



F A C E B O O K
MARKETING

COMO CAPTAR CLIENTES COM
SEU PERFIL PESSOAL

SUMÁRIO

Parte 01 - Apresentação	03
Parte 02 - Perfil Pessoal Atraente	07
Parte 03 - Publicar, Seguir e Compartilhar	13
Parte 04 - Grupos do Facebook	19
Parte 05 - Facebook Messenger	23
Conclusão	30
Sobre o Autor	32



APRESENTAÇÃO

Apresentação

Com mais de 2 bilhões de usuários em todo o mundo, o Facebook é uma das maiores e mais importantes redes sociais do planeta.

Milhares de pessoas acessam o Facebook diariamente e é cada vez maior o número de marcas que o utilizam como uma forte aliado em suas estratégias de marketing.

No mercado de alto padrão não poderia ser diferente. Porém, devido a falta de conhecimento, muitos optam por utilizar perfis pessoais para divulgarem suas marca, serviços e produtos sem uma estratégia clara e eficiente.

Neste livro digital separei algumas dicas e informações para te ajudar a captar clientes utilizando seu perfil pessoal no Facebook. Vamos lá?!



A blue computer monitor is shown at an angle, displaying the Facebook logo in white. The monitor is part of a larger scene that includes a dark grey Apple logo on a surface below it.

facebook

O QUE É UM PERFIL PESSOAL

O perfil pessoal é a melhor opção para o usuário comum, que pretende se conectar com outras pessoas, páginas e grupos de seu interesse no Facebook.

Ao utilizar um perfil pessoal você poderá ter até 5000 amigos adicionados a sua conta e não poderá fazer anúncios ou impulsionamento de publicações.

Com perfil pessoal você pode publicar, curtir e compartilhar publicações em seu *feed*, além de poder adicionar e aceitar amigos, criar grupos e participar de grupos de seu interesse.

Fora isso é possível, através de seu perfil pessoal, criar fanpages dos mais variados temas, desde que sigam as diretrizes do Facebook.

DEFININDO OBJETIVOS

Antes de criar seu perfil pessoal no Facebook para captar clientes, é preciso planejar e definir quais serão os objetivos e estratégias utilizadas.

Um dos principais erros de quem pretende utilizar o perfil pessoal para captar clientes é não ter objetivos claros e estratégias bem definidas.

Você precisa entender que o Facebook proíbe o uso de perfis pessoais para divulgação de empresas e, caso você não utilize estratégias que respeitem as diretrizes do Facebook, poderá ter seu perfil bloqueado e, até mesmo, excluído.

Vamos partir do pressuposto que o objetivo principal de seu perfil pessoal no Facebook seja captar clientes e fortalecer sua base de network. Sendo assim partiremos para os próximos passos.





PERFIL PESSOAL ATRAENTE

DADOS PESSOAIS

O preenchimento dos campos principais dos dados pessoais em seu perfil no Facebook fará com que outros usuários tenham maior facilidade em te conhecer melhor e te adicionarem como amigo.

Preencher corretamente os campos “Nome”, “Profissão Atual”, “Telefone” e “E-mail” é extremamente importante nesta fase.

Quando o Facebook sugerir seu perfil a outros usuários ou quando você enviar solicitação de amizade, o nome, a profissão e os demais dados pessoais serão alguns dos fatores decisivos para atrair maior audiência e público qualificado.

Outros fatores muito importantes nesta fase, veremos a seguir...



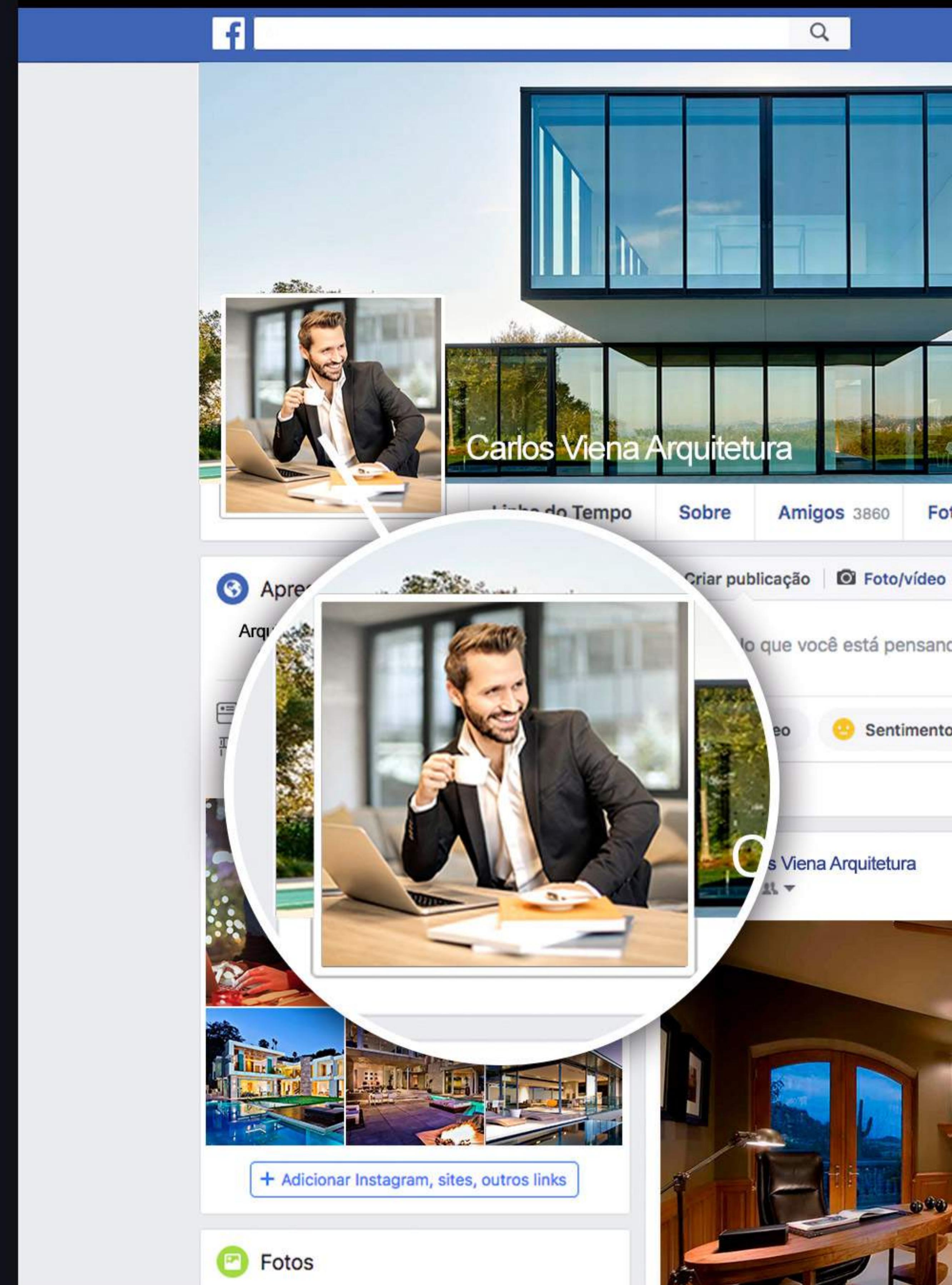
FOTO PERFIL

Um dos erros mais comuns das marcas que desejam utilizar o perfil pessoal para captar clientes é colocar um logotipo, uma foto de um ambiente ou um anúncio na sua foto de perfil.

Isso, além de ir contra as diretrizes do Facebook, torna seu perfil menos pessoal e impede uma maior aproximação ao seu público-alvo.

Caso sua marca seja seu nome, use uma foto sua no perfil. Caso seja um escritório, loja ou showroom, você pode utilizar uma foto de toda a equipe ou apenas do embaixador da marca.

O importante aqui é que a foto seja de boa qualidade, em formato quadrado e que valorize sua marca pessoal pois será ela que primeiro chamará atenção de outros usuários do Facebook.



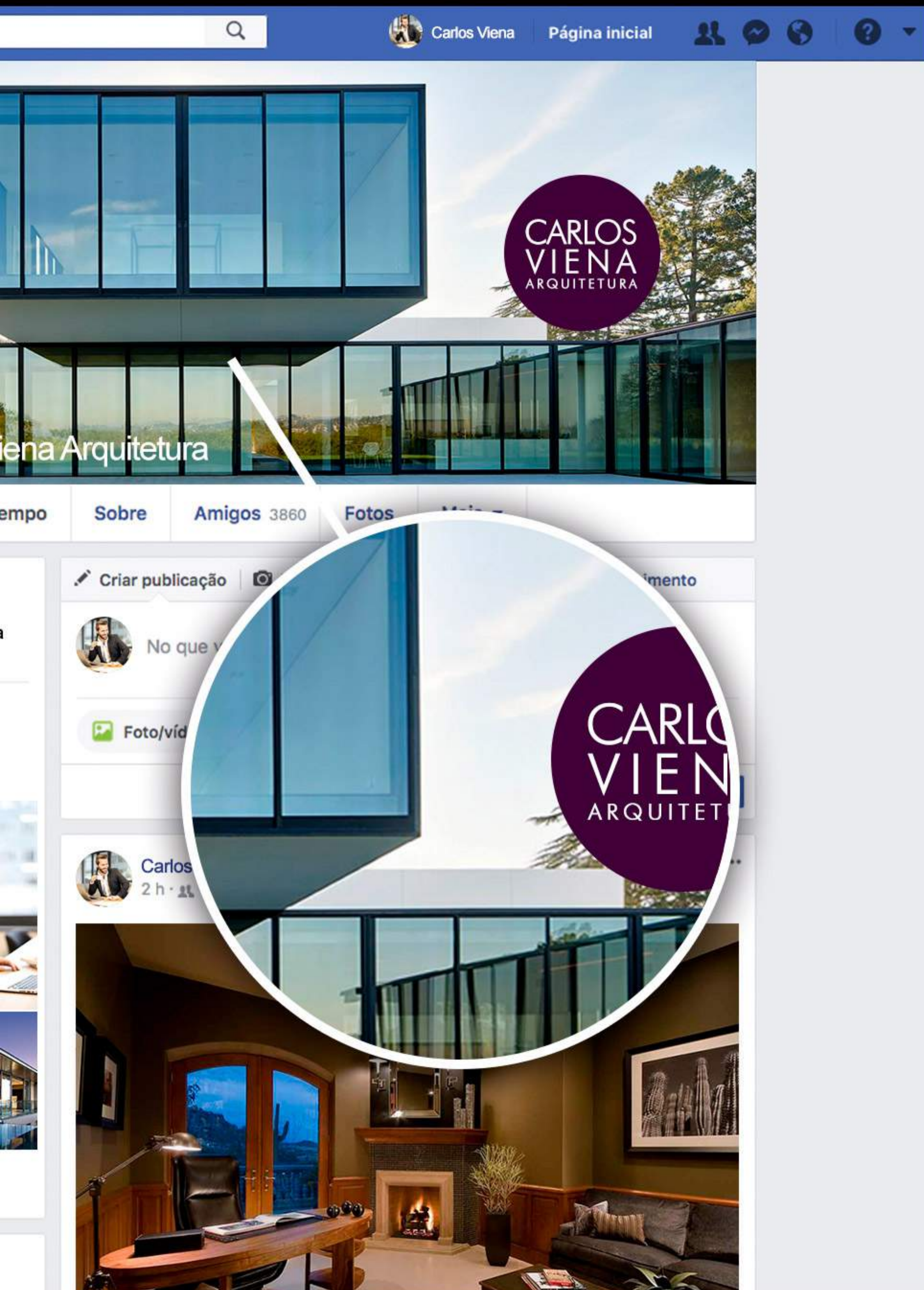


FOTO DA CAPA

A foto da capa de seu perfil deve representar, de forma impactante, sua proposta de valor.

Você pode escolher a imagem de um de seus melhores projetos ou produtos para valorizar seu perfil.

Uma dica é utilizar seu logotipo, endereço de seu site e telefone de contato de forma discreta.

Outra dica é trocar a imagem da capa uma vez por mês e, quando for participar de algum evento, colocar a imagem do evento na capa de seu perfil.

Vale lembrar que a medida oficial da capa do perfil do Facebook é de 851px X 315px e você deve utilizar imagens dentro desta proporção para evitar cortes e baixa resolução.

APRESENTAÇÃO

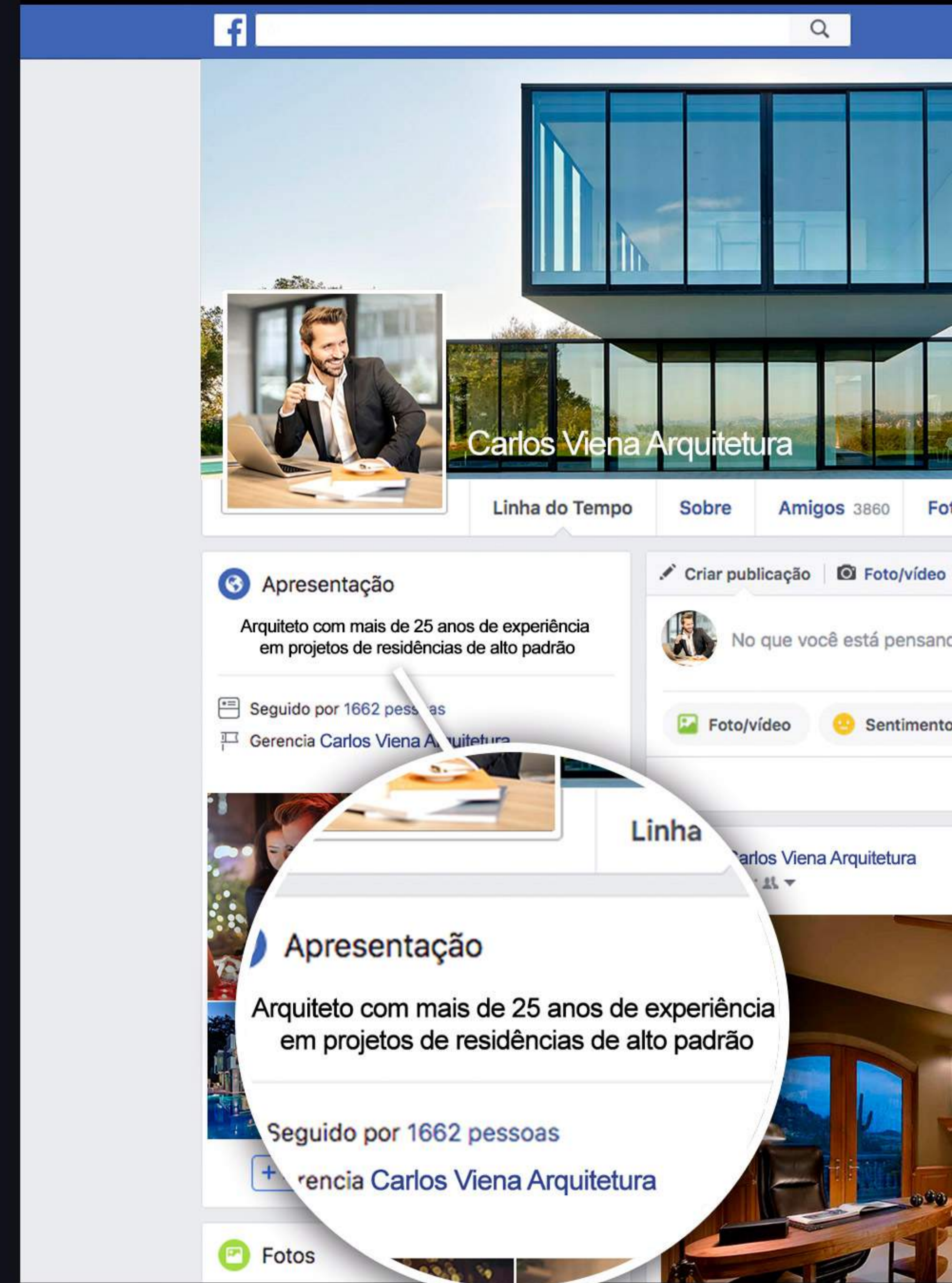
A apresentação é uma frase que você deve descrever, de forma rápida e impactante, a proposta de valor de seu negócio.

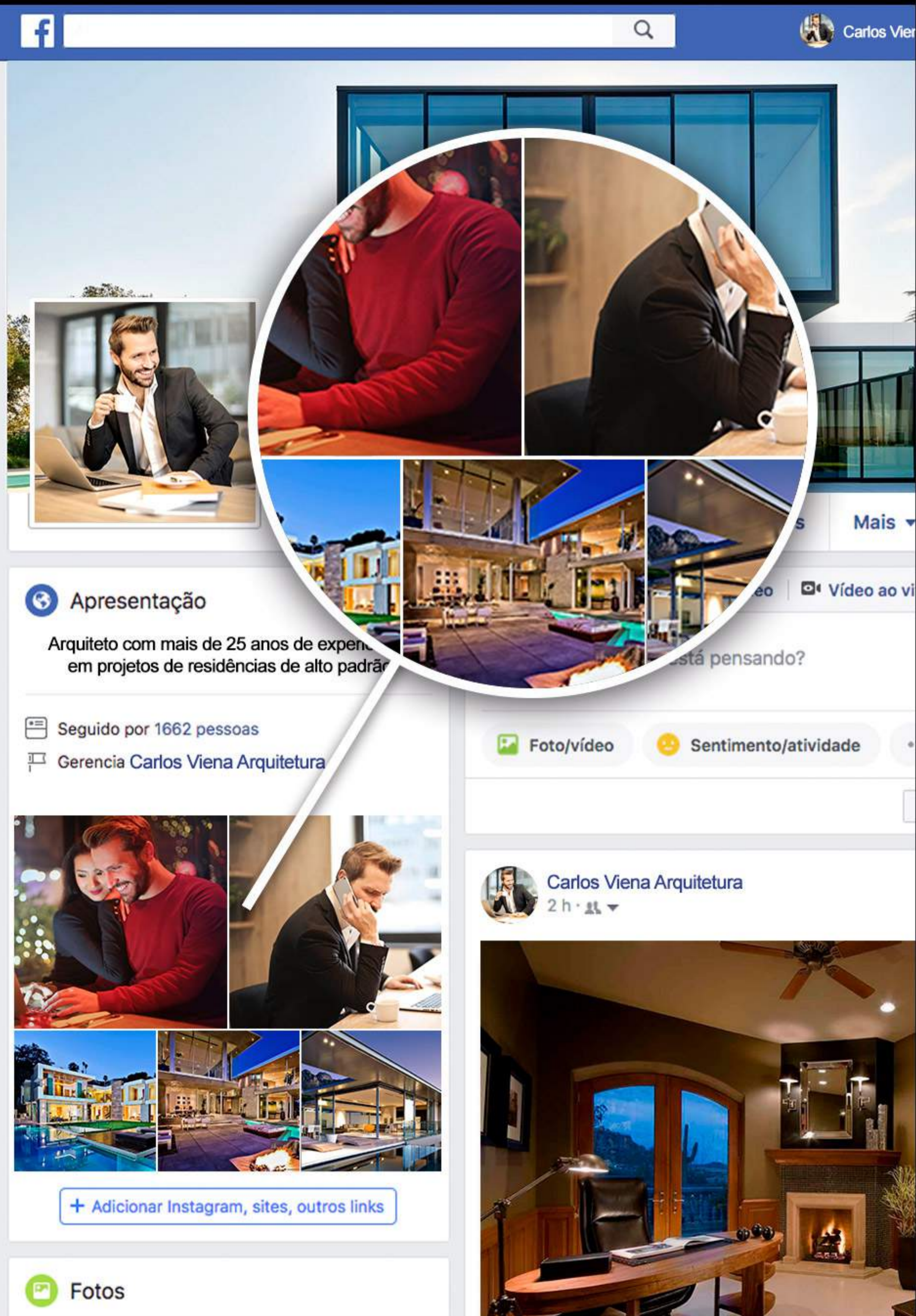
Recomendo a utilização da técnica de Elevator Pitch para evitar cair na mesmice de colocar uma frase famosa ou simplesmente dizer o que faz sem valorizar sua marca.

Você pode utilizar até 100 caracteres para fazer sua apresentação. Pouco né? Seja criativo(a).

Você pode focar no que faz e qual problema resolve. Por exemplo, se você é um(a) designer especializado(a) em decoração industrial, poderia utilizar a seguinte apresentação:

“Designer de interiores, especializado em decoração industrial para ambientes únicos e sofisticados”.





FOTOS EM DESTAQUE

Em seu perfil pessoal você poder utilizar até 5 fotos em destaque que ficarão disponíveis para visualização pública no Facebook.

Recomendo que utilize fotos dos seu melhores projetos, fotos que valorizam seu *lifestyle* ou de momentos onde você foi destaque em algum evento ou publicação.

Não coloque várias *selfies* como destaque, eu sei que você é lindo(a) mas *selfies* não costumam captar clientes.

Assim como a imagem da capa, recomendo que muda as fotos em destaque periodicamente.

Mudar uma vez por mês ou uma vez a cada dois meses é uma boa estratégia.



**PUBLICAR, SEGUIR
E COMPARTILHAR**

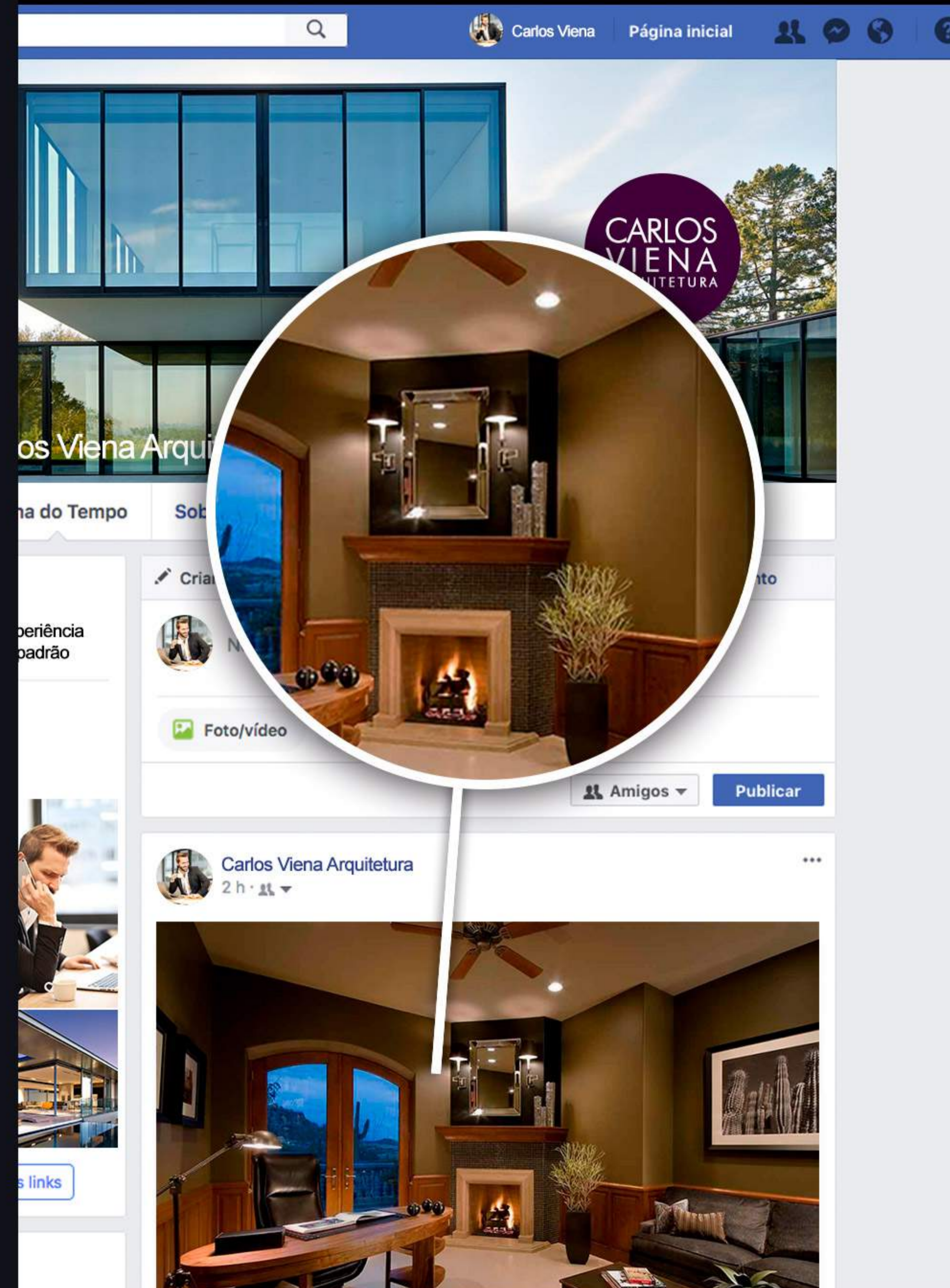
O QUE PUBLICAR

Suas publicações dizem muito sobre quem você é. Para que sua estratégia de utilizar um perfil pessoal para captar clientes funcione, você deve seguir uma linha de publicações coerente e atrativa.

O ideal aqui é que você defina um lifestyle que sua marca deseja promover.

Digamos que sua marca seja focada em decoração clássica, por exemplo, você pode fazer publicações que tragam conteúdo de qualidade referente a este nicho.

Seguindo o exemplo acima, você pode fazer publicações sobre a história da arte, sobre peças icônicas deste estilo, sobre nomes famosos etc. Tudo voltado para que suas publicações criem vínculo com seu público. Evite ao máximo postar apenas sobre seus serviços e produtos.



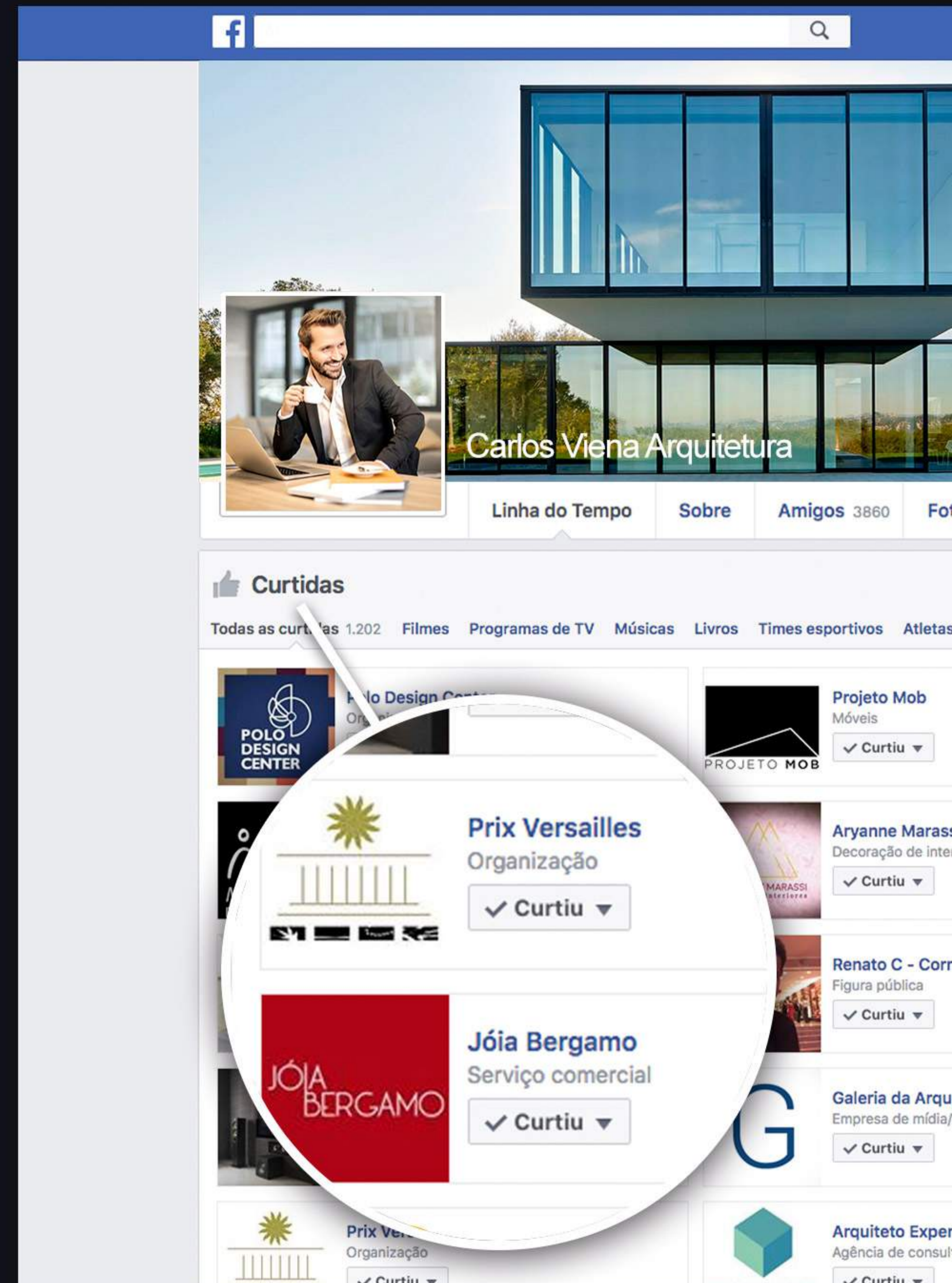
QUAIS PÁGINAS SEGUIR

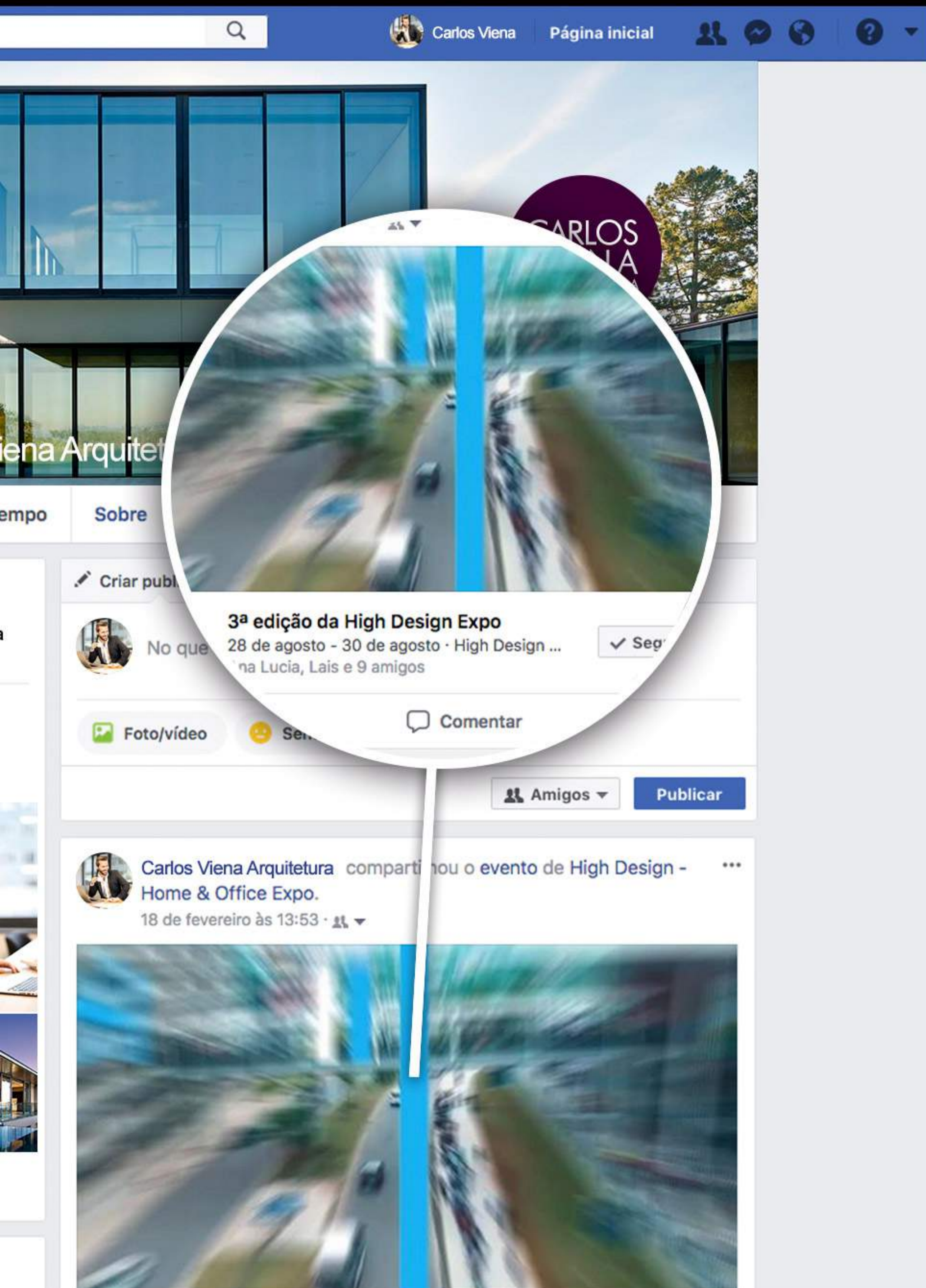
Não vale a pena criar um perfil com intuito de captar clientes e sair seguindo páginas que não terão utilidade estratégica.

Como nosso foco é captar clientes, siga páginas que tenham ligação direta e indireta com seu mercado de atuação, pois muito do conteúdo dessas páginas farão parte de sua estratégia.

Imagine as páginas que seu cliente/alvo segue e passe a segui-las. Se seu cliente/alvo gosta de carros de luxo, siga páginas sobre esse assunto. Se seu cliente/alvo gosta de jóias a regra é a mesma.

Siga também páginas que são referências em seu mercado de atuação. A regra aqui é seguir páginas que você possa compartilhar suas publicações, além de poder interagir com seus seguidores.





O QUE COMPARTILHAR

Compartilhar eventos, notícias e conteúdo ligado ao seu mercado de atuação deve fazer parte de sua estratégia.

Fora isso, você pode compartilhar projetos para inspiração, vídeos de DIY, novidades do setor, etc.

Ao compartilhar uma publicação imagine qual será a utilidade para seu cliente/alvo e para seu público em geral

Claro que, de vez em quando, você pode compartilhar um meme, uma piada ou algum assunto engraçado. Isso humaniza seu perfil.

Vídeos motivacionais também devem estar presentes entre seus compartilhamentos.

O QUE NÃO POSTAR E NÃO COMPARTILHAR

Um erro grave cometido por muitos que pretendem utilizar um perfil pessoal para captar clientes é postar ou compartilhar conteúdo que não terá utilidade prática alguma para seu cliente/alvo.

Assuntos como fofocas, notícias falsas, política, religião, ideologias, notícias polêmicas e assuntos delicados devem ser evitados.

Testes do Facebook, piadas de cunho duvidoso e opiniões polarizadas também devem ser evitados.

Como já dito, o ideal é você compartilhar assuntos que tenham utilidade para seu cliente/alvo e que tenham ligação com as soluções que você oferece.



DICAS DE OURO

01 - INTERAJA COM SEUS AMIGOS DE FACEBOOK

Curta, compartilhe e comente postagens de seus amigos do Facebook. Isso gera um sentimento de gratidão que fará com que estes mesmos amigos quairam retribuir curtindo e compartilhando as suas postagens. Isso, por sua vez, fará com que os amigos deste amigo que compartilhou sua postagem possam ver sua publicação.

02 - NÃO PUBLIQUE APENAS ANÚNCIOS

Nada mais chato que alguém que pensa que o *feed* do Facebook é um classificado. Quer só anunciar use o Mercado Livre ou o OLX.

Publique e compartilhe conteúdo relevante e interessante.

03 - NÃO MARQUE TODOS SEUS AMIGOS EM UM ANÚNCIO

Repita comigo mais uma vez: **Eu não sou um panfleteiro digital!**

Só utilize o recurso de marcar todos seus amigos em uma publicação caso o conteúdo seja muito relevante como um convite para um evento, um brinde que irá distribuir, uma notícia muito importante para o setor, etc. Caso seja somente o anúncio de um serviço ou produto **NÃO MARQUE NINGUÉM SEM AUTORIZAÇÃO.**



GRUPOS DO FACEBOOK

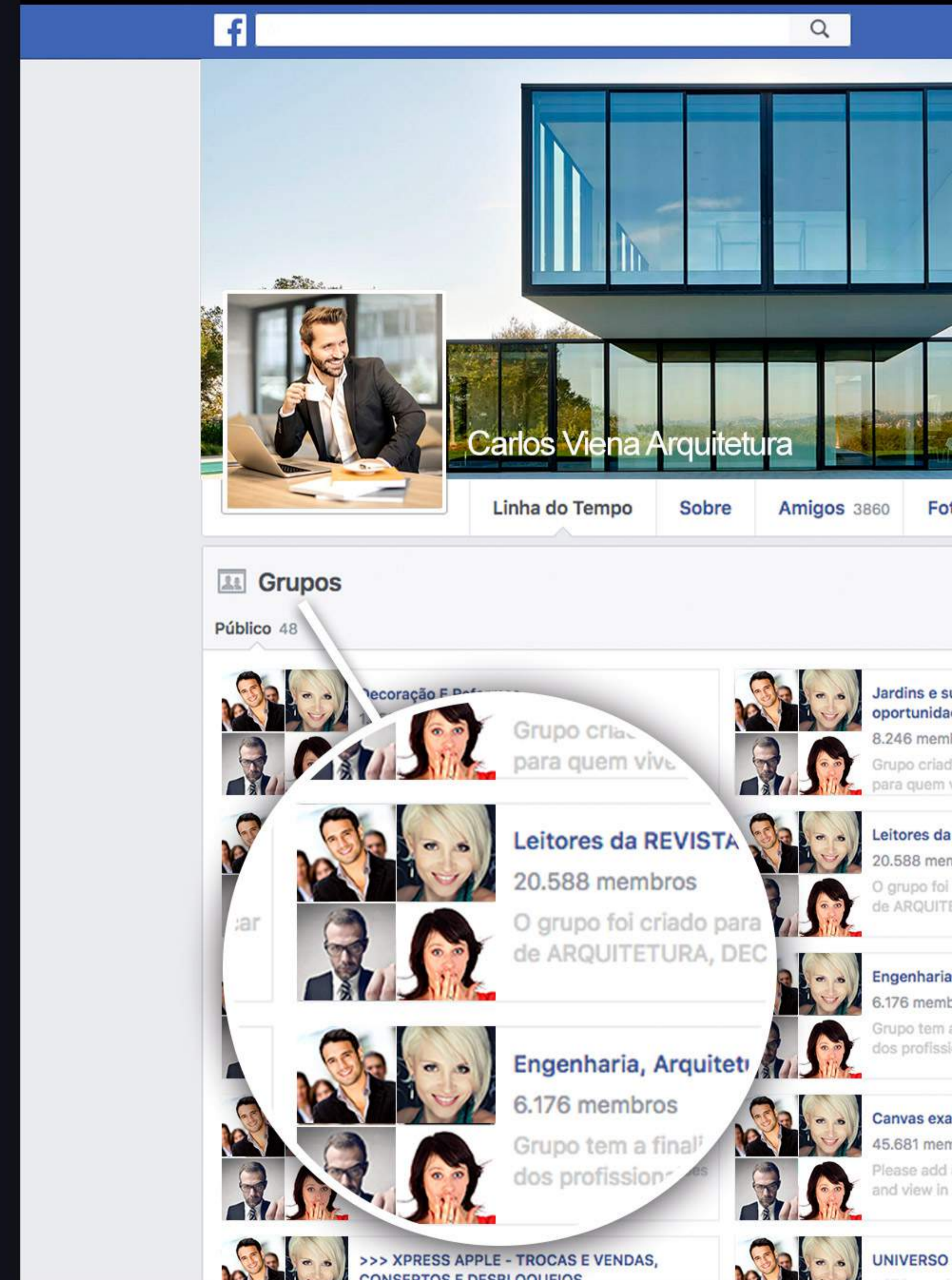
QUAIS GRUPOS FAZER PARTE

Os grupos do Facebook podem ser uma excelente fonte de clientes e network.

Imagine em quais grupos seu cliente/alvo pode estar participando. Pesquise e entre em grupos que possam fazer parte de sua estratégia.

Entre também em grupos de seu setor para poder interagir com colegas de profissão, além de possíveis fornecedores e parceiros comerciais.

No Facebook existem diversos grupos públicos mas também existem grupos fechados e grupos secretos. Dependendo do perfil de seu cliente/alvo vale a pena buscar indicações para fazer parte destes grupos.



Arquitetura Premium

Grupo público

Sobre

Discussão

Avisos

Membros

Eventos

Vídeos

Fotos

Arquivos

Recomendações

Pesquisar neste grupo

Arquitetura

Carlos V

ATIVIDADE RECENTE

Carlos Viena Arquitetura
23 h

COMO ORGANIZAR UMA MOSTRA
Você já parou pra pensar que uma das melhores formas de... [Ver mais](#)

Curtir Comentar Compartilhar

137

3 compartilhamentos

Ver mais 26 comentários

Beatriz Castilho Boa!
Curtir · Responder · 14 h

Gabriel Matias Bela sacada, valeu pela dica!!!!
Curtir · Responder · 14 h

Escreva um comentário...

O QUE PUBLICAR NOS GRUPOS

A regra máxima que você deve seguir é:
NÃO SEJA UM PANFLETEIRO DIGITAL.

Isso significa que você deve ponderar o que irá publicar em cada grupo que estiver fazendo parte.

Publicar apenas anúncios te tornará um chato e o efeito pode ser o contrário do que você pretendia.

Publique notícias do setor, mensagens positivas, vídeos motivadores, conteúdo relevante, dúvidas coerentes, assuntos para discussão sadia do grupo, etc.

Imagine o grupo como uma comunidade de ajuda mútua e não seja o membro chato que só quer saber de anunciar.

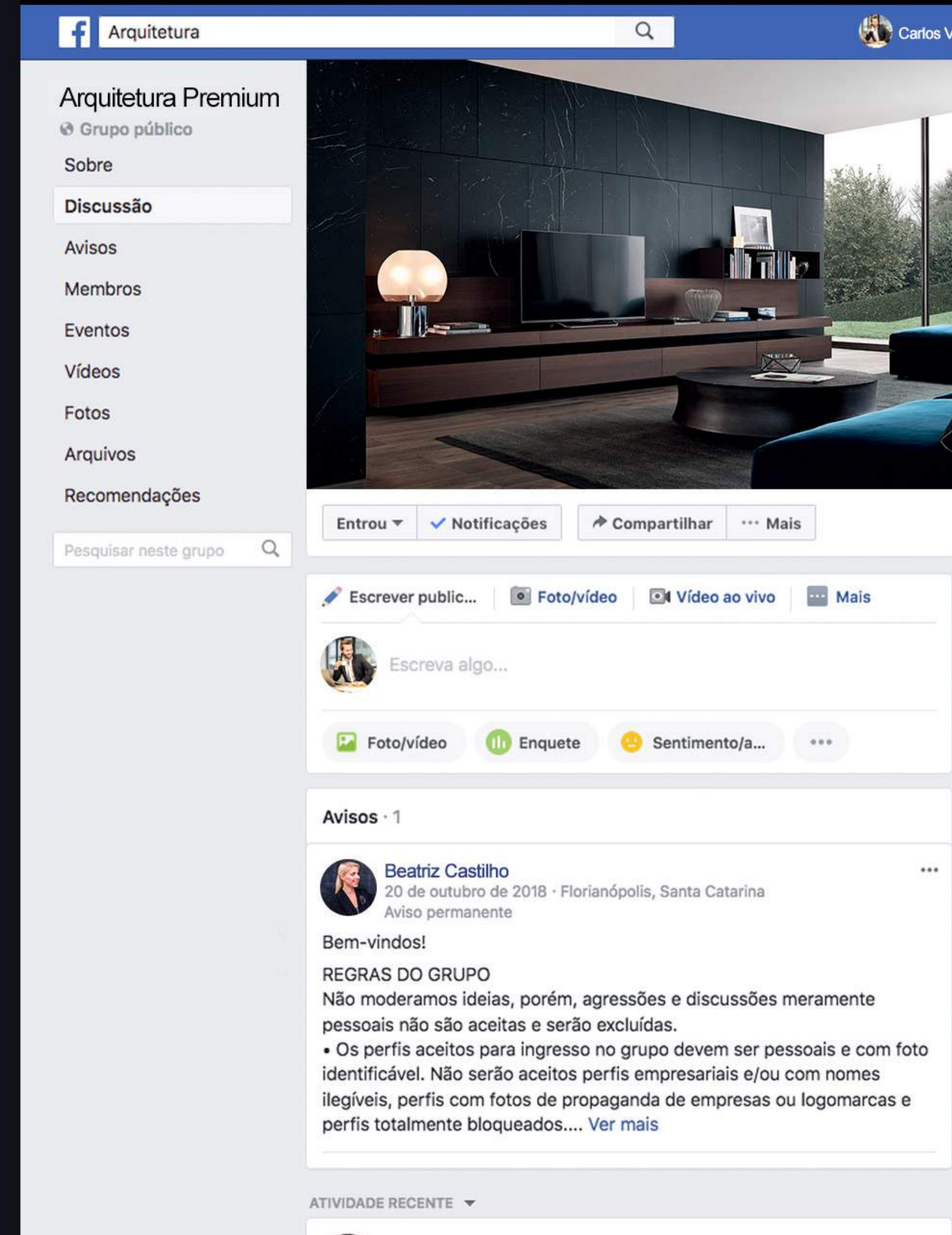
COMO INTERAGIR NOS GRUPOS

A interação é um dos fatores principais dos grupos, afinal você não está ali apenas pra anunciar seus serviços e produtos ou ficar somente vendo as publicações de outros membros sem interação alguma.

Se em alguma publicação surgir uma dúvida que você é capaz de solucionar, participe esclarecendo a dúvida.

Serziu uma postagem que você gostou elogie, comente e incentive a publicação de mais postagens semelhantes.

Não faça comentários que contenham apenas emojis. Fazer comentários que contenham emojis dará a impressão que você só comentou para ser notado e não para interagir. Fora isso evite discussões desnecessárias, seja cordeal.



The background of the image is a dark blue-grey color with a repeating pattern of the Facebook Messenger logo. The logo consists of a white lowercase 'f' inside a white rounded square. The logos are arranged in a grid-like pattern, with some larger and more prominent than others, creating a subtle watermark effect.

FACEBOOK MESSENGER

FACEBOOK MESSENGER

O Messenger é o programa de mensagens do Facebook e através dele você pode enviar para seu amigos de Facebook mensagens de texto, imagens, links e vídeos.

Lembra daquela regra que comentei lá atrás?

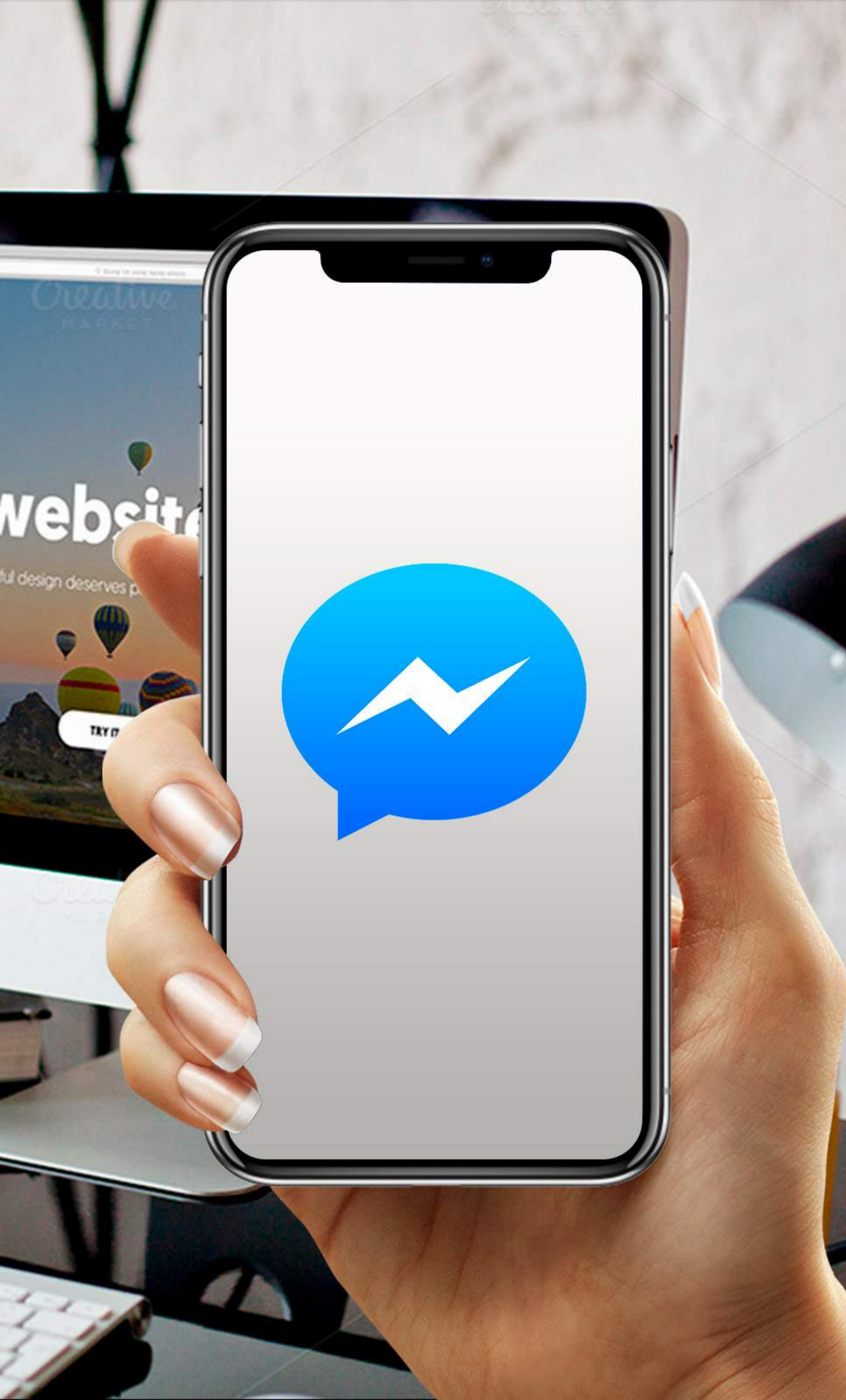
NÃO SEJA UM PANFLETEIRO DIGITAL!

Essa regra também vale para o Facebook Messenger.

A dica aqui é planejar abordagens menos invasivas a fim de seguir um roteiro que leve a uma ação que você deseja.

A seguir trago exemplos de objetivos e roteiros que você pode utilizar como base. Mas lembre-se que não é só sair copiando os roteiros. Você deve entender suas estruturas e criar os seus próprios roteiros, ok?





WEBSITE

OBJETIVO: Aumentar as visitas ao seu site.

ROTEIRO:

Abordagem / Interação / Gerar Interesse / Chamada Ação

EXEMPLO:

“Olá Fulano(a) de Tal, tudo bem? Estou fazendo uma pesquisa junto a meus amigos do Facebook para saber o que acham de meu site (ou do site do meu escritório). Você poderia me ajudar?”

...

Estou tentando oferecer uma melhor experiência para meus clientes e parceiros, e é muito importante ter o *feedback* de como posso melhorar sempre.

...

O endereço do meu site é www.seusite.com.br. Acesse, por favor, e me diga o que achou.”



FANPAGE

OBJETIVO: Aumentar os seguidores de sua Fanpage.

ROTEIRO:

Abordagem / Interação / Gerar Interesse / Chamada Ação

EXEMPLO:

"Olá Fulano(a) de Tal, tudo bem? Tenho visto em suas publicações que você gosta de (assunto 1) e de (assunto 2), certo?"

...

Também gosto muito destes assuntos e, recentemente, fiz uma publicação em minha fanpage sobre (assunto relacionado). Acho que pode ser interessante pra você.

...

Segue o link da postagem www.facebook.com/postagem. Ah não se esquece de curtir minha fanpage pra conferir mais postagens como esta. Até mais."



PRODUTOS

OBJETIVO: Divulgar o lançamento de um produto.

ROTEIRO:

Abordagem / Interação / Gerar Interesse / Chamada Ação

EXEMPLO:

"Olá Fulano(a) de Tal, tudo bem? Acabei de lançar o produto (nome do produto) e estou convidando alguns dos meus amigos para uma demonstração exclusiva e gratuita e percebi, pelas suas publicações, que você pode se interessar.

...

Trata-se de um (características diferenciais do produto) e irei demonstra-lo inicialmente apenas para alguns amigos

...

A demonstração será dia 00 às 00h00 no (endereço). Posso confirmar sua presença? Será um prazer recebe-lo(a)."



SERVIÇOS

OBJETIVO: Divulgar um serviço que você oferece.

ROTEIRO:

Abordagem / Interação / Gerar Interesse / Chamada Ação

EXEMPLO:

“Olá Fulano(a) de Tal, tudo bem? Você Já deve ter ouvido falar dos serviços de (serviço que oferece), certo?”

....

Estou conversando com alguns amigos do Facebook para esclarecer suas dúvidas sobre (serviço que oferece) e ajudá-los nessa área. Você teria alguma dúvida que gostaria de esclarecer?

...

(Após esclarecer a dúvida) Caso tenha mais alguma dúvida podemos falar por telefone para que eu possa ajuda-lo(a), além de apresentar alguns diferenciais que ofereço. Que tal?”



PARCERIA

OBJETIVO: Fechar parceria comercial.

ROTEIRO:

Abordagem / Interação / Gerar Interesse / Chamada Ação

EXEMPLO:

“Olá Fulano(a) de Tal, tudo bem? Tenho acompanhado suas publicações e tenho achado muito interessante. Parabéns!

...

Estou iniciando um grupo de parceiros comerciais que oferecem serviços e produtos diferenciados e pensei em te convidar. O que acha?

...

Que tal agendarmos um café ou uma conversa por vídeo para eu te apresentar nosso projeto e vermos se conseguimos fechar algo?”

CONCLUSÃO

CONCLUSÃO

Quando utilizado de forma estratégica, o perfil pessoal no Facebook pode ser uma importante ferramenta de captação de clientes.

Recomendo que utilize todas as técnicas aqui mencionadas e, através do feedback que receber, teste e desenvolva outras técnicas.

O importante é criar um perfil pessoal atraente e ser interessante durante suas interações.

Caso esse ebook tenha sido útil pra você, não se esqueça de recomendá-lo a amigos e parceiros comerciais.

Para conhecer melhor trabalho que desenvolvo, acesse meu site www.alectsandro.kingmaker.com.br.

Forte abraço e conte comigo!

SOBRE O AUTOR

Meu nome é Aleksandro Kingmaker e sou consultor de marketing com mais de 20 anos de experiência na criação e gestão de marcas de alto padrão.

Desenvolvo consultorias e workshops para empresas e profissionais de arquitetura, decoração, design de interiores e mobiliário de luxo.

Sou criador de cursos de marketing e gestão de marcas exclusivos para o mercado de alto padrão.

Através de meu site, ofereço conteúdo exclusivo e gratuito para empresas e profissionais que pretendem tornar suas marcas mais atraentes, diferenciadas e relevantes.

Para conhecer melhor meu trabalho, basta acessar: www.alexandro.kingmaker.com.br.



ALEXSANDRO  KINGMAKER
M A R K E T I N G • P R E M I U M

alexandro.kingmaker.com.br • contato@kingmaker.com.br