



Redes sociais

Utilize redes sociais: aproveite todo o potencial social de ferramentas como Facebook, LinkedIn e Twitter. Além de ótimos canais para divulgação, possibilitam excelentes canais de contato. Mas, antes de sair criando perfis em todas as redes sociais, atente para onde sua audiência pode estar. Se você almeja fechar contratos com empresa de um determinado segmento e porte, por exemplo, procure pesquisar os canais em que elas estão (e, não esqueça de falar a mesma linguagem que elas).

Muito cuidado também para conteúdos demasiados e cansativos, ao invés de simplesmente anunciar seus serviços, procure compartilhar histórias de sucesso e conteúdo informativo interessante (inclusive conteúdos produzidos por você).

Produza conteúdo: tudo bem, mesmo que você não trabalhe como redator, nada impede que você possa produzir bons conteúdos sobre sua área de atuação. São muitas as possibilidades, você pode investir em um blog próprio, em landing pages, ebooks e até mesmo em vídeos. Uma opção muito interessante pode ser firmar parcerias com outros especialistas, com mais audiência que você.

Você pode apostar em guest posts e ter excelentes resultados em buscas orgânicas. Nada melhor do que demonstrar conhecimento para atrair potenciais clientes. As pessoas estão muito mais suscetíveis a querer contratar um especialista. Mas, aí, também mora o perigo: não tente ser um guru.