Por que sua pequena empresa precisa terceirizar a mídia social

Ocupado demais para gerenciar seus canais de mídia social? Então talvez seja hora de terceirizar. Aqui está o que você precisa saber antes de mergulhar ideia.

As grandes marcas têm o luxo de delegar suas atividades de mídia social a agências especializadas, deixando-as livres para se concentrarem no importante negócio de aumentar os lucros. Mas a terceirização das mídias sociais não precisa ser exclusiva dos grandes.

Pequenas empresas (PMEs) podem usufruir dos mesmos benefícios, embora em menor escala. Usando uma agência externa ou consultor de marketing freelance como seu gerente de mídia social, irá liberar horas cruciais a cada semana. Tempo que você pode usar para se concentrar no lado operacional do crescimento de seus negócios.

Se você é uma PME que procura aumentar a exposição e direcionar o tráfego para seu website, aqui estão algumas coisas que você precisa saber sobre como trabalhar com um gerente de mídia social externo.

Por que terceirizar o gerenciamento de mídia social?

Há literalmente bilhões de pessoas em todo o mundo usando as mídias sociais regularmente. Seus benefícios como ferramenta de marketing são indiscutíveis.

As empresas que aproveitam isso podem interagir e atrair novos clientes se estiverem ativos e participarem de conversas sociais.

Em geral (e dentro do razoável), quanto mais regularmente você puder postar em seus canais de mídia social, maior será o envolvimento e o ROI que você verá. Isso pode significar dedicar cerca de uma hora por dia a monitorar seus canais sociais, postar conteúdo relevante, participar de conversas e aumentar o número de seguidores no processo.

64% das equipes de marketing relatam passar seis ou mais horas por semana nas mídias sociais.

Para um pequeno empresário que já está gastando a maior parte do tempo em desenvolvimento de negócios e operações, encontrar horas extras para criar estratégias e dedicar-se às mídias sociais pode ser difícil.

É por isso que terceirizar seu gerenciamento de mídia social para um terceiro com conhecimento é tão importante - pode tirar uma tarefa importante de criação de negócios do seu negócio.

O que você pode terceirizar para um gerente de mídia social?

A mídia social é mais do que apenas postar algumas mensagens no Twitter e no Facebook.

Aqui estão algumas tarefas que um gerente de mídia social externo poderia cuidar, além de simplesmente postar mensagens:

- **Estratégia de mídia social** - incluindo frequência de postagem, tipos de conteúdo, pesquisa de palavras-chave, pesquisa de influenciadores etc.;
- **Configuração e branding** de perfis sociais novos ou existentes - ser consistentes em todos os seus canais é crucial;
- **Compartilhando e comentando** postagens de terceiros relevantes para sua marca;
- **Envolver-se em conversas** com outros usuários - sejam clientes existentes ou potenciais;
- **Monitoramento de mídias sociais** - mantendo-se atento às menções de sua empresa e interagindo com essas postagens;
- **Atendimento social ao cliente** - respondendo a perguntas ou reclamações de usuários;
- **Marketing de conteúdo** - ajudando a desenvolver suas próprias imagens originais, memes, artigos, blogs e recursos que podem ser promovidos nas mídias sociais;
- **Marketing de boletins informativos** - um resumo das notícias da sua empresa e dos posts e interações sociais mais populares.

Um bom freelancer ou agência pode ajudar a gerenciar seus canais de marketing social e on-line. Isso ajudará você a atrair o tipo certo de seguidores que podem ser clientes ou parceiros em potencial para sua empresa.

Como você começa com um gerente de mídia social?

Se você já tem alguns perfis de mídia social ou está apenas começando, reúna uma lista de todos os seus perfis on-line (incluindo informações de login).

Quando você encontrar uma agência ou um gerente freelance de mídia social com quem deseja trabalhar, eles analisarão seus perfis sociais e recomendarão uma estratégia para melhorar sua taxa de participação e engajamento.

Você pode discutir alguns ou todos os itens a seguir:

- Qual é o perfil do seu cliente ideal?
- Você tem alguma pesquisa de palavra-chave ou pesquisa de SEO feita para o seu negócio?
- Quais plataformas você acha que seus clientes frequentam?
- Qual é o seu orçamento para mídias sociais?
- Você tem algum recurso ou orçamento interno para produzir gráficos, e-books, guias ou outros materiais de marketing de conteúdo que possam ser promovidos nas mídias sociais?
- Você tem uma lista de endereços de e-mail de clientes?

Seu gerente de mídia social provavelmente sugerirá que se concentre em algumas plataformas sociais no começo. Você não precisa participar de todos eles imediatamente (isso é impossível para muitas pequenas empresas).

Depois de escolher alguns dos mais importantes para o seu nicho, você precisará consultar seu orçamento e, com seu gerente de mídia social, decidir sobre as seguintes metas para cada plataforma:

- Quantas postagens de conteúdo original você deseja por semana? (conteúdo promovendo seu negócio, ou compartilhando uma dica);
- Quantas postagens / compartilhamentos de conteúdo você deseja por semana? (conteúdo que você publica novamente ou compartilha de fontes relevantes de terceiros);
- Quantas respostas ou comentários você deseja fazer a cada semana? (comentando em outro post, respondendo a uma pergunta feita por outro usuário, buscando usuários e iniciando conversas com eles);
- Quantos novos usuários você deseja acompanhar a cada semana? (pesquisar usando palavras-chave e / ou filtros para encontrar pessoas que possam estar interessadas em seu nicho ou empresa);
- Quantos novos seguidores você espera ganhar a cada semana? (defina uma meta realista para quantos usuários novos e segmentados você deseja obter a cada semana / mês).

Ao terceirizar as interações de mídia social, um modelo que serve para alguém talvez não servirá para todos. Cada empresa precisa equilibrar custos e benefícios, que são específicos para sua organização. O primeiro passo é sempre definir a estratégia para suas mídias sociais.

Uma solução barata a curto prazo pode se tornar muito cara a longo prazo, se uma empresa perder vantagem competitiva em seu mercado, não investindo adequadamente em mídias sociais.

É por isso que as empresas devem fazer uma avaliação de risco clara antes de terceirizar as atividades de mídia social. Deixe seu comentário aqui, como tem sido sua estratégia com Redes Sociais. Você já terceiriza, quais os resultados? Se não, quais seus maiores temores a respeito?