Mídias sociais: boas práticas, resultados e novas narrativas

Março/2019

Breve biografia | Quem sou eu?



linkedin.com/in/gabrielvpinheiro

Jornalista dedicado às novas mídias e tendências digitais

Começou a trabalhar com mídias sociais no Estadão em 2011, após passar pelas redações dos cadernos de Internacional, como estagiário e repórter, e Metrópole, como editor-assistente da edição online.

Participou do desenvolvimento e criação dos projetos editoriais do Estadão em todas as plataformas sociais em que o jornal está presente hoje, primeiro como editor-assistente e depois, a partir de 2013, como editor.

Em 2017, criou o #EstadãoDrops, o primeiro jornal diário produzido exclusivamente para o recurso 'Stories' do Instagram. Em setembro do mesmo ano, assumiu o cargo de Coordenador de Distribuição de Conteúdo na nova área de Estratégias Digitais do jornal, acumulando a nova função à coordenação das mídias sociais.

Quais são os pilares das mídias sociais?



Não durma no ponto: perdeu timing, perdeu engajamento.

Mídias sociais são termômetro para redação

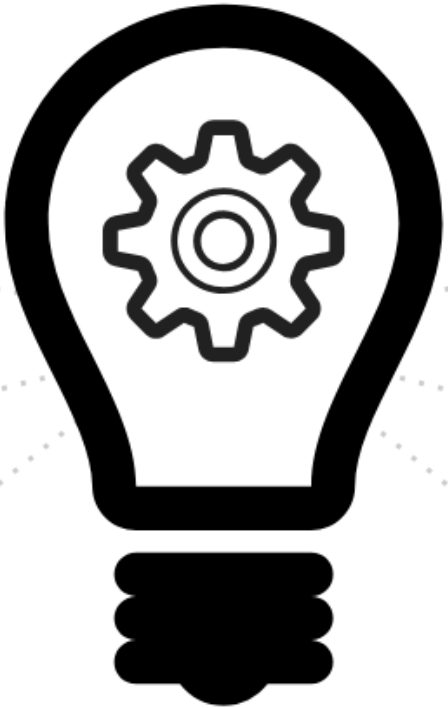


Além do ***boost*** imediato na audiência, as mídias sociais devem cumprir papel-chave de orientar a produção do noticiário, ao longo de todo o dia.

Este papel vai além da (importante) sugestão de pauta ou do "correr atrás" da concorrência.

As mídias sociais indicam tendências e temperatura.

Dicas para otimizar resultados | redes x audiência



Aproveitamento máximo
Análise da frequência de retorno à editoria, oferecendo o conteúdo a novos públicos

Agilidade sempre
É *breaking news*, tem que estar nas redes sociais

Trends
Acompanhamento dos principais assuntos pesquisados pelos internautas e disparo nas redes conforme análise

Melhores títulos
Edição de chamadas para que os conteúdos possam atrair audiência qualificada e melhor engajamento

Aderência
Análise de aderência do tema / público para a rede correta: Instagram, Facebook ou Twitter

Disparos programados
Cuidado com o exagero nas programações, evitando ao máximo as possibilidades de "dislike"

Acompanhamento do alcance
Monitoramento das ações, repetindo as que deram certo e criando novas oportunidades

Análise *real time* dos tráfegos
Acompanhamento em tempo real dos resultados obtidos ao longo do dia

Como obter engajamento orgânico hoje?



Forbes Billionaires Innovation Leadership Money Consumer Industry

Aug 13, 2018, 09:02am

Facebook Engagement Sharply Drops 50% Over Last 18 Months

Ryan Erskine Contributor ⓘ

Entrepreneurs

I write about digital branding and online reputation management.

"As páginas que postaram mais sofreram maior queda."

"Uma razão para o declínio impressionante é um aumento acentuado na competição no News Feed. A plataforma priorizou bastante as postagens de familiares e amigos em relação ao conteúdo público."

Como obter engajamento orgânico hoje?

AUTHOR

Andrew Hutchinson

@adhutchinson

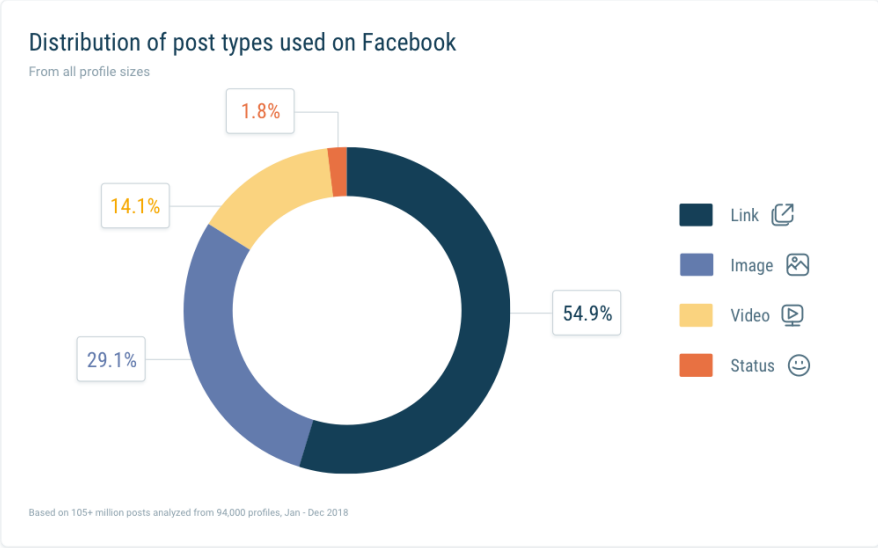
PUBLISHED

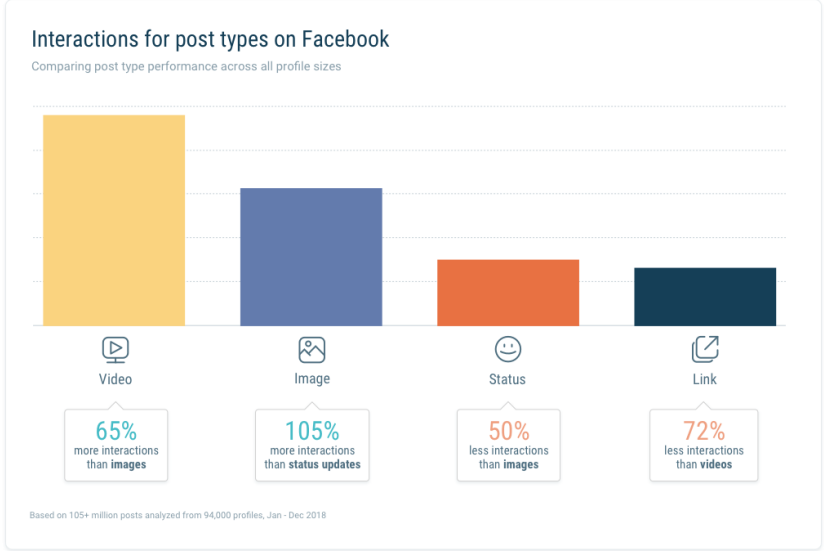
Feb. 14, 2019

SocialMediaToday Community Library

Social Media Updates Trending Social Marketing Digital Strategy

New Report Looks at the Latest Trends in Facebook Page Engagement





Como obter engajamento orgânico hoje?





Todos os caminhos levam ao vídeo – ao vivo ou ***on demand.***

Mas, para fazer sentido, é preciso ter estratégia para conversão/monetização.

Como obter engajamento orgânico hoje?



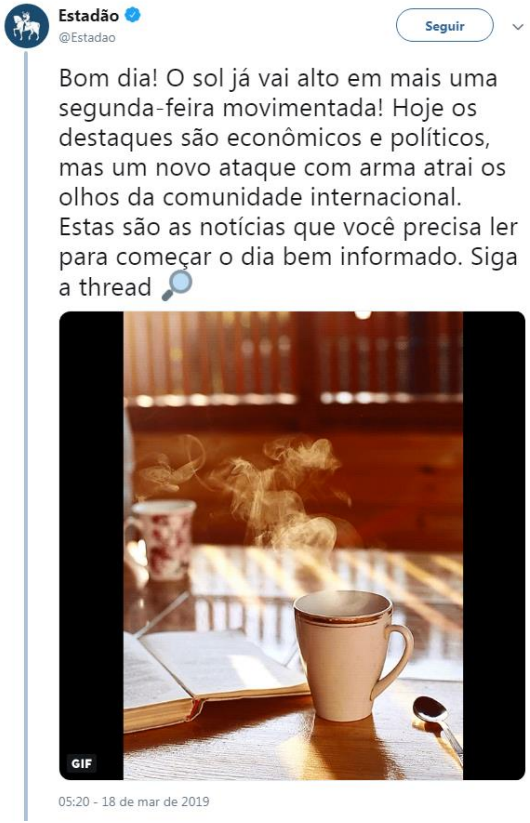
Na disputa pelo feed, temos de entregar a melhor foto, a melhor chamada, a melhor edição.
Nada substituiu o papel da boa edição jornalística.

Como obter engajamento orgânico hoje?



Cada rede é uma rede, com público e particulares diferentes.
O mesmo conteúdo não serve para todas – **e eu tenho que estar em todas?**

Novas narrativas | Threads @ Twitter

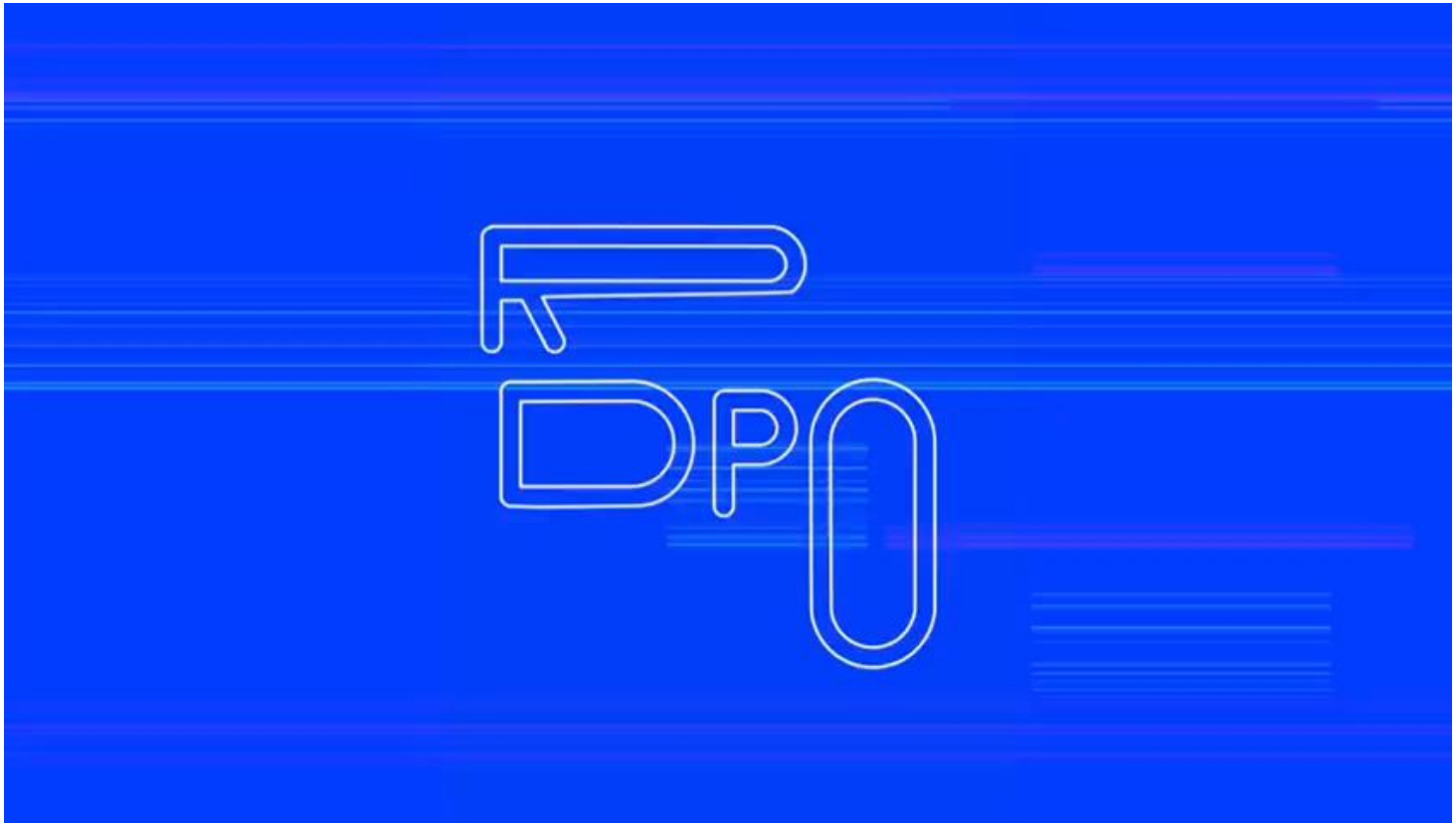






Thread é uma excelente opção para construir uma narrativa sequencial. No @Estadao, pela manhã, usamos como um **“esquenta” bem humorado** do dia, com destaques e muitos gifs.

Novas narrativas | Case #EstadãoDrops @ Instagram



Novas narrativas | Case #EstadãoDrops @ Instagram







<u>Cinco coisas que aprendemos:</u>

Não ter medo de testar narrativas, formatos e **conteúdos diferentes.**

O jornalismo deve ter cara, **deve ser pessoal**. Menos estúdio e mais vida real. **Mais bastidores.**

Interação é palavra de ordem: é preciso responder mensagens, comentários, críticas e elogios.

É preciso **surpreender**, fugir do que esperam da sua marca/veículo.

E essa fórmula deve mudar sempre.

