

Aula 4

AMARRANDO UMA ESTRATÉGIA BASEADA EM DADOS

MATERIAL COMPLEMENTAR



Digital
Marketing
Institute

+ **ESPM**

Identificação de Métricas relevantes

Vamos destrinchar as métricas essenciais das redes sociais. Aqui, a ideia é descobrir como identificar e interpretar os dados que vão turbinar sua estratégia nas mídias sociais, focando no público que curte e nas conversões que realmente importam.

Olha só algumas métricas interessantes para você ficar de olho:

- **Alcance:** quantas pessoas colocaram os olhos no que você está postando, seja aquele conteúdo bem produzido ou algo que você jogou uma grana para impulsionar. O alcance mostra o poder de visibilidade e reconhecimento da sua marca.
- **Impressões:** conta quantas vezes seu conteúdo aparece na tela do usuário, mesmo que não tenha clicado. Impressões são como um contador de visualizações, mostrando a exposição e a frequência da sua marca.
- **Engajamento:** essa é a métrica do ferver! Número de interações que o seu conteúdo causou, seja curtida, comentário, compartilhamento, reação, clique e por aí vai.
- **Conversões:** e aqui a coisa fica séria. São as ações que você quer que o público faça depois de ver seu conteúdo, tipo visitar seu site, preencher um formulário, baixar um material ou até fazer uma compra. Conversões mostram o quão efetiva e rentável está sendo sua estratégia nas redes sociais.

Estratégias orientadas por dados

São os dados que direcionam as estratégias de conteúdo nas redes sociais. Neste capítulo, a gente mostra como analisar dados não é só coisa de número, mas sim o poder por trás de saber exatamente o quê, quando e como postar para detonar online.

Vamos conferir algumas estratégias que os dados estão botando para jogo:

- **Definir objetivos e metas:** antes de sair criando conteúdo nas redes sociais, tem que ter uma ideia clara do que queremos e como vamos medir se está indo tudo bem. Objetivos SMART e metas quantificáveis são a receita para o sucesso.

- **Conhecer o público-alvo:** quem é a galera que está do outro lado da tela? Para criar um conteúdo que é a cara do seu público, é preciso saber quem eles são, o que procuram, quais são suas dores, desejos e necessidades. Dados demográficos, comportamentais, psicográficos e até o feedback direto da galera são os aliados aqui.
- **Escolher os canais adequados:** cada rede social tem seu jeito e atrai um tipo diferente de público. Então, analisar os dados de cada canal, tipo número de usuários, engajamento, perfil da galera, formato do conteúdo, é essencial para escolher os lugares certos para sua estratégia.
- **Testar e otimizar o conteúdo:** na vida (e nas redes sociais), teste é tudo. Testar diferentes tipos, formatos, estilos e tom de conteúdo e olhar os dados de performance, como alcance, impressões, engajamento, conversões, etc. Assim, você descobre o que faz mais sucesso e otimiza o conteúdo para o gosto e reações do seu público.

Resultados Mensuráveis

Resultados concretos não são apenas um sonho, são alcançáveis. Dá uma olhada nos exemplos cheio de estatísticas reais de campanhas que foram puro sucesso, mostrando que dados bem interpretados são a chave para bombar nas redes sociais:



Netflix

A gigante do streaming usa dados para entender tudo sobre o comportamento e preferências dos usuários.

Resultado? Conteúdo nas redes sociais que é puro engajamento, criando uma legião com mais de 90 milhões de seguidores no Facebook, 37 milhões no Instagram e quase 30 milhões no Twitter.

Nubank

A empresa de serviços financeiros usa dados para oferecer uma experiência diferenciada e humanizada para os seus clientes, e cria conteúdo educativo e divertido para as redes sociais, gerando confiança e recomendação.

O Nubank tem mais de 2 milhões de seguidores no Facebook, quase 3 milhões no Instagram e 651 mil no Twitter.

Magazine Luiza

Por sua vez, a empresa de varejo usa dados para entender as necessidades e as dores dos seus clientes, e cria conteúdo informativo e humorístico para as redes sociais, gerando proximidade e conversão.

Especificamente, a Magazine Luiza usa dados para dar vida à Lu, sua influenciadora digital virtual.

E qual é o resultado? Conteúdo informativo e engraçado que cria proximidade e conversão.

Com a Lu do Magalu, o Magazine Luiza tem mais de 14 milhões de seguidores no Facebook, 7 milhões no Instagram e 1,3 milhões no Twitter.

Prepare-se para dominar o marketing moderno! Este material de apoio é o seu aliado para conquistar o sucesso. Explore as nuances do marketing e aplique estratégias inovadoras para alcançar resultados significativos. **Bons estudos na Imersão em Marketing Inteligente!**