



FACEBOOK: Curta essa ideia!

Quem nunca deu uma olhadinha no Facebook entre um paciente e outro que atire a primeira pedra, ou melhor, dê a primeira curtida.

Segundo dados da Socialbakers, empresa de estatísticas sobre mídias sociais, o Brasil conta com 29,7 milhões de pessoas cadastradas na rede social de Mark Zuckerberg, isto é, quase um terço da população do país se encontra no Facebook. Isso coloca o Brasil em segundo lugar no ranking de perfis cadastrados e, muito provavelmente, desde que o dado foi divulgado até hoje o número de usuários já deve ter aumentando bastante.

O fato de ter tanta gente cadastrada e que acessa regularmente a página torna essa rede social uma poderosa ferramenta para encontrar seus clientes e fazer a divulgação de produtos e serviços. Para entender como funciona a divulgação pelo Facebook é necessário conhecer a diferença entre uma fan page e um perfil.

Quando um usuário se cadastra no Facebook, ele se registrará com uma conta de perfil. Essa conta o permite adicionar amigos e divulgar conteúdos na forma de imagens, vídeos ou textos. Porém, empresas se apresentam na rede na forma de fan pages, que são páginas administradas por um perfil e, para que o cliente receba o conteúdo das postagens em sua timeline (linha do tempo), é necessário curtir a página. Entretanto, o perfil que administra a página permanece oculto para quem curte, pois todas as postagens e comentários realizados dentro desse espaço são feitos em nome da fan page e não do perfil administrador.

O Facebook bloqueia perfis que tentam adicionar muitos amigos sem sucesso, por isso, a forma mais recomendada de fazer a divulgação do seu consultório ou clínica é com uma fan page. Outra vantagem desse tipo de página é poder monitorar o alcance de suas publicações, ou seja, quantas pessoas visualizaram e interagiram com o conteúdo postado, o que não é possível com um perfil.

Para ter um bom número de pessoas curtindo uma página é recomendado fazer postagens interessantes para o seu público-alvo. Segundo indicações do próprio Facebook, o ideal é alternar entre postagens de informações (conteúdos não promocionais) e postagens promocionais de divulgação. Afinal, ninguém vai querer curtir sua página se só tiver propaganda.

Dentro do próprio Facebook ainda é possível contratar o serviço de anúncios, que aparecem no canto direito da página. O investimento não é muito alto e pode ajudar a trazer mais curtidas para a sua página. Esse anúncio pode ser programado para um público-alvo específico, por exemplo, adultos, entre 18 e 30 anos, que moram em determinada região de São Paulo (ou outro Estado) e curtem determinadas coisas.

Vale lembrar que todo tipo de divulgação deve obedecer ao código de ética vigente, portanto, não é permitido colocar fotos de antes e depois, preços de tratamentos, formas de pagamento, fotos de pacientes sem a devida autorização, etc.

Paola Sampaio Gonzales | Formada em Odontologia pela FOU SP e Mestranda em Odontologia Social com ênfase em Marketing de Serviços



Acesse o site do laboratório, faça o download desta edição e outros informativos. É gratuito para todos os cirurgiões-dentistas. Boa leitura! Dúvidas, sugestões ou assessoria, contate-nos!