Tipos de conteúdo para bombar sua página no Facebook

Você já está cansado de saber que página no Facebook é o grande filão das redes sociais quando o assunto é marketing digital. Porém, se você ainda tem alguma dúvida, eis aqui algumas informações interessantes referentes à plataforma:

- 2,07 bilhões de usuários ativos mensalmente;
- 1,37 bilhão de usuários ativos diariamente;
- 5 novos perfis criados a cada segundo;
- 300 milhões de uploads de fotos por dia;
- 510 mil comentários por minuto;
- 4,75 bilhões de conteúdos compartilhados diariamente.

No Brasil, não é diferente. A população do país é uma das que mais usam as redes sociais: nada menos que 122 milhões de usuários. Apenas no Facebook são mais de 100 milhões de contas ativas, número que coloca os brasileiros na terceira colocação do ranking mundial.
A seguir, veja outros dados relevantes, segundo o Social Media Trends 2017:

- 92,1% das empresas estão nas redes sociais;
- 97,6% delas possuem cadastro no Facebook;
- 74,9% analisam os resultados por meio das métricas.

Sobre este último número, o engajamento é considerado um dos KPIs mais importantes, acompanhado por cerca 73,8% dos negócios.
Essa métrica leva em consideração a interação dos usuários com as postagens. No Facebook, isso representa uma série de ações, como curtidas (e outras reações sociais), comentários, compartilhamentos, cliques no link, visualizações no vídeo etc.
Ela é muito importante, pois qualifica o conteúdo publicado, trazendo informações que podem ser analisadas e consideradas

na estratégia. Inclusive, ela está diretamente relacionada a outro indicador, o alcance.
Já deu pra perceber que uma página no Facebook pode trazer diversas oportunidades para o seu negócio, não é mesmo? Por isso, a seguir, apresentamos os melhores tipos de conteúdo para dar um boost na suas ações na rede social de Mark Zuckerberg.

Perguntas

Quer melhorar os resultados da sua empresa? Você já otimizou o SEO do seu site para o Google alavancar o seu tráfego? Como foram as suas férias de julho?
Assim como na vida real, as pessoas tendem a responder quando são questionadas. Por isso, é extremamente recomendado que, sempre que possível, você utilize perguntas em sua fanpage.
Tente mantê-las bem sucintas e diretas. Além disso, frases interrogativas cujas respostas possam ser simplesmente "sim" ou "não" geram muitos comentários, assim como questões de múltipla escolha.

Imagens

Quando uma pessoa ouve algo, três dias depois ela se lembra apenas de 10% do que foi dito. Porém, quando tem acesso a imagens, recorda-se de aproximadamente 65% da informação.
Além disso, nas redes sociais, posts com imagens têm 2,3 vezes mais engajamento do que apenas textos.
Tendo isso em vista, não há como fugir: suas postagens devem vir com imagens ilustrativas para complementar a mensagem. Caso contrário, elas podem perder seu potencial de alcance na página no Facebook.

Dicas

É claro que fotos de gatinhos fofos, crianças em situações

engraçadas e referências à cultura pop são fatores que influenciam no número de compartilhamentos.
Mas você já se perguntou se esse tipo de conteúdo é realmente útil para a sua audiência? No fim das contas, é melhor se dedicar a trazer informações realmente relevantes, ou seja, que respondam às dúvidas da sua persona.

Citações

“Escolha um trabalho que ame e não terá que trabalhar nunca”.
Tá legal, a frase citada pode até estar um pouco batida. Mas a verdade é que as citações podem gerar bons índices de engajamento nos seus posts.
E não são apenas Caio Fernando de Abreu e Santo Agostinho que fazem sucesso. Dependendo do público, celebridades contemporâneas ou referências do mercado podem, sim, trazer bons resultados.
As lições de grandes mestres inspiram as pessoas e, geralmente, caem muito bem aliadas às imagens.

Vídeos

Não dá pra negar: os vídeos são uma tendência de consumo cada vez mais presente no cotidiano dos usuários. Usuários do Facebook consomem 8 bilhões de vídeos mensalmente, um número de cair o queixo.
Mais: segundo esta mesma pesquisa, em 2019 os vídeos representarão cerca de 80% de todo o tráfego na internet, provando de uma vez por todas que esse é um tipo de mídia que precisa de atenção.
A utilização do conteúdo audiovisual influencia diretamente no engajamento orgânico de fanpages. Possuem alto poder viralizante e atraem a atenção dos usuários de maneira única.

Memes

Você pode até pensar que os memes são apenas brincadeiras (muitas vezes sem graça) que os usuários compartilham na internet. Mas a verdade é que, para negócios, é uma poderosa ferramenta quando utilizada da maneira correta na página no Facebook.
O melhor é que há novos memes surgindo todos os dias.

Tópicos em alta

Muitos profissionais de social media gastam muito tempo planejando calendários editoriais, recolhendo dados sobre melhores horários e dias, observando a concorrência… Enfim, tudo aquilo que se espera de um especialista.
Porém, nem sempre se deve seguir à risca tudo aquilo que foi programado. Isso porque, no ambiente digital, a velocidade de circulação das informações é muito alta.
Por isso, às vezes é preciso surfar na crista da onda. As oportunidades geradas pelos acontecimentos precisam ser analisadas de imediato. Então é muito importante estar atento às notícias, hot topics e assuntos polêmicos do momento.

Ao vivo

Parece que foi ontem, mas o Facebook inseriu a opção de vídeos ao vivo há um bom tempo. E parece ter sido um tiro certo, uma vez que as lives costumam ser mais assistidas do que outras mídias.
Esse é um ótimo meio para atrair o seu público para notificá-los sobre mudanças, tratar mais profundamente sobre um assunto ou transmitir um evento.
O motivo é simples: a interação ao vivo, por meio de comentários, faz com que os consumidores participem ativamente da construção do conteúdo.

Infográficos

Os infográficos são elementos que mesclam imagens e textos dispostos de uma maneira mais clara, facilitando a compreensão das informações.
Mas você sabia que eles também geram até 3 vezes mais compartilhamentos nas redes sociais?
Graças a isso, esse formato vem ganhando cada dia mais força no ambiente digital. Eles não são usados apenas para revelar dados sobre economia ou marketing, mas muitas vezes têm bons resultados para temas mais triviais.

Concursos, Sorteios e Promoções

Alvo de constantes polêmicas, os recursos de concursos, sorteios e promoções seguem como uma boa ferramenta para conquistar engajamento na página no Facebook.
Existem, inclusive, alguns APIs externos para auxiliar na criação desse tipo de conteúdo. Geralmente, eles envolvem alguma premissa, como o compartilhamento ou a marcação de novas pessoas na publicação.

Links

Como dito no item 3, informações relevantes são sempre bem-vindas para capturar a atenção da sua audiência.
Porém, posts sociais tendem a ser mais sintéticos, já que a concorrência no feed de notícias é bastante intenso. Por isso, é sempre válido inserir links e enviar o usuário para outras fontes, que provavelmente tratarão o tema com maior profundidade.
Essa é uma lição importante: redes sociais e marketing de conteúdo devem ser aliados na busca pelo engajamento. Assim, tanto as métricas de interação quanto o tráfego para o seu website aumentam.

Histórias

A arte de contar histórias, também referida no mundo do marketing como storytelling, pode gerar bons resultados para a sua página corporativa.
Posts sequenciais, cases de sucesso, pequenas histórias cotidianas que acontecem na sua empresa. Tudo isso pode fidelizar o leitor e trazer novas interações para as suas postagens na página no Facebook.

Posts Interativos

O engajamento é uma métrica diretamente influenciada pela interação dos usuários. E há algumas técnicas que ajudam a aumentá-la.
Que tal utilizar um "complete a frase" em seus posts? Ou quem sabe solicitar ao usuário que invente uma legenda para determinada imagem? Use a criatividade a seu favor e estimule a participação da sua audiência!

Facebook Reactions

Foi-se o tempo em que o Facebook permitia apenas curtidas nas postagens. Hoje em dia, além do "like", temos o "love", "haha", "wow", "sad" e "angry".
Essa funcionalidade abriu um novo leque de oportunidades, e muitas fanpages utilizam esse recurso para fazer enquetes e pesquisas, servindo também como ferramenta de recolhimento de dados.

Jogos

A gameficação é usada, cada dia mais, em planos de marketing. É claro que existem diversificadas funções e escalas para tal. Mas é possível aplicá-la até mesmo em posts do Facebook.
Você já viu alguma postagem que desafiasse o usuário? Elas são

muito comuns em páginas de entretenimento, mas também funcionam em outros tipos de negócios.

É possível, por exemplo, pedir para um usuário citar um personagem com a última letra do nome. Ou, talvez, incentivá-lo a resolver uma charada. São muitas as opções. O importante é entender o comportamento da audiência e, assim, criar posts cada vez mais específicos usando a gameficação como aliada.

E então, gostou desse artigo sobre os tipos de conteúdo que mais geram engajamento na página no Facebook? Agora, é aplicá-los na sua rotina e colher os frutos de uma estratégia bem executada.

Ah, e se você quer saber mais sobre como utilizar essa rede social para o marketing, veja também 34 dicas fantásticas para colocar em prática agora mesmo.

Esse post foi produzido pela equipe da Rock Content.