

MANUAL 9 PASSOS PARA CONSTRUIR MAIS AUTORIDADE USANDO O SEU FACEBOOK

Essencial para você que quer empreender, fazendo o que 99% das pessoas não fazem.



QUAL O OBJETIVO DESSE TUTORIAL?

Não é ensinar você a configurar o seu Facebook e sim orientá-lo em práticas que impulsionem sua imagem profissional.

Eu costumo dizer em meus treinamentos que normalmente achamos que temos apenas amigos próximos no Facebook, quando na verdade perdemos essa noção. Entre no seu Perfil e analise quantas conexões "amigos" você tem e destes, quem são realmente seus amigos (a média é 155 conexões e desses no máximo 10 são próximos). E as outras pessoas, quem são? Conhecidos? Desconhecidos?

Pense agora em qual imagem você está construindo no Facebook? Saiba que é possível controlar essa construção e o objetivo desse manual é auxiliar você nessa tarefa.

Lembre-se: 99% dos seus concorrentes estão deixando suas imagens serem construídas aleatoriamente nas redes sociais.

Você pode começar a se posicionar e controlar essa construção de forma rápida e constante a partir de agora.

Ah! Nesse artigo eu explico porque é tão importante trabalhar a construção da sua autoridade, recomendo enormemente a leitura! <https://otoalvarenga.com.br/autoridade-gatilho-fundamental-marketing-pessoal/>

SUMÁRIO

Passo 01. Defina um Objetivo	05
Passo 02. Defina um Nome Profissional	06
Passo 03. Foto e Capa do Perfil / Página	09
Passo 04. Informações Profissionais Completas	12
Passo 05. Análise das suas Publicações Atuais	13
Passo 06. Atenção ao que você Curte/Comenta	15
Passo 07. Publique ou compartilhe somente o que Eleva sua Posição, sua Autoridade	19
Passo 08. Não faça propaganda: gere valor para atrair.....	24
Passo 09. Progresso é melhor que perfeição	26
Bônus: Uma dúvida comum: A Diferença entre Perfil Pessoal e Página no Facebook	27

PARA PENSAR....: O MARKETING ESTÁ MUDANDO



Não adianta mais colocar um telão de 4 metros na frente das pessoas porque a atenção delas está no Digital.

Por isso você precisa se posicionar agora, vamos lá?

PASSO 01 DEFINA UM OBJETIVO

Responda as perguntas abaixo, não se preocupe em estar perfeito, você será orientado a revisá-las no decorrer da leitura:

Em prática:

1. Qual imagem você quer passar no Facebook?
2. Quem são suas referências e como estão os perfis dessas pessoas?
3. Quem é o top player no seu mercado e como essa pessoa se apresenta nas redes sociais?

Volte a esse tópico sempre que tiver um novo insight e faça novas anotações aqui. A ideia é amadurecer seus objetivos com mais especificidade no decorrer dessa leitura.

PASSO 02 DEFINA UM NOME PROFISSIONAL

Responda rápido (mentalmente): Qual o nome dessa pessoa da foto?



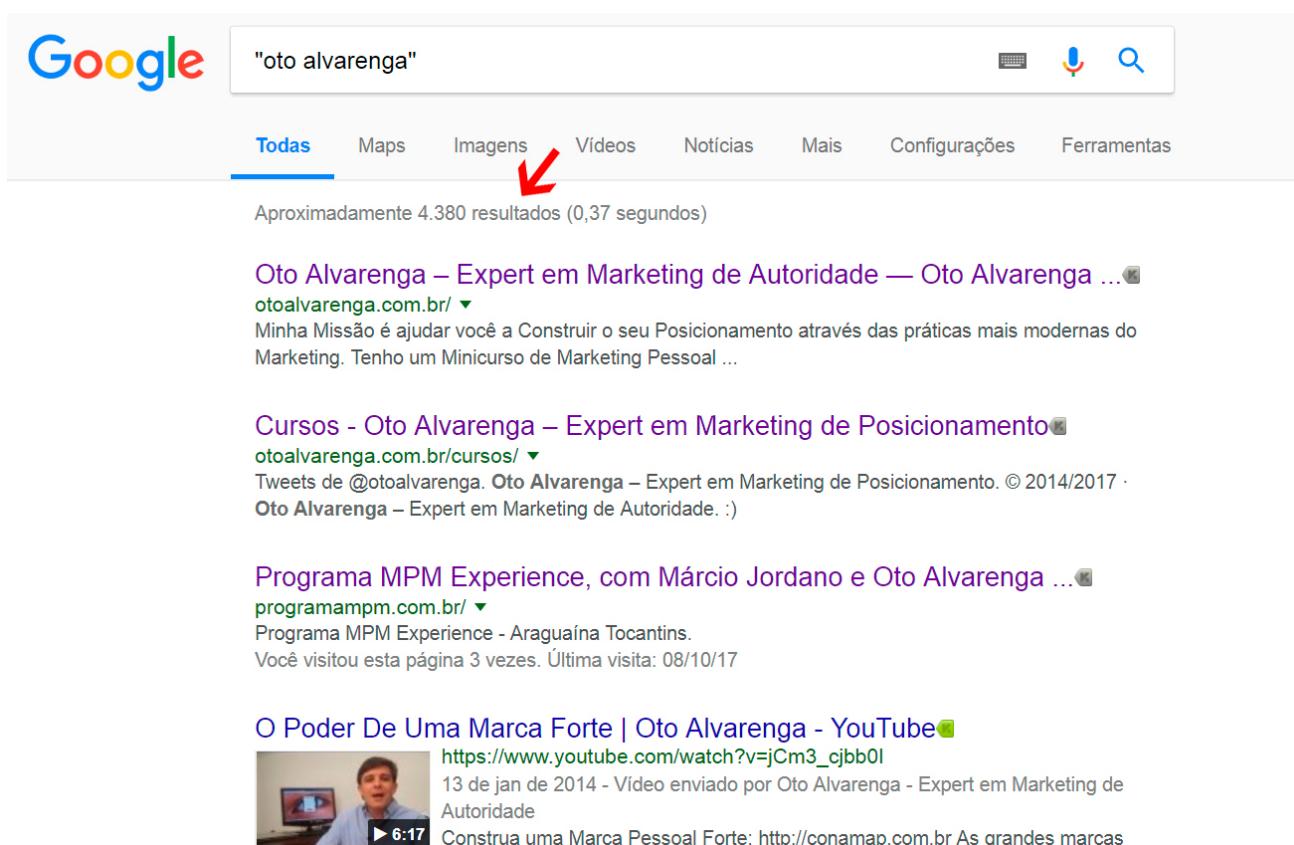
Se você pensou ou disse “Silvio Santos”, você errou! O nome dele é “Senor Abravanel” e seu nome profissional: Silvio Santos!

Possivelmente você não verá o nome “Senor Abravanel” estampado em nenhuma rede social do Silvio Santos, muito menos nas vinhetas de abertura do seu programa!

Silvio Santos foi o nome profissional (nesse caso um pseudônimo) escolhido para toda a sua carreira profissional.

Ah! Oto, você está me dizendo que eu preciso criar um pseudônimo para mim? Não necessariamente. Esse exemplo apenas ilustra que você precisa ter um nome profissional padronizado para que seja trabalhado em todas suas redes sociais, sites, blogs, apresentações etc.

Veja meu exemplo: Me chamo Oto Alvarenga Gomes, porém meu nome profissional é Oto Alvarenga. Em todas as minhas redes sociais, sites, apresentações eu sempre me apresento com esse nome.



Quantidade de resultados para o meu nome exato (entre aspas) no Google. A ideia é que todos os primeiros resultados com esse nome sejam referentes a mim (mesmo que existam outros nomes iguais, que fiquem nas últimas páginas).

Ah! Oto, mas meu nome é muito comum, como fazer nesse caso?

Mesmo que o seu nome seja comum, defina um nome (a combinação que você mais gostar e que for mais exclusiva) e trabalhe apenas esse nome. Facebook, LinkedIn, WhatsApp, cartão de visita, site, não importa: trabalhe apenas esse nome!

O que acontece normalmente é que as pessoas comuns tratam seus nomes de forma desorganizada, aleatoriamente. Isso não as ajuda criar uma identidade única e exclusiva, isso não as ajuda nos resultados orgânicos do Google, (como no meu caso, acima).

Verifique a disponibilidade de um domínio com o nome profissional que você definiu (.com.br, .com). Além de ser bem barato o registro (cerca de R\$ 40,00 por ano), você abre a possibilidade de implementar um site, potencializando ainda mais o seu nome na internet.

Defina um nome profissional agora mesmo e aplique em todos os seus materiais.

Em Prática: Qual o nome Profissional que você definiu?

Meu Nome Profissional:

PASSO 03 FOTO E CAPA DO PERFIL / PÁGINA

Um estudo realizado em 2006 na Universidade de Princeton (EUA) indicou que leva apenas um décimo de segundo para julgarmos uma pessoa com base em rostos.

link: <https://www.princeton.edu/news/2006/08/22/snap-judgments-decide-faces-character-psychologist-finds>

Portanto, causar uma boa impressão começa com a sua foto: ela foi feita de forma profissional ou escolhida de forma aleatória? Ela mostra bem o seu rosto?

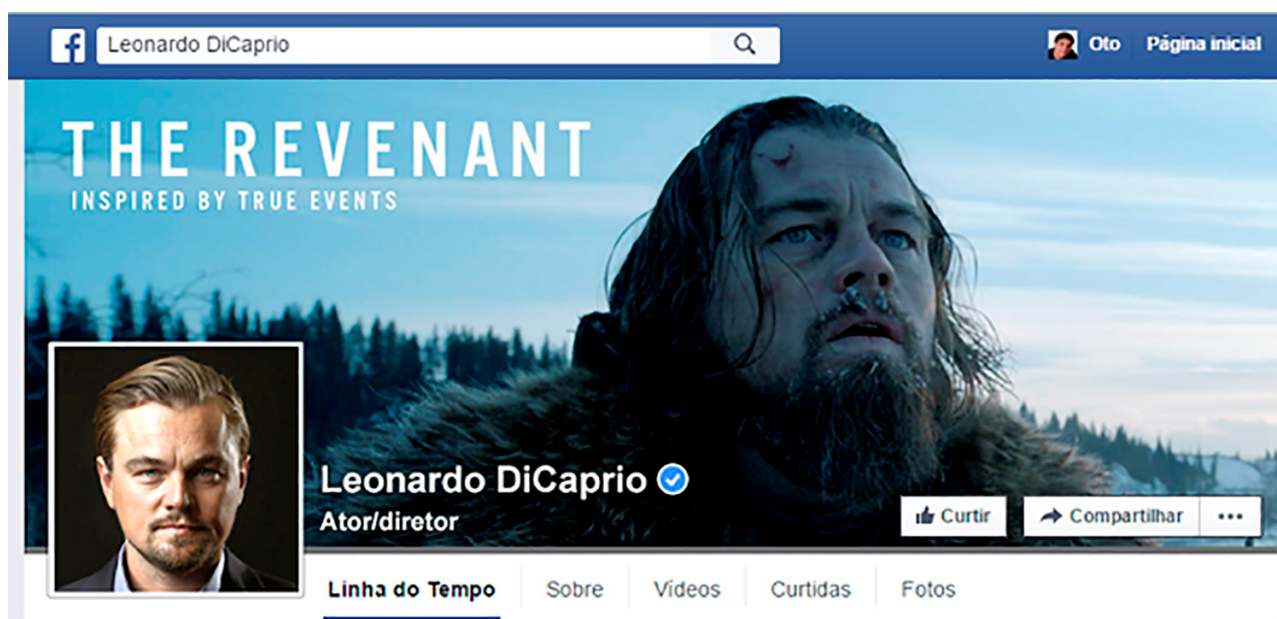
Coloque-se agora no lugar do seu possível cliente e olhe a foto do seu perfil: qual impressão ela causa? Você mandaria essa foto para representar a sua imagem na apresentação de um Congresso, por exemplo?

Com a capa do seu perfil/página é a mesma coisa. Imagine que você vai fazer um outdoor para divulgar o seu trabalho: você colocaria a imagem que está na sua capa do Facebook nesse outdoor? Ela representa a imagem profissional que você quer passar?

Exemplo ilustrativo:



Qual impressão você tem do Leo acima?



E agora, qual a impressão?

Eu tomei a liberdade de fazer uma montagem com o nosso amigo Leonardo Di Caprio. Observe atentamente as duas imagens acima e perceba como elas passam impressões completamente distintas sobre a mesma pessoa.

A minha pergunta para você é: qual a impressão que a sua foto e capa de perfil está passando?

Responda mentalmente: dá para melhorar? Muito?! Vai esperar até que dia? =]

Em Prática: Vou fazer minha nova foto do Facebook até dia:

Vou aumentar minha autoridade, melhorando minha capa de perfil até dia:

PASSO 04 INFORMAÇÕES

PROFISSIONAIS COMPLETAS

Esta é uma parte esquecida pela maioria dos profissionais, principalmente em seus perfis pessoais. Fiz uma busca aleatória na base dos meus amigos do Facebook e analisei 100 perfis: destes somente 16 tinham uma apresentação completa.

É extremamente importante preencher o seu Perfil/Página com as informações mais importantes da sua formação, experiências, premiações, recomendações. Essas informações precisam ser revistas de tempos em tempos para que se mantenham coesas e atuais.

É importante ressaltar ainda que se você mantém outras redes sociais, como LinkedIn ou mesmo um site, todas essas informações precisam estar padronizadas, contribuindo assim para a formação da sua identidade online.

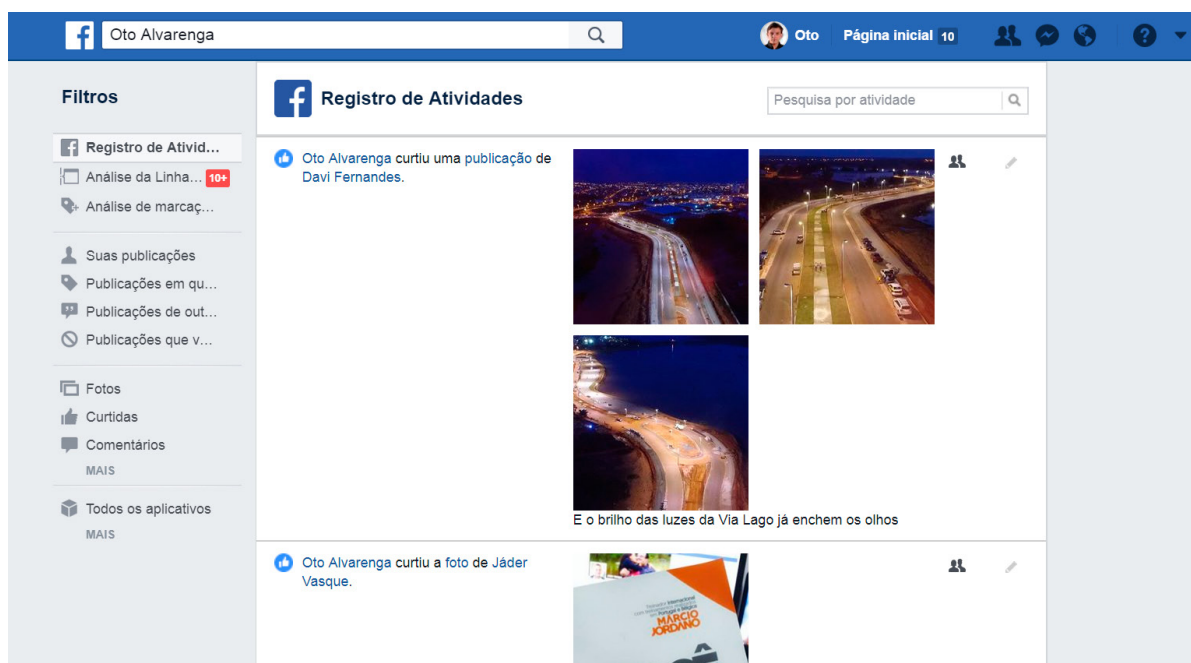
Em prática: Revisar e completar minhas informações Profissionais até dia:

PASSO 05 ANÁLISE DAS SUAS PUBLICAÇÕES ATUAIS

Passo fundamental para quem quer gerar mais autoridade para o seu Perfil no Facebook: analise todas as suas publicações e exclua (ou deixe privado) tudo o que não estiver alinhado com o seu objetivo (definido no Passo 1), ou seja, tudo que você julgar não estar congruente com a imagem pública que você quer construir.

Essa foi a primeira atitude que tomei quando resolvi trabalhar com mais profissionalismo minha imagem no Facebook e a melhor maneira de executar essa tarefa é através do Registro de Atividades!





Como começar?

Acesse o Facebook por um PC, vá no seu perfil, no lado direito da capa clique em “Ver registros de atividades”. Lá você pode ver todos os registros, as fotos mais curtidas, tudo o que comentou, as publicações em que foi marcado.

Você pode também pesquisar por algum termo em específico na aba “pesquisa por atividade” e ainda navegar através dos anos.

Em prática: Análise das minhas publicações atuais concluídas até dia:

OBS: Caso você tenha tido novos “insights” para a definição do seu objetivo (Passo 01), volte lá e anote-os. Quanto mais objetivo e específico você for, melhor!

PASSO 06 ATENÇÃO AO QUE VOCÊ CURTE/COMENTA

Cuidado com o envolvimento em posts que não agregam valor a você

Curtidas:

Talvez você não saiba, mas suas curtidas deixam rastros, ficam visíveis aos seus amigos e seguidores. Por esse motivo, se você quer ter mais autoridade e controle sobre sua imagem, evite curtir conteúdos que não estejam alinhados com seus objetivos.

Aquela piada engraçada que você leu, um meme descontraído, um comentário polêmico que você concorda: todas essas ações ficam registradas e podem construir uma imagem diferente daquela que você gostaria, construindo conceitos negativos na mente de quem te acompanha.

Evite as “curtidas por impulso”. Uma maneira simples de evitar as curtidas por impulso é, por exemplo, se estiver navegando na rede utilizando seu celular, utilize sua mão menos habilidosa, ou seja, se for destro usa a mão esquerda e vice-versa.

Essa simples atitude reduzirá bastante as curtidas por impulso porque a falta de habilidade nessa mão exigirá um tempo maior para pensar sobre essa decisão. =]

EXTRA FOTO VÍDEO Extra Digital Promoções Acervo Classificados O Globo Princípios Editoriais

CAPA NOTÍCIAS POLÍCIA EMPREGO FAMOSOS MULHER TV E LAZER **ESPORTE** EXTRASHOP

Esporte

23/10/17 12:25 23/10/17 13:03 Curtir 42 Tweetar G+

Em vídeo, Sassá diz que curtida em foto de rival foi 'sem querer'



29 comentários

Comentários Encerrados

Os comentários são de responsabilidade exclusiva de seus autores e não representam a opinião deste site. Se achar algo que viole os [termos de uso](#), denuncie. Leia as [perguntas mais frequentes](#) para saber o que é impróprio ou ilegal.

Atitude menos pior a ser feita depois da bobeira que deu. Mas como já disseram alguns, se fosse eu curtindo uma gostosa, minha esposa não ia cair nessa não.

Flavio Franco, há 27 dias [DENUNCIAR](#)

12 0

Sinceramente, não vi nada de anormal. As frangas foram ao delírio. Zoação é o mais

Fonte: <https://extra.globo.com/esporte/em-video-sassa-diz-que-curtida-em-foto-de-rival-foi-sem-querer-21980777.html>



Mais informação para seguir adiante



FATO GRAVE

TRT-15 considera válida demissão por justa causa por 'curtida' no Facebook

29 de junho de 2015, 21h55

[Imprimir](#) [Enviar](#) [f0](#) [80](#) [117](#)

O ato de curtir no Facebook comentários feitos por outra pessoa considerados ofensivos à empresa em que trabalha e a um dos sócios é motivo para demissão por justa causa. De acordo com o Tribunal Regional do Trabalho da 15ª Região (Campinas), a prática caracteriza ato lesivo a honra e boa fama contra o empregador, o que configura a justa causa conforme a letra "k" do artigo 482 da Consolidação das Leis do Trabalho (CLT).

"O fato é grave, posto que se sabe o alcance das redes sociais, isso sem contar que o recorrente confirma que outros funcionários da empresa também

NO MUNDO
SÃO FEITAS 6 MIL
POSTAGENS POR
SEGUNDO. COMO
SABER O QUE É
INFORMAÇÃO
CONFIÁVEL?

A RESPOSTA É THOMSON REUTERS

CLIQUE E DESCUBRA

**Paoletti
Naves
& Maluf**
SOCIEDADE
DE ADVOGADOS
www.paolettiadvogados.com.br

Fonte: <https://www.conjur.com.br/2015-jun-29/trt-15-considera-valida-justa-causa-curtida-facebook>

O GLOBO



MUNDO

COMPARTILHAR

BUSCAR

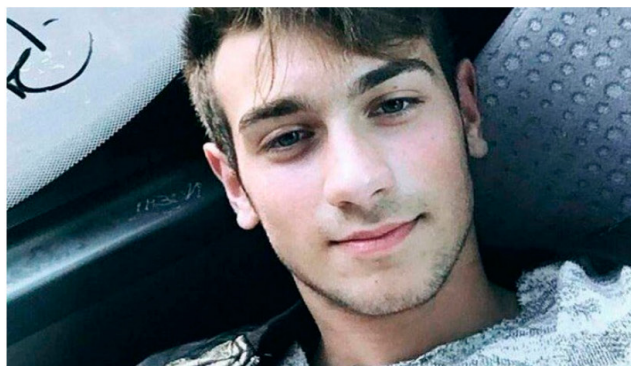
ASSINE JÁ

80% OFF

Itália: Filho de mafioso mata melhor amigo por curtida no Facebook

Adolescente de 15 anos achava que vítima estava interessada em sua namorada

POR O GLOBO / AGÊNCIAS INTERNACIONAIS
01/06/2017 13:26 / atualizado 06/06/2017 11:18



Fonte: <https://oglobo.globo.com/mundo/italia-filho-de-mafioso-mata-melhor-amigo-por-curtida-no-facebook-1-21422617>

Comentários

Cuidado redobrado com os seus comentários, eles são ainda mais impactantes e causam impressão imediata. Lembre-se que seus comentários ficaram registrados e poderão ser lidos por qualquer pessoa.

Mais uma vez é importante que você fique atento a comentários em publicações polêmicas e/ou que não estejam alinhadas ao seu objetivo.

Veja alguns exemplos abaixo: Qual a impressão que esses comentários geram em você?



PASSO 07 **PUBLIQUE OU COMPARTILHE SOMENTE O QUE ELEVA SUA POSIÇÃO, SUA AUTORIDADE**

Esse ponto vai diferenciar o seu Perfil ou página de 99% dos seus concorrentes. É extremamente importante atentar-se ao que você publica e/ou compartilha em suas redes sociais (aqui, em especial no Facebook).

O que você pode (e deve) publicar – pense sempre da perspectiva da sua especialidade:

1. Conteúdos que resolvam problemas do seu público na sua área de atuação;
2. Matar uma objeção do seu público;
3. Explicar um produto, serviço;
4. Leu um livro interessante? Ele pode contribuir com o seu público? Publique!

Gere prova social e aumente sua autoridade

5. Publique depoimentos (em vídeo ou escritos) de pessoas que aprovam seu produto/serviço;
6. Publique fotos/vídeos com pessoas renomadas na sua área
7. Publique fotos/vídeos em congressos
8. Escreve para algum jornal ou revista? Publique!
9. Fez alguma palestra ou apresentação? Publique!
10. Publique fotos / vídeos quando estiver viajando

Aqui uma ressalva: se a viagem é a trabalho ou lazer, a palavra de ordem é “bom senso”. Evite os excessos.

Uma tática que eu uso (e recomendo) para publicar fotos/vídeos quando estou viajando é gerar um conteúdo relevante que tenha uma ligação com aquele lugar que estou e gravar um vídeo (ou escrever um texto) de lá.

Por exemplo, quando estive em Cartagena de Índias, na Colômbia gravei um vídeo falando de um astro do futebol de lá (Valderrama), e como ele se destacava em campo com sua vasta cabeleira loira. (Você pode assistir esse vídeo aqui: <http://otoalvarenga.com.br/o-caso-valderrama/>)

Um outro exemplo foi o vídeo “Desistir não é uma opção”, que gravei de Bariloche. Você pode assisti-lo aqui: <https://www.facebook.com/alvarengaoto/videos/vb.100001371096973/1406997216022635/?type=3&theater>

Eu também posto fotos pessoais, porém seguindo o bom senso. Sem exageros e em quantidades mínimas!

11. Viu um conteúdo interessante na sua área e ele pode ajudar o seu público? Compartilhe!

Se o conteúdo não é da sua área, mas pode ajudar o seu público, você pode compartilhar também.

Lembre-se apenas de focar em conteúdos na sua área, isso gera mais posicionamento e identidade.

Alguns cuidados importantes:

12. Cuidado com erros de português: revise sempre sua escrita, se possível peça para uma outra pessoa ler antes de publicar!

13. Não seja passivo: interaja com as pessoas!

Quando você publica um conteúdo relevante é natural que as pessoas comentem e até compartilhem esse material. Nesses casos é importante que você interaja, curtindo o comentário e até respondendo. Se você receber uma mensagem direta (Messenger do Facebook) verifique-a também e se for relevante, responda-a adequadamente.

14. Cuidado com conteúdos polêmicos.

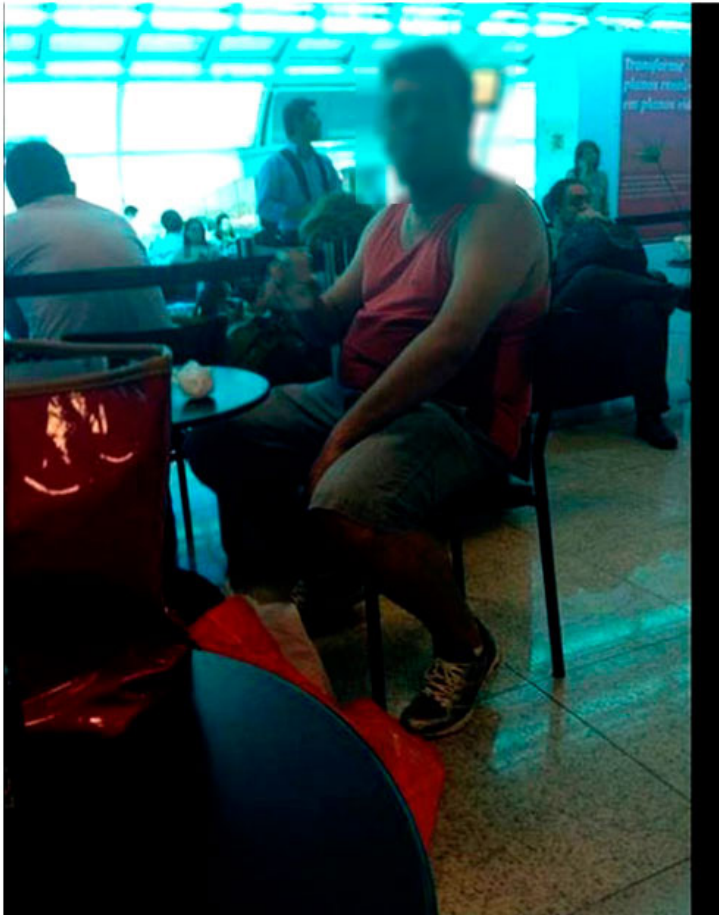
Pense muito bem antes de publicar algo que pode gerar alguma polêmica. Às vezes, algo considerado inocente pode ser visto de forma negativa.

Muitas pessoas pecam nessa situação, escrevendo algo de duplo sentido ou até mesmo acreditando que expor um assunto polêmico vai gerar visibilidade. O post pode até viralizar, mas não de uma maneira positiva para sua imagem.

Assuntos políticos, por exemplo, são um prato cheio para gerar comentários indesejáveis.

3 Exemplos do que não publicar nas Redes Sociais (em especial no Facebook):

1. O Caso Rosa Marina Meyer



Veja o caso na íntegra aqui e toda a repercussão negativa:

<https://oglobo.globo.com/sociedade/educacao/professora-que-ironizou-passageiro-afastada-de-cargo-na-puc-rio-11627273>

2. O Caso Getterson, jogador do J. Malucelli (PR) demitido por uma publicação no Twitter



Entenda o caso e toda a repercussão aqui:

<http://esportes.estadao.com.br/noticias/futebol,apos-cinco-horas-sao-paulo-cancela-contratacao-de-getteron,10000058766>

Observe a data da matéria no Estadão, junho de 2016 e a data da publicação do jogador -novembro de 2012. Perceba que mesmo depois de muitos anos da postagem, ela foi decisiva para o cancelamento do contrato como jogador.

3. O Caso do professor Fabião



Entenda o caso e toda a repercussão aqui:

<https://g1.globo.com/sp/santos-regiao/noticia/politico-que-gerou-revolta-ao-postar-foto-indiscreta-de-mulher-no-rock-in-rio-pede-afastamento-do-cargo.ghtml>

PASSO 08 NÃO FAÇA PROPAGANDA: GERE VALOR PARA ATRAIR

A maioria dos profissionais que eu conheço tentam vender o seu produto/serviço mais ou menos assim:

"Oi tudo bem? Esse é meu produto/serviço.

Ele é muito bom, quer comprar?"

Isso é propaganda!

Alguns Exemplos:



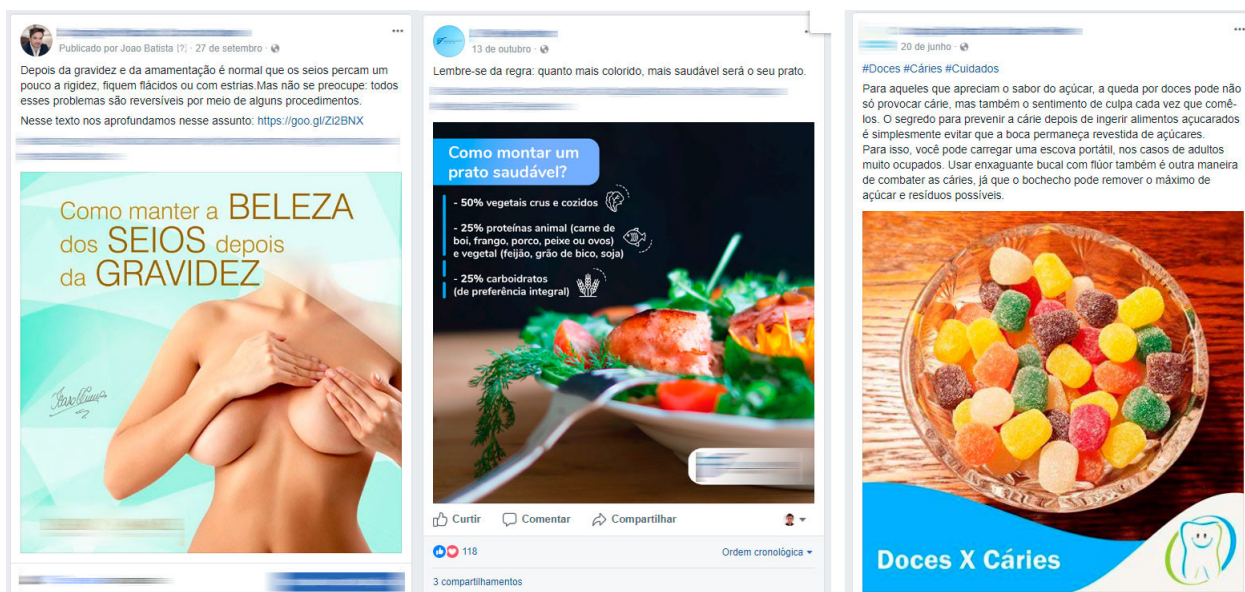
Eu concordo que a propaganda é importante porque ela divulga o seu serviço/produto, porém você precisa entender que somos bombardeados por propagandas o dia inteiro!!

Pare e pense: quantas propagandas você viu hoje? (outdoor, panfletos de rua, comercial na TV, na linha do tempo do seu Facebook, navegando pela internet, na sua caixa de e-mail etc)

Saiba que você pode fazer diferente da maioria usando uma maneira simples e bastante eficiente: gerando valor para atrair.

O que você pode entregar para o seu público através das redes sociais que gere valor para ele, que desperte nele a curiosidade de “saber mais” sobre você ou seu produto/serviço?

Veja abaixo alguns exemplos práticos:



PASSO 09

PROGRESSO É MELHOR QUE PERFEIÇÃO

Uma frase importante que aprendi há alguns anos foi essa: “não compare seus bastidores com o palco de alguém”, ou seja, ver os resultados dos outros e comparar com o seu empenho, dificuldades, problemas e resultados pode ser desmotivador.

Sempre, absolutamente **SEMPRE** haverá alguém maior que você, então nunca fique se comparando com o outro, compare-se apenas com você mesmo.

Não busque a perfeição e sim pequenos progressos. Lembre-se de comemorar cada pequena vitória alcançada. No caso do seu perfil ou página no Facebook, defina uma data para, por exemplo, fazer sua foto profissional.

Quando substituí-la, comemore essa pequena vitória se presenteando (compre aquele livro que você estava namorando há algum tempo, saia pra jantar com alguém que você gosta).

Repita esse processo para os demais progressos.

Essa simples ação poderá desenvolver em você hábitos vencedores!

BÔNUS UMA DÚVIDA COMUM: A DIFERENÇA ENTRE PERFIL PESSOAL E PÁGINA NO FACEBOOK

O Facebook é basicamente dividido em duas partes:

Perfil Pessoal: voltado ao uso **pessoal (e não comercial)**, é nele que você adiciona amigos (limitados a 5000). É importante ressaltar que num perfil pessoal não é possível fazer propagandas pagas.

É importante ressaltar também que é proibido (pelas políticas do Facebook) “manter uma conta pessoal para qualquer coisa que não seja uma pessoa”.

Página: ao contrário do perfil pessoal, uma Página é voltada para o uso **profissional/negócios**. Aqui não existe mais a figura do amigo (que se pode adicionar como num perfil pessoal) e sim a figura do Fã/Seguidor. Pode-se ter uma quantidade ilimitada de fãs numa página e somente neles pode-se fazer propagandas pagas.

DIFERENÇAS ENTRE PERFIL PESSOAL E PÁGINA NO FACEBOOK	
PERFIL PESSOAL NO FACEBOOK	PÁGINA NO FACEBOOK
Uso pessoal	Uso profissional
Os usuários adicionam como amigo	Os usuários curtem/seguem
Quantidade de amigos é limitada	Quantidade de curtidas na página é ilimitada
É administrado por um único usuário	Pode ser administrado por múltiplos usuários
Possui um nível único de administração	Possui diferentes níveis de administração
Opções de personalização básica (avatar e capa)	Opções de personalização avançada (avatar, capa, CTA's e plugins)
	A página possui abas especiais
	Você confere estatísticas no Facebook Insights
	Pode fazer anúncios na plataforma do Facebook Ads

Minha recomendação:

Se você quer se destacar, gerar mais autoridade e posicionamento para o seu nome, precisa estar inserido nesses dois mundos: ter um perfil pessoal e uma página.

Mantenha ambos de forma alinhada e profissional, seguindo as orientações anteriores, porém no perfil pessoal seja mais intimista: mostre alguns gostos pessoais, algo legal que você tem o hábito de fazer em casa, com sua família – use o bom senso e nunca publique nada de forma impensada, desalinhada a seus objetivos, movido apenas pela emoção do momento.

Em sua Página seja totalmente profissional (sempre seguindo as orientações já citadas).

Se você tem um negócio e quer destacar tanto seu nome quanto o seu negócio, tenha duas páginas: uma com o seu nome e outra com o nome do seu negócio.

Trabalhe publicações distintas para cada uma delas, mas leve sempre em consideração o seguinte:

1. Pessoas tendem a se relacionar, seguir pessoas, não empresas
2. Ninguém vai no Facebook buscar uma empresa (vão mais comumente no Google)!

Siga o manual e adicione a sua personalidade, a essência do seu negócio, seja quem você é, entregue conteúdo de valor e o mais importante:

**“Concentre-se no usuário
e tudo mais virá”**

Muito obrigado pela leitura.

Espero que contribua para o seu desenvolvimento!
Muito sucesso em sua vida, um forte abraço!!

Oto Alvarenga

Outros conteúdos: <https://otoalvarenga.com.br>