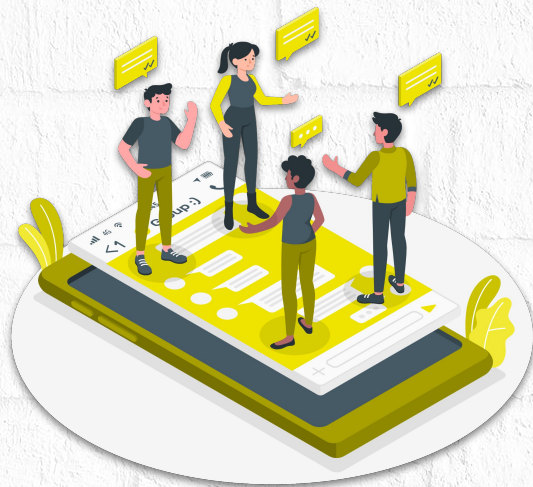




**Gerencie
comunidades**

O QUE É?



Conjunto de pessoas com características em comum, que compartilha vivências e se move em torno de um mesmo propósito. Algo **Coletivo!** Um grupo pode ou não ser uma comunidade, tudo depende da forma com que os membros se identificam e interagem entre si.

O QUE É?

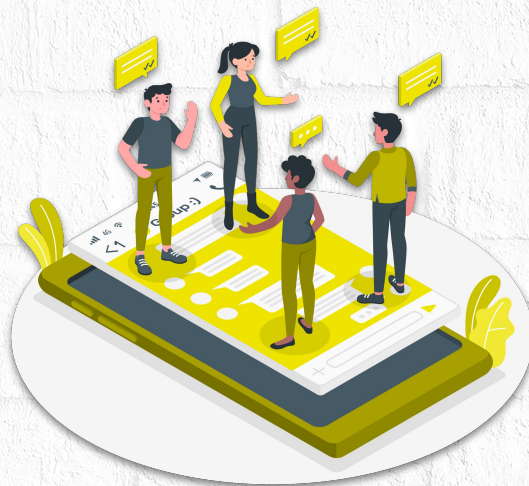


Objetivos

Vivências

Semelhanças

Crenças



E, quando falamos em grupo, atualmente um dos canais mais fortes é o facebook!

O QUE É?



Mas qual a importância e porque criar uma comunidade?



- **Social Media** - responsável pela comunicação da empresa com os indivíduos
- **Gestor de comunidade (*Community Manager*)** - foco em estimular e mediar a comunicação entre os participantes da comunidade.

Ou seja, o sucesso do Social Media é medido pelo engajamento dos seguidores com a marca, enquanto o do CM é medido pelas interações dos seguidores entre si.

E uma pessoa que é CM também é um profissional de mídias sociais. Só que ele vai além do básico para entender e agir diretamente nas páginas oficiais da empresa

IMPORTÂNCIA



- Promover a interação entre marca e membros;
- Estimular debates sobre assuntos específicos;
- Transformar clientes em fãs;
- Servir como suporte para seus produtos/serviços;
- Oferecer informações, como lançamento de um produto;
- Transmitir Lives exclusivas;
- Encontrar possíveis parceiros e fornecedores;
- Descobrir detalhes e opiniões de quem utiliza o produto/serviço;

ATENÇÃO



O ideal é que você não utilize o Grupo da sua marca para **vender**. Deixe essa função exclusivamente para a Página. Essa ferramenta é mais utilizada para **estabelecer diálogos e conexões** – que é o principal propósito dela! Trazendo então importantes informações para melhorias e novas estratégias;

EXEMPLO



Khan Academy

Um grupo de apoio e discussão da Khan com educadores e educadoras

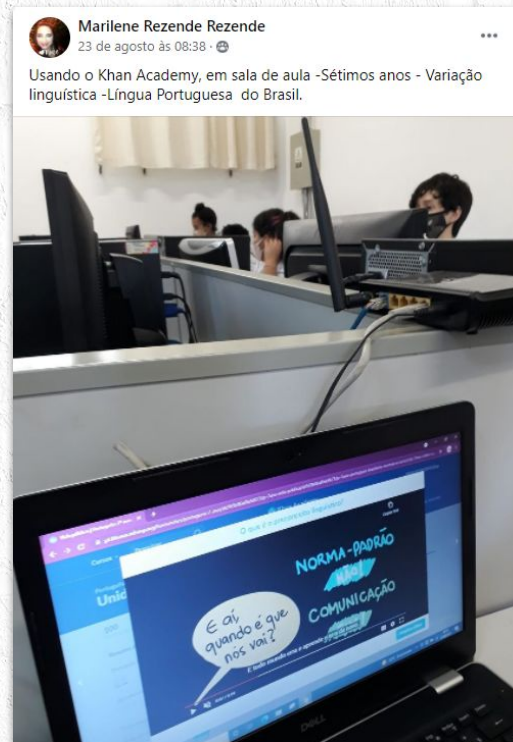
Khan para professores

🔒 Grupo Privado · 1,1 mil membros

Editar

Entrou ▾ + Convidar

EXEMPLO



EXEMPLO



- Promover a interação entre os membros;
- Estimular debates sobre assuntos específicos;
- Servir como suporte para seus produtos/serviços;
- Oferecer informações, como lançamento de próximos cursos;
- Transmitir Lives exclusivas;
- Encontrar possíveis parceiros/freelas;
- Descobrir detalhes e opiniões de quem utiliza o produto/serviço;



PARA COMEÇAR



- Entenda e relacione possibilidades de comunidades que realmente façam sentido para seu cliente/público alvo. Quem você quer reunir? Quais os objetivos e possibilidades?;
- Crie links que direcionem clientes em potencial para o seu site, anunciando produtos ou conteúdos interessantes, e monitore esse tráfego;
- Evite começar conversas que não terão fim (exemplo: mensagens de haters);
- Foque na personalidade da marca, mas não tenha medo de moldar o seu estilo e o tom dependendo do canal, pessoa ou tipo de interação;
- Incentive os clientes satisfeitos a compartilharem imagens do seu produto/depoimentos do uso do serviço;
- Seja proativo e envolva-se com a sua comunidade;
- E se você quer se aprofundar ainda mais em outras formas de criar comunidades...

PARA APROFUNDAR



CURSO ONLINE DE

Community Management

Aprenda a criar e manter comunidades engajadas em torno de uma marca. Você ampliará sua audiência, construirá com ela sua reputação e uma comunicação eficiente. Especialize-se para aumentar sua renda e suas oportunidades de carreira.

INSCREVA-SE



-40%
para os primeiros
20 alunos



As comunidades são a chave para empresas criarem conexões e interações positivas com seus membros. Neste contexto, o Community Manager (CM) torna-se o embaixador da marca, monitorando tendências, gerenciando crises e alinhando estratégias.