

A lição que você deve levar deste capítulo é que você é responsável por **criar a cultura da sua audiência**. E você pode fazer isso oferecendo algo gratuito ou até mesmo vendendo para o seu público, basta que você seja transparente, tenha comprometimento e consiga oferecer algo valioso para o seu público através do seu conteúdo.



LIÇÕES CONTRAINTUITIVAS QUE APRENDI AO ULTRAPASSAR 1 MILHÃO DE FÃS



Para enriquecer este material, eu decidi compartilhar com você o que aprendi quando a minha página no Facebook ultrapassou 1 milhão de fãs. Este número é bastante significativo, considerando que a cada 200 brasileiros que usam a rede social, pelo menos um me conhece.

Dessa experiência, eu tirei 3 lições contraintuitivas, que você dificilmente encontrará em qualquer outro material sobre Facebook, e que podem ser muito valiosas para o seu negócio.

Lição 1: Vale mais a pena ter uma página no seu nome do que no nome da sua empresa

Primeiramente, eu criei a página do Facebook com o nome da minha empresa, assim como todo mundo faz. Para quem não sabe, eu tenho uma empresa chamada Ignição Digital, onde ensino a Fórmula de Lançamento, além de ser CEO da Klickpages.

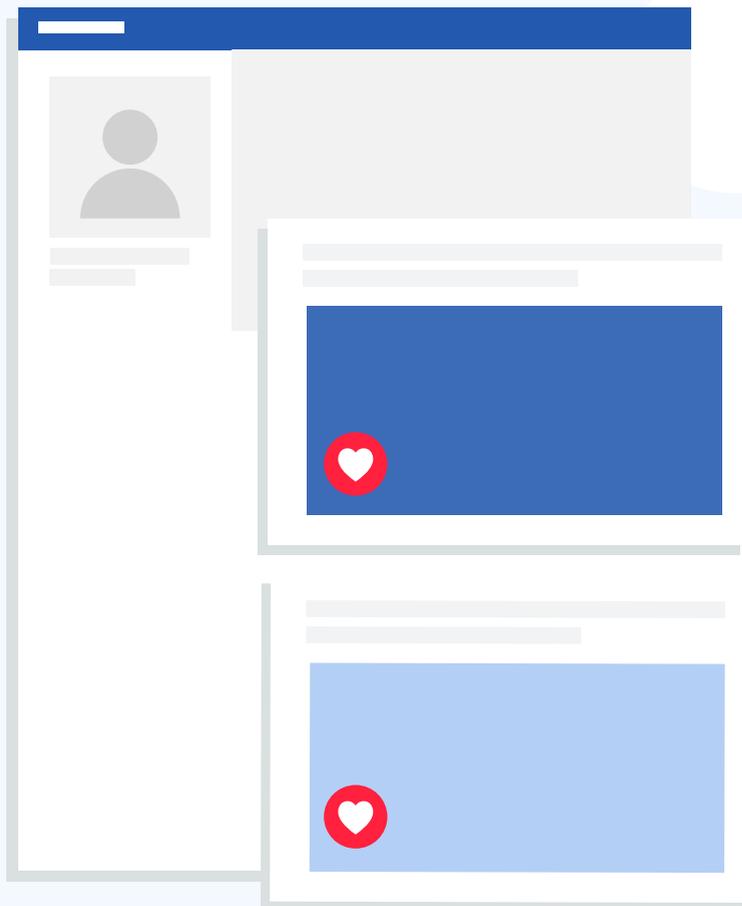
Quando eu mudei o nome da página de “Ignição Digital” para “Erico Rocha”, o meu poder de alcance foi, pelo menos, dez vezes maior. E esse modelo não funcionou apenas no meu caso, mas para muitos empreendedores, a exemplo do Richard Branson, da Virgin.



Então, ainda que você precise ter uma página com o nome do seu negócio, considere ter também uma página com o seu nome. Só não confunda página empresarial com perfil pessoal, pois o último deve ser restrito ao uso particular e não tem as mesmas funcionalidades da página de business.

A lógica em ter uma página empresarial com o seu nome e imagem é bem simples: as pessoas sentem mais afinidade e tendem a curtir mais as publicações quando elas são associadas a uma pessoa e não à uma empresa.

**... as pessoas sentem
mais afinidade e
tendem a curtir mais
as publicações quando
elas são associadas
a uma pessoa**



Lição 2 : Faça a repostagem de conteúdos campeões

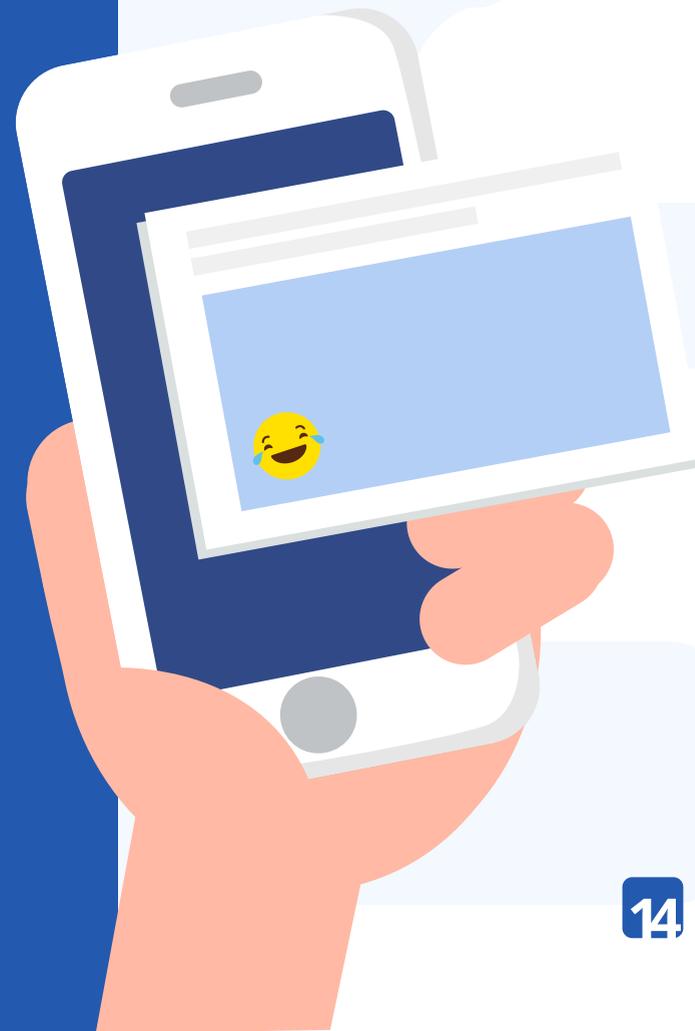
Eu vim de um background de Youtube, onde todo conteúdo que é publicado pode ser buscado e acessado a qualquer instante. Porém, no Facebook, o mecanismo é diferente e, em vez de buscador, ele funciona como um feed que alimenta os usuários com conteúdos em diferentes formatos.

No Facebook, as pessoas não procuram por conteúdos antigos e é por isso que nessa plataforma as publicações têm um prazo de validade de algumas horas ou, quiçá, um dia, no máximo. Logo, muitos dos seus conteúdos não são vistos pela maioria dos seus fãs.

É por isso que uma estratégia assertiva é republicar os conteúdos campeões na sua página. Ao publicar novamente um material que teve muito engajamento na sua página, você dá a oportunidade para que novas pessoas consumam e interajam com ele.

Você não precisa, nem deve, parar de postar novos conteúdos em sua página do Facebook. Mas, ao intercalar as publicações novas com aquelas que você sabe que dão resultado, conseguirá alavancar o alcance das suas postagens.

E antes que você me pergunte quanto tempo precisa esperar até repostar um conteúdo, eu já adianto que não existe uma métrica precisa para isso. Mas, como referência, em minha página eu dou o intervalo de, pelo menos, um mês para voltar a publicar um mesmo material.





Lição 3 : É importante investir

Por mais que você deseje ter um crescimento natural e orgânico, é preciso que entenda que por trás do Facebook existe uma empresa com fins lucrativos. Por isso, é essencial que você invista nessa plataforma para poder alcançar mais pessoas.

Mas, ao contrário do que possa estar imaginando agora, você não precisa investir milhões para ser visto por seu público. Você pode começar aplicando pouco dinheiro, nem que seja R\$ 1 por dia. Isso fará com que a sua página cresça de maneira gradativa.

Eu mesmo comecei investindo bem pouco e aumentei o investimento conforme tive retorno. Deu tão certo que uma das fontes de investimento da minha empresa, que uso para aplicar no meu próprio negócio, vem do Facebook e, conseqüentemente, uma parte volta para ele também.

É claro que quando eu comecei também não tinha a noção de qual era o melhor caminho a ser seguido. Mas, pela minha experiência e por ter **multiplicado por 10 o número de fãs em minha página, em menos de um ano**, posso afirmar com propriedade que esses 3 passos que fizeram toda a diferença!



INVESTINDO EM FACEBOOK ADS

No último tópico do capítulo anterior, você pode entender melhor sobre a importância de investir no Facebook. Então, para este capítulo eu separei algumas dicas para te ajudar a elaborar suas campanhas em Facebook Ads.

Se você já investe em outros tipos de mídias digitais, como o Google Adwords, por exemplo, a primeira coisa que deve ter em mente é que o Facebook Ads tem uma lógica bem diferente. Enquanto no Google, as pessoas já estão buscando um determinado produto ou serviço, no Facebook elas estão consumindo informação e entretenimento.

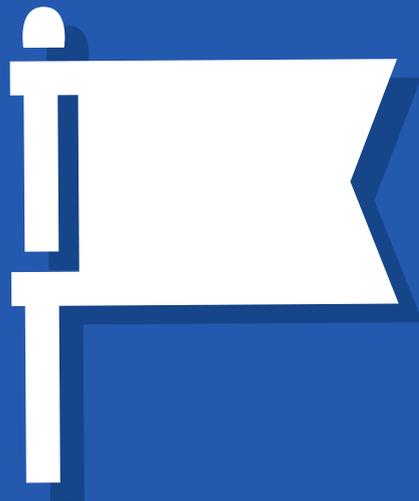
Por isso, a abordagem nessa plataforma social deve ser diferente. Ao pensar em uma estratégia de mídia para Facebook, primeiro você deve conquistar a confiança do seu público antes de fazer uma oferta.



Um diferencial do Facebook como plataforma de mídia é que a própria rede te oferece todas as informações que você precisa sobre o seu público para que faça uma comunicação assertiva. Você consegue segmentar suas campanhas por gênero, localização, diversos tipos de interesse e muito mais.

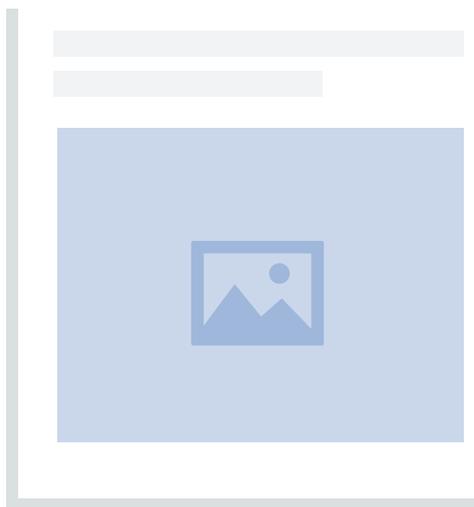


Graças à profundidade dessas informações que o Facebook pode oferecer sobre os seus usuários, ele é uma plataforma de mídia muito interessante para qualquer negócio. Ainda mais se considerarmos que o custo por lead em Facebook Ads é muito mais atrativo quando comparado ao próprio Adwords, o que o torna uma opção bem atrativa para quem tem pouco dinheiro para começar a investir.



TIPOS DE ANÚNCIOS NO FACEBOOK

Se você nunca se aventurou a fazer uma campanha no Facebook, é preciso saber que a plataforma oferece diferentes possibilidades de anúncios de acordo com o objetivo da sua ação.



- **Reconhecimento da Marca**

Você pode fazer anúncios para alcançar pessoas mais propensas a prestar atenção nos seus conteúdos e engajar com a sua marca.

- **Conversão**

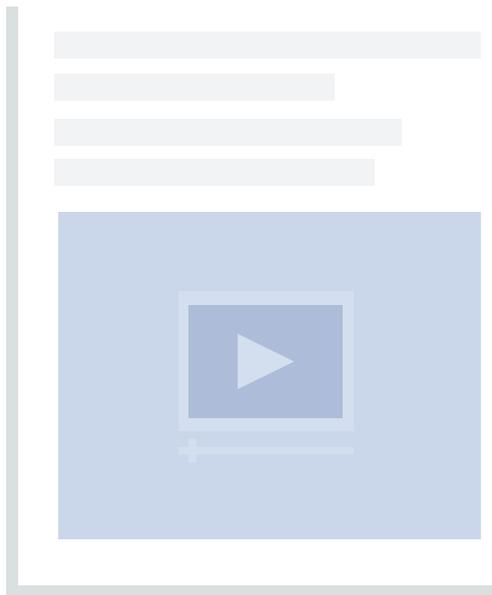
Anúncios otimizados para que as pessoas impactadas executem ações específicas em seu site, como cadastrar-se ou até mesmo comprar um produto.

- **Engajamento**

É quando você impulsiona uma publicação na sua página para que o público desejado seja impactado e interaja com ela.

- **Geração de Cadastro**

Com este tipo de anúncio você pode adicionar um formulário em sua mídia para coletar as informações que precisa sobre um determinado público.



- **Visitas**

Anúncios direcionados para levar pessoas para sua loja ou estabelecimento físico.

- **Visualizações de vídeos**

Faça anúncios com vídeos para chamar a atenção do seu público.

- **Tráfego**

Anúncio específico para fazer com que pessoas acessem o seu site.

- **Alcance**

Anúncios que têm o objetivo de alcançar pessoas que possam ter interesse no seu negócio.

- **Anúncios para instalação de aplicativos**

Usado para instigar usuários a baixarem e instalarem aplicativos e jogos.



Estratégia simples para gerar novas leads

Com tantas possibilidades de anúncios e segmentações, elaborar uma estratégia eficaz logo de início, dentro do Facebook, é um verdadeiro desafio para qualquer empreendedor. Por isso, vou dividir com você uma ação que fizemos para o Ignição Digital que deu muito certo.

É preciso ressaltar que nas ações em Facebook Ads a minha equipe aplica a lógica do Marketing de 2 passos. Ou seja, primeiro eu chamamos a atenção para só depois fazer uma oferta.

Por isso, as minhas campanhas são voltadas para conquista de leads. E o desafio, a cada nova campanha, é pensar em como conseguir leads com escala.



Segmentação

No começo, quando colocávamos uma campanha no ar, a segmentação era voltada para públicos ultrasegmentados. Como assim?

Além de direcionar para os fãs da página, também direcionávamos a campanha para as pessoas que assistiram a pelo menos 50% de algum dos vídeos publicados.

Porém, percebemos que ao limitar as campanhas apenas para públicos ultrasegmentados, não conseguimos escalar o investimento. Por isso, também começamos a anunciar para públicos com interesses parecidos com os das pessoas dos dois grupos (de fãs e de vídeos).

Acontece que depois de um tempo, essa estratégia parou de trazer resultado. Foi aí que o Hugo, meu irmão, teve uma grande sacada.

Quando você faz campanhas de conversão, você coloca um pixel na página onde o usuário deve converter para que o Facebook saiba o que você entende como conversão. E, existe uma teoria de quem trabalha com anúncios, que quando você tem uma massa crítica de pessoas que já converteram, o próprio Facebook entende como são essas pessoas e ele próprio otimiza as campanhas para converter.

Foi então que testamos essa hipótese. Para isso, fizemos uma campanha à parte, com segmentação aberta para todo o Brasil, excluindo os fãs da página e as pessoas que assistiram aos vídeos.

O resultado? **1.839 novas leads em apenas 24 horas!**

A lógica por trás dessa estratégia é que estamos deixando o pixel do Facebook trabalhar. Como consequência, a própria plataforma está encontrando as pessoas ideais para o Ignição. Incrível, não acha?



Mas nem sempre foi assim...

Até chegar a estratégias de sucesso como essa que eu acabei de mencionar, eu também cometi erros. E um dos mais significativos é que quando eu fazia uma campanha no Facebook que me retornava leads muito caras, eu logo a desativava. Você também já fez isso?

É normal pensarmos que o custo de uma lead é muito alto porque a campanha está atingindo um público que não está interessado naquilo que oferecemos. Mas não é bem assim.



— *Então quer dizer que mesmo que a campanha esteja devolvendo uma lead cara, eu devo continuar investindo nela?*

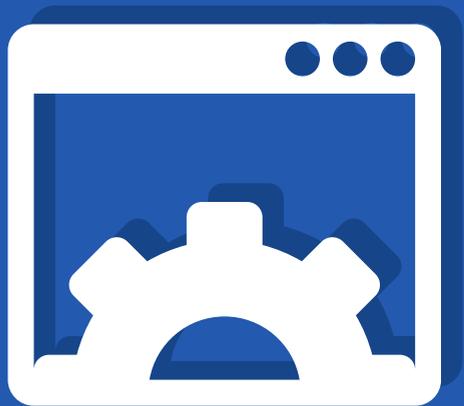
A resposta é sim, só que não com o mesmo valor inicial!

A premissa é a seguinte:

Suponha que eu tenho uma audiência representada por um círculo. Para eu atingir todo esse público eu preciso investir R\$ 1 mil.

Porém, eu só tenho R\$ 100. Então, o Facebook só vai conseguir atingir um pedaço dessa audiência.

A grande sacada é que ao investir R\$ 100 em um público que precisava atingir com R\$ 1 mil, o Facebook não vai te dar 10% dessa audiência. Na verdade, ele vai te entregar O MELHOR 10 %, o mais REATIVO, com **MAIOR POTENCIAL DE CONVERSÃO.**



Então, quando você começar uma campanha que não esteja te trazendo um bom resultado, em vez de desativá-la, você deve investir menos. Pois ao gastar menos, você terá menos leads, mas que podem ser mais qualificadas.

Logo, a palavra-chave do sucesso é OTIMIZAÇÃO.

É preciso fazer um esforço constante para aumentar ou diminuir o investimento em suas campanhas até que as leads chegam a um custo que você considera ideal. E isso vale pra qualquer segmento ou estratégia.



FÓRMULA DE LANÇAMENTO

Usar o Facebook em sua estratégia de Marketing Digital é essencial, mas não é a única ferramenta na qual você deve investir seu dinheiro e esforços. Se você deseja ampliar as suas ações e ter sucesso como empreendedor, mesmo começando sua empresa do zero, você precisa conhecer a Fórmula de Lançamento.

Trata-se de um programa elaborado por mim, Erico Rocha, para ensinar empreendedores que estão começando seu negócio ou querem alcançar cada vez mais seus objetivos. Graças à Fórmula de Lançamento, eu sou reconhecido como o maior mentor em Marketing Digital para pequenos negócios do Brasil e todos os meus desafios e vitórias eu compartilho com quem deseja alcançar o sucesso.

Ficou interessado?

Acesse para se cadastrar

Depois, é só aguardar novas turmas!

Durante seis meses, eu preparo vídeos e aulas exclusivas com técnicas, métodos e estratégias diferenciadas para ajudá-lo a lançar o seu negócio de forma mais assertiva.

ERICOROCHA.com

SOBRE

VÍDEOS

FÓRMULA DE LANÇAMENTO

BLOG

TR



Este guia definitivo reúne a base de todas as minhas estratégias de marketing para alavancar vendas ou criar um negócio 100% digital do zero.

DIGITE SEU E-MAIL E BAIXE O SEU GUIA G

Digite seu melhor e-mail

CONHEÇA O ERICO

ERICOROCHA

Um dos principais nomes do Marketing Digital, Erico Rocha iniciou a sua jornada empreendedora com a ProLeilões. A partir do sucesso que obteve com os negócios e das experiências que adquiriu no processo, ele construiu o programa da Fórmula de Lançamento e passou se dedica a impulsionar novas empresas.

Com este programa, ele tem ajudado milhares de empreendedores a criar negócios de sucesso, 100% digitais, e hoje já é considerado o maior mentor em Marketing Digital para este segmento.

Se você deseja conferir o trabalho do Erico no dia a dia e entender porque ele conquistou tanta autoridade no assunto, acompanhe os blogs dele:



Ignição Digital

<http://www.ignicaodigital.com.br/> 



Erico Rocha.com

<http://www.ericorocha.com.br/blog> 



Canal Erico Rocha

<https://www.youtube.com/user/ignicaodigital> 

**Acompanhe nas
Redes Sociais:**

