

Como se promover na Internet (palavra chave: se promover na internet)

Novo título: 7 dicas de como se promover na internet

Hoje vamos falar sobre um assunto que está em alta recentemente e envolve sua promoção! Se você procura maneiras de se promover online para impulsionar e aumentar o alcance dos seus serviços, esse é o post certo para você.

Com as mudanças que ocorreram no âmbito social e a crescente demanda para se modernizar, muitas empresas passaram a fazer parte do universo online. Esse mundo é cheio de oportunidades para quem busca se consolidar no mercado ou expandir seus negócios.

Por conta da pandemia em 2020, houve uma crescente demanda de venda e compra de produtos na internet, sendo assim, é importante manter sua marca pessoal e apresentar seu trabalho nesse mundo digital.

Além de ser provável que todos nós conheçamos um blogueiro, um artista, um músico... alguém que aproveitou a oportunidade para [promoção gratuita](#), para um público cativo de amigos um pouco longe demais. Mas quanto é demais?

Vemos famosos que começaram a produzir conteúdos em plataformas na internet e hoje dominam grandes segmentos de mercado. Como é o caso da empresária [Bianca Andrade](#), que iniciou sua carreira como Youtuber e atualmente possui sua própria marca de maquiagem. Outro exemplo é a escritora do best-seller After, [Anna Todd](#), que começou escrevendo histórias para internet, esse tipo de conteúdo é conhecido como fanfiction, e fez tanto sucesso que publicou livros e que posteriormente foram transformados em filmes.

Dito isso, abaixo trouxe algumas dicas para te ajudar a descobrir algumas formas eficazes para se autopromover nas mídias sociais!

1- Com qual frequência devo postar?



O que deve ser pensado não é só sobre a quantidade de publicações que você faz porque, ainda que isso importe, temos que considerar a qualidade e a constância dos conteúdos que você posta para seu público.

É legal ter em mente que não é necessariamente sobre postar todo dia, mas sim constantemente. A principal ideia é entender quem é o seu público-alvo e qual a necessidade de nutrição deles. Em alguns casos, só basta publicar duas ou três vezes por semana.

Dessa forma, também vale estudar estratégias para estimular o engajamento; antigamente era importante saber qual o melhor horário para as postagens, mas hoje em dia essa abordagem está defasada, já que as postagens são ranqueadas com base no número de interações que possui. Assim, algo que você postou pela manhã pode aparecer para alguém à noite se tiver tido bastante interações.

Outra dica é para os profissionais que possuem um grande volume de publicações para fazer. Há algumas ferramentas disponíveis, como o [Buffer](#), o [Tweetdeck](#) e o [Promo Republic](#), que agem como uma plataforma externa para agendar todas as suas postagens sociais com antecedência e publicá-las em múltiplas redes sociais. Um alerta é ficar de olho em quais redes sociais permitem esses aplicativos externos e quais não, para que você não acabe perdendo sua conta.

O Instagram e o Facebook, por exemplo, não aceitam aplicativos externos, mas dentro de suas plataformas há uma ferramenta que realiza esse tipo de serviço e é chamado de [Facebook Creator Studio](#). É por meio dele que você pode realizar postagens, ganhar dinheiro, mensurar o desempenho e interagir em ambas as redes.

2- Como criar uma relação com o cliente



Quando falamos em criar uma relação é literalmente manter um vínculo com seu público, mas isso tem que ser feito de forma sutil e profissional, sem ser invasivo.

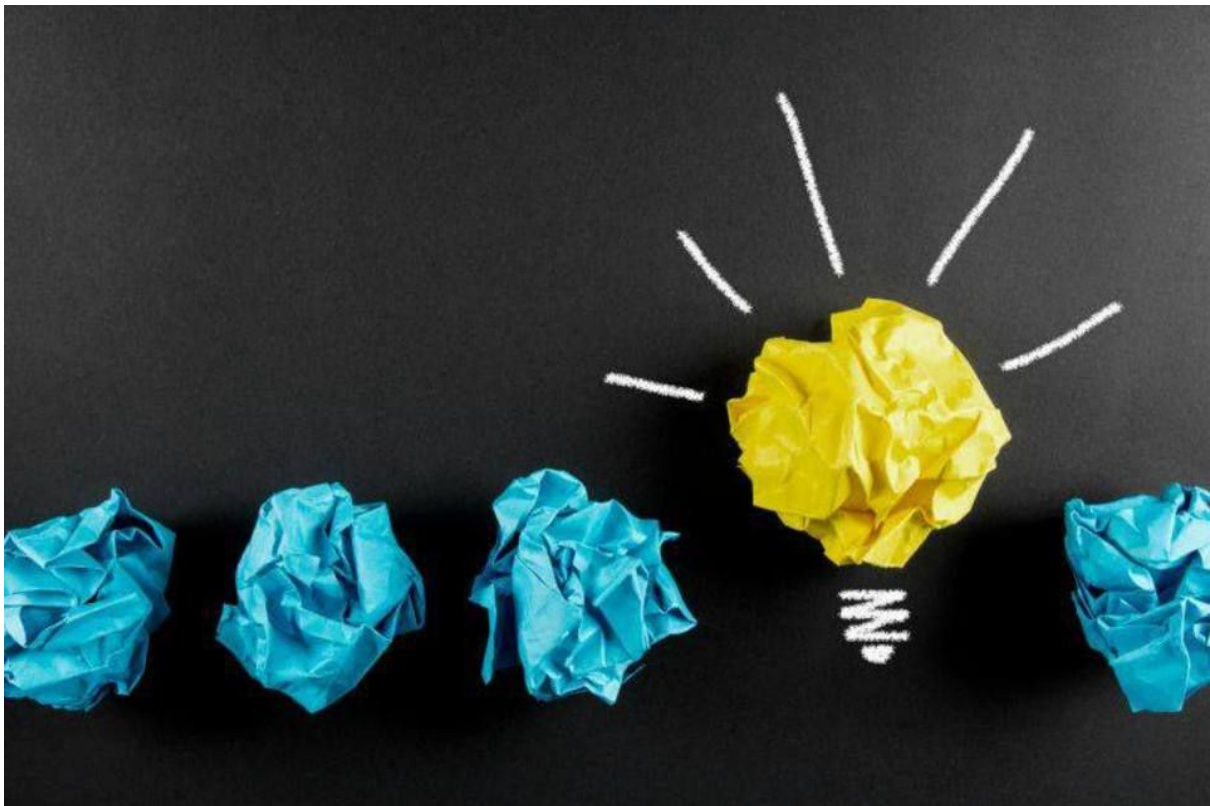
Algumas estratégias que mostram eficácia é [expor você como empreendedor](#), contar um pouco da sua personalidade. Quando nos tornamos mais vulneráveis, geramos empatia e criamos uma relação.

Dessa forma, seus seguidores vão associar você a sua marca e nada melhor do que promover seu trabalho de maneira não-invasiva e não-incômoda para o público que você está procurando atingir.

Também vale entender qual a linguagem adequada para conversar com seu público, não faria muito sentido falar de forma informal com advogados, faria?

Outra ideia é usar o SEO, Search Engine Optimizer, que são técnicas para otimizar e melhorar a posição de conteúdos relevantes a determinado tema nos resultados de buscas. Para ser utilizado de forma correta, você precisa pesquisar as palavras chaves - a palavra mais usada para procurar um conteúdo - e inseri-las de forma natural em suas produções para assim melhorar sua colocação.

3- A resposta é a criatividade



As mudanças tecnológicas e o fácil acesso à informações tornou mais difícil se destacar em meio a tantas notícias na internet, entre elas muitas que são de baixa qualidade e que não agregam valor ao leitor. Em virtude disso, o ideal é se reinventar, criar um conteúdo diferente, inovador e que saia da mesmice que são as publicações do serviço que você está promovendo. Um bom exemplo para isso é sempre pesquisar e atualizar seus conteúdos com novos assuntos relevantes sobre o tema. Também vale adicionar fotos e vídeos para ajudar na compreensão.

É importante entender também a singularidade de cada rede social. Se uma é mais visual, não faz sentido fazer postagens com um grande texto, pois ele não será lido e você não irá gerar o engajamento desejado.

Se você vai realizar uma postagem no Instagram ou no Pinterest, por exemplo, é legal abordar o assunto de forma mais visual e ilustrativa, facilitando para um entendimento rápido. Já o LinkedIn suporta um material mais nível, como artigos e posts longos.

4- Você se orgulha do seu trabalho?

Se não você, por que os outros?

Pessoas tendem a repetir comportamentos e ações daqueles que estão ao seu entorno, então, se você age como se seus produtos/serviços não fossem bons o suficiente, todos vão entender que você está promovendo algo que nem você mesmo consumiria e, automaticamente, o que você produz será associado a algo que não é bom.

Quando falo sobre se orgulhar, não falo sobre ser arrogante, mas sim mostrar autoconfiança sobre aquilo que está sendo promovido. É essencial não ter comportamentos de autodepreciação.

Mostre como você se esforçou e colocou todo seu trabalho nisso, assim você terá mais credibilidade pelo que diz e conquistará mais respeito. Se você acha que a postagem do blog que você escreveu é a melhor coisa que você produziu nos últimos tempos, diga isso.

5- Como usar hashtags?



Poucas pessoas sabem, mas as hashtags foram usadas pela primeira vez nas redes sociais em 2007 no Twitter. Entretanto, só foi implementada oficialmente por volta de 2009, e são uma forma de organizar e agrupar conteúdos nas redes sociais através de temas específicos. O símbolo do jogo da velha, como é conhecido no Brasil, é muito adicionado a vários posts por usuários na intenção de comentar sobre um determinado assunto.

Entretanto, esse assunto ainda gera bastante discussão na internet. Antigamente, era comum colocar várias hashtags em uma publicação para gerar mais engajamento, visto que o post fica restrito a um determinado tópico por. Mas agora, com o passar do tempo, elas começaram a ser usadas com mais frequência pelo público geral e perderam um pouco do seu propósito em algumas redes sociais.

Claro que isso significa que você não pode usar hashtags, elas ainda ajudam a aumentar a visibilidade, você pode utilizá-las no feed do Instagram, nos Stories e no próprio perfil para que elas sejam mais efetivas.

Também vale ressaltar que é importante usar hashtags que tenham a ver com o conteúdo que você está publicando, desse modo, você atingirá o público-alvo que procura.

Para usar esse recurso só basta você inserir o símbolo (#) e escrever ao lado a palavra-chave que mais tenha haver com o conteúdo que será publicado.

Exemplo: #SepromovernaInternet

E por fim, não insira diversas hashtags, é mais bonito, esteticamente, colocar apenas algumas, as que são mais relevantes. E no feed, você também pode ocultar as hashtags, caso você esteja querendo um visual mais clean para seu post, assim você aumenta seu alcance e mantém a legenda agradável aos olhos.

6- Como estimular a interação



Nesse ponto é legal entender a diferença entre interação e engajamento. Muitas vezes confundimos essas duas métricas e achamos que são as mesmas coisas, mas na verdade a interação é a mensuração de quantas pessoas seus posts estão atingindo, enquanto engajamento visa saber se eles estão sendo responsivos.

Se seguidores estão engajados com seu conteúdo, comentando e compartilhando suas postagens, você precisa valorizar de alguma forma e mostrar-se presente. Assim, você não está apenas revelando ao seu público que a opinião dele é importante, mas também participando ativamente de debates e recebendo críticas construtivas, evoluindo seu trabalho.

Se algum de seus amigos fizeram coisas semelhantes, confira, comente e compartilhe o trabalho deles. Você nunca sabe quando eles podem retribuir o favor.

Outra forma para incentivar seu público a ser mais presente e ter mais acesso a matérias que você produz é importante colocar um CTA (Call To Action). Esse item é uma chamada e seu propósito é de ser usado em blogs para atrair o visitante e incentivá-lo a te dar o seu contato, como e-mail ou número de telefone, qualificando-o como um lead. Após isso é só fazer a nutrição e transformá-lo em cliente.

Isso é uma ação legal de se fazer porque assim você cria materiais mais informativos, se aprofundando em tópicos, e pode enviá-los àquelas pessoas que mostram ter interesses nesse tipo de conteúdo mais completo para sanar seus problemas.

7- Como usar o marketing pessoal no trabalho

É estranho, né? Sempre aprendemos a separar novas vidas e nos portar de diferentes modos em cada ocasião, mas esse não é exatamente o caso.

Quando falo sobre mostrar para seu público um pouco da sua vida pessoal é pelo simples motivo que isso transmite uma sensação de humanidade para a marca. Vemos assim que você é uma pessoa normal que possui hobbies, afazeres e é isso que estimula o engajamento.

É claro que deve-se manter o currículo online e os perfis sociais atualizados, especialmente com coisas importantes, como realizações no trabalho. Isso porque manter sua presença profissional online atualizada é extremamente importante, já que você nunca sabe quem está olhando para o seu perfil e quais oportunidades podem surgir. Portanto, não atualizá-lo pode resultar em oportunidades perdidas.

Entretanto, é perfeitamente aceitável compartilhar aspectos da sua vida pessoal. Assim, profissionais e clientes saberão qual é sua personalidade e o quão autêntico você é.

Outro ponto importante é que mesmo sabendo que as redes sociais fazem parte do nosso dia, especialmente para aqueles que procuram se promover, é necessário tirar alguns dias, geralmente final de semana, para o lazer, ler um livro ou maratona uma série.

Temos que ter em mente que a percepção da “marca pessoal” não é só moldada pelo conteúdo que você posta, mas também se dá pelas conversas que você tem e pela bagagem de conhecimento social que você possui.

Por isso, não se esqueça de dividir o fluxo de [marketing pessoal](#) com quantas publicações divertidas você se sentir confortável. Sair, ver coisas, expressar opiniões, sair com os amigos e tirar fotos ajuda a dar uma descontraída.

Aplicando essas dicas, você conseguirá ter um melhor desempenho do seu conteúdo na internet. A ideia é ir introduzindo as mudanças e depois manter um ritmo para que assim se possa ver a diferença dos resultados que você obtinha antes e os que tem agora.

Se quiser aprofundar mais seus conhecimentos sobre o assunto, recomendo a leitura do [Promova-se](#). O autor, Dan Schawbel, aborda as novas regras do marketing pessoal e como aplicá-las na vida profissional, sem exageros, além de provocar reflexos sobre nossas ações no ambiente de trabalho.

O livro não tem indicação de idade e pode ser de ajuda para todo e qualquer pessoa que busca entender quais as necessidades e obrigações que um profissional deve ter.