

Redes Sociais

O link certo para
sua comunicação
funcionar

© 2026. Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas do Roraima – SEBRAE/RR

TODOS OS DIREITOS RESERVADOS

A reprodução não autorizada desta publicação, no todo ou em parte, constitui violação dos direitos autorais (Lei nº 9.610).

INFORMAÇÕES E CONTATO

SEBRAE Roraima

R. Gov. Aquilino Mota Duarte, 1771 - São Francisco,
Boa Vista - RR, 69305-095

Internet: www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/rr?codUf=9

PRESIDENTE DO CONSELHO DELIBERATIVO - CDE

Silvio Silvestre de Carvalho

DIRETOR SUPERINTENDENTE

Emerson Carlos Baú

DIRETOR TÉCNICO

Francisco Doan Rabelo Nascimento

DIRETOR DE ADMINISTRAÇÃO E FINANÇAS

Almir Morais Sá

GERENTE DA UNIDADE DE SOLUÇÕES E RELACIONAMENTO (USR)

Noelea da Silva Sousa

RESPONSÁVEIS PELO MATERIAL

Julianne Soares Cravo

Nuberlânia Ribeiro Batista

EDIÇÃO E PRODUÇÃO

Contaccta Comunicação

ENTIDADES DO CONSELHO DELIBERATIVO ESTADUAL DE RORAIMA

Federação da Agricultura e Pecuária do Estado
de Roraima – FAERR

Federação das Associações Comerciais e Industriais
de Roraima - FACIR

Federação das Indústrias do Estado de Roraima – FIER

Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo
do Estado de Roraima – FECOMÉRCIO

Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial – SENAC

Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial – SENAI

Serviço Nacional de Aprendizagem Rural – SENAR

Instituto Euvaldo Lodi - IEL

Banco da Amazônia S.A. – BASA

Banco do Brasil (BB)

Caixa Econômica Federal – CAIXA

Agência de Fomento do Estado de Roraima –
Desenvolve/RR

Secretaria de Planejamento e Orçamento
do Estado de Roraima – SEPLAN

Serviço Brasileiro de Apoio às Micro
e Pequenas Empresas

Universidade Federal de Roraima – UFRR

05

INTRODUÇÃO

06

REDES SOCIAIS COMO
FERRAMENTA DE VENDA PARA
O PEQUENO NEGÓCIO

08

ENTENDA COM QUEM VOCÊ
ESTÁ FALANDO E ESCOLHA
OS CANAIS CERTOS

11

COMO POSTAR DO JEITO CERTO
E CRIAR UMA ROTINA SIMPLES
DE CONTEÚDO

14

COMO FAZER O PLANEJAMENTO
DE POSTAGENS?

16

COMO VENDER PELAS REDES
SOCIAIS E TRANSFORMAR
SEGUIDORES EM CLIENTES

19

COMO ADAPTAR SUA
COMUNICAÇÃO À REALIDADE
DE RORAIMA

21

CONCLUSÃO



Introdução

Olá, empreendedor!

Estar nas redes sociais deixou de ser apenas uma opção. Hoje, é uma necessidade para quem quer vender mais, fortalecer a marca e manter contato com os clientes. No Brasil, o ambiente digital já faz parte da rotina de consumo e Roraima se destaca pelo forte uso do celular para acesso à internet, realidade que ajuda a explicar por que canais como **Instagram** e **WhatsApp** são tão importantes para os pequenos negócios locais. Ao mesmo tempo, muitos empreendedores ainda lidam com desafios como instabilidade de conexão em algumas áreas, rotina corrida e dificuldade para transformar curtidas e mensagens em vendas reais.

É justamente nesse ponto que este e-book quer ajudar. Mais do que explicar conceitos, a proposta aqui é mostrar caminhos práticos para o empreendedor usar as redes sociais no dia a dia do negócio. Você vai entender como postar de forma mais estratégica, como organizar uma rotina simples de conteúdo, como usar o WhatsApp para vender e como transformar seguidores em clientes.

Porque, no fim das contas, não basta apenas estar nas redes sociais. É preciso saber usar esse espaço para atrair, se relacionar e vender.



Redes sociais como ferramenta de venda para o pequeno negócio

As redes sociais ajudam sua empresa a ser encontrada, lembrada e escolhida.

Para o pequeno negócio, elas funcionam como uma vitrine aberta todos os dias. Mesmo quem ainda não tem site, equipe de marketing ou loja física pode começar usando o celular e uma rotina simples de publicação.

POR QUE ELAS SÃO IMPORTANTES?

- ✦ **Mais visibilidade:** Seu negócio pode ser visto por pessoas do seu bairro, da sua cidade e até de outros municípios.
- ✦ **Mais oportunidades de venda:** Quem vê seu conteúdo pode chamar no direct, pedir orçamento no WhatsApp, indicar seu perfil e comprar.
- ✦ **Mais conhecimento sobre o público:** Você passa a entender melhor o que o cliente procura, pergunta e valoriza.

- ✦ **Mais relacionamento:** As redes aproximam a empresa do cliente e ajudam a construir confiança.
- ✦ **Mais presença no dia a dia do cliente:** Quem não é visto, é esquecido. E nas redes sociais, constância faz diferença.

Mas é importante lembrar: só postar não basta.
É preciso postar com objetivo.





Entenda com quem você está falando e escolha os canais certos

Antes de pensar no que postar, você precisa saber para quem está falando. Muitos pequenos negócios erram porque tentam se comunicar com todo mundo. O resultado é uma mensagem genérica, que não chama atenção de ninguém. Por isso, é fundamental saber identificar seu público-alvo e persona. Confira a seguir:

PÚBLICO-ALVO

É um grupo específico de consumidores ou organizações que possuem perfis semelhantes. Ele é mais amplo e baseado em dados demográficos.

Exemplo

Mulheres de 25 a 45 anos, moradoras de Boa Vista, que gostam de produtos artesanais e buscam presentes regionais.

PERSONA

É uma descrição detalhada de um cliente ideal. A Persona vai além da demografia, baseando-se em comportamentos, motivações, objetivos, desafios e preocupações. É como criar um personagem fictício. É uma representação mais detalhada do seu cliente ideal.

Exemplo

Juliana, 32 anos, mora em Boa Vista, trabalha o dia inteiro, usa muito Instagram e WhatsApp, quer praticidade e prefere comprar com rapidez.

Saber sobre a vida dos seus clientes ajuda a compreender o que eles desejam. Assim sendo, sempre faça as seguintes perguntas:

- O que ele procura?
- Que problema ele quer resolver?
- O que faz ele escolher uma empresa e não outra?
- Ele gosta de atendimento rápido?
- Ele quer preço, praticidade, qualidade ou confiança?
- Ele usa mais Instagram ou mais WhatsApp?

ONDE VALE A PENA ESTAR?

É essencial identificar em qual rede social seu público está presente. Saber onde seus clientes preferem interagir ajuda você a poupar tempo e a compartilhar conteúdo de forma mais assertiva. Você não precisa estar em todas as redes. Precisa estar nas certas. Confira quais delas se encaixa com o seu negócio:

REDE SOCIAL	IDEAL PARA
Facebook	✦ Ideal para criar uma fanpage, pode ser usada para publicidade indireta ou anúncios pagos.

Instagram	✦ mostrar produtos e serviços; ✦ fortalecer sua marca; ✦ divulgar promoções; ✦ atrair novos clientes; ✦ mostrar bastidores e provas sociais.
WhatsApp Business	✦ responder rápido; ✦ mandar catálogo; ✦ passar preço; ✦ tirar dúvidas; ✦ fechar vendas.
TikTok	✦ Possui características semelhantes ao Instagram, além de ser uma poderosa ferramenta de vendas por meio do TikTok Shop, que é a loja oficial dentro do app.

Regra prática

Para a maioria dos pequenos negócios,
o melhor caminho é:
Instagram para **atrair**
WhatsApp para **vender**



Como postar do jeito certo e criar uma rotina simples de conteúdo

Muita gente sabe que precisa postar, mas trava porque não sabe como fazer na prática. Então aqui vão algumas dicas. Confira:

COMO POSTAR NO INSTAGRAM: PASSO A PASSO

1. Tire uma foto clara

Use o celular em local bem iluminado. Evite foto escura, tremida ou com fundo bagunçado.

2. Mostre exatamente o que está sendo vendido

A pessoa precisa entender rapidamente o que você oferece.

Exemplos:

- paçoca de carne de sol;
- serviço de climatização;
- passeio turístico para o Tepequém.

3. Escreva uma legenda simples	Use esta estrutura: o que é + benefício + preço ou condição + como comprar Exemplo: “Paçoca de carne de sol que só Roraima tem! Leve o gostinho da tradição para sua mesa a partir de R\$ 10. Faça seu pedido pelo WhatsApp.”
4. Adicione localização	Isso ajuda pessoas da sua região a encontrarem seu negócio. Exemplo: Boa Vista – RR Bonfim – RR Rorainópolis – RR
5. Use de 3 a 5 hashtags	Exemplos: #BoaVistaRR; #paçoca; #tradição; #culináriaregional; #cultura
6. Publique e responda	Depois de postar, acompanhe comentários e mensagens. Responder o seu cliente é fundamental para manter o engajamento orgânico do seus canais.

O QUE POSTAR?

Seu perfil não deve parecer só uma tabela de preços. Ele precisa gerar interesse, confiança e vontade de comprar. Você pode organizar seus conteúdos em três tipos:

1. Conteúdo de produto ou serviço	Mostra o que você vende. Exemplos: • foto do produto; • vídeo mostrando detalhes; • antes e depois; • pacote promocional; • cardápio; • resultado do serviço.
2. Conteúdo útil Ajuda o cliente e mostra autoridade.	Exemplos: • como conservar farinha por mais tempo; • de quanto em quanto tempo limpar o ar-condicionado; • o que levar para um passeio no Tepequém; • como escolher uma lembrança regional.
3. Conteúdo de confiança Mostra que outras pessoas já compraram e aprovaram.	Exemplos: • depoimento de cliente; • print de mensagem; • foto de entrega; • vídeo curto com feedback; • bastidores da produção.



Como fazer o planejamento de postagens?

Você não precisa postar todos os dias para começar bem. Uma rotina simples e consistente já pode trazer resultado, principalmente quando cada publicação tem uma função dentro do funil de vendas.

Na prática, o funil de vendas mostra o caminho que o cliente faz até a compra. Primeiro, ele precisa descobrir que o seu negócio existe. Depois, precisa ganhar confiança no que você oferece. Só então estará mais preparado para comprar.

É por isso que vale alternar os tipos de conteúdo ao longo da semana. Assim, você não fica repetindo apenas ofertas e consegue conduzir o cliente de forma mais natural até a decisão de compra.

UMA ROTINA SIMPLES JÁ FUNCIONA:

Segunda: produto ou serviço

Esse tipo de postagem ajuda a atrair atenção. É o momento de mostrar o que você vende, despertar interesse e fazer com que mais pessoas conheçam seu negócio.

Quarta: dica ou conteúdo útil

Aqui, o objetivo é gerar confiança e relacionamento. Quando você ensina algo, esclarece uma dúvida ou traz uma informação útil, mostra que entende do assunto e passa mais segurança para o cliente.

Sexta: oferta, promoção ou chamada para compra

Depois de atrair e gerar confiança, chega o momento de estimular a decisão. Esse conteúdo é mais direto e convida o cliente a agir, seja pedindo no WhatsApp, solicitando orçamento ou aproveitando uma promoção.

Assim, mesmo com apenas três postagens por semana, você consegue trabalhar etapas importantes da venda: chamar atenção, criar conexão e incentivar a compra.

Modelo simples de calendário editorial

Use uma tabela com quatro colunas:

DIA	O QUE POSTAR	FORMATO	OBJETIVO
-----	--------------	---------	----------

Exemplo:

Segunda	Produto mais vendido	Feed	Atrair interesse
Quarta	Dica prática	Story ou Reels	Gerar confiança
Sexta	Promoção da semana	Feed e Story	Vender



Como vender pelas redes sociais e transformar seguidores em clientes

Agora que você já entendeu como utilizar o funil de vendas de forma estratégica nas redes sociais, saiba como conduzir a compra do seu produto ou serviço e transformar o seu seguidor em cliente. Para isso, siga as seguintes etapas:

1. **Atraia** - A pessoa vê seu conteúdo.
2. **Converse** - Ela chama você no direct ou no WhatsApp.
3. **Feche negócio** - Você responde bem, tira dúvidas e conduz para a compra.

Nem todo seguidor vai se tornar cliente, mas toda venda depende de um estímulo claro para acontecer. Muitas vezes, a pessoa até se interessa pelo conteúdo, gosta do produto ou serviço e acompanha o perfil, mas não avança porque não entendeu qual passo deve dar em seguida.

O QUE AJUDA A CONVERTER?

Diga o que a pessoa deve fazer. Legenda com chamada clara faz tanta diferença: ela orienta o cliente e reduz a chance de ele ficar em dúvida ou adiar a decisão. Em vez de apenas mostrar o que está sendo vendido, é importante dizer de forma objetiva o que a pessoa deve fazer.

Exemplos

- peça pelo WhatsApp;
- chame no direct;
- agende seu horário;
- solicite orçamento;
- garanta sua vaga.

Facilitar o contato é essencial para vender mais. Por isso, o link do WhatsApp deve estar visível na bio, permitindo que o cliente fale com a empresa sem dificuldade. Além disso, a oferta precisa ser objetiva, deixando claro o que está sendo vendido e como comprar. Mostrar avaliações, resultados, clientes atendidos e bastidores também ajuda a gerar confiança.

Outro ponto importante é a urgência, com chamadas como “promoção válida até sexta” ou “últimas unidades”, que incentivam a decisão. Nesse processo, o WhatsApp deve ser usado como canal de venda, com perfil profissional, nome claro da empresa, mensagem automática, catálogo, respostas rápidas e horário de atendimento informado.

COMO USAR O WHATSAPP PARA FECHAR VENDAS

O WhatsApp não deve ser apenas canal de conversa. Ele precisa ser canal de venda.

Boas práticas no WhatsApp Business

- use foto de perfil do negócio;
- deixe o nome da empresa claro;
- configure mensagem automática;
- monte catálogo com fotos e preços;

- use respostas rápidas;
- informe horário de atendimento.

EXEMPLO DE ATENDIMENTO QUE FUNCIONA

“Olá! Que bom falar com você. Me diga o que você procura e eu já te passo as opções.”

Depois:

- entenda a necessidade;
- ofereça a melhor opção;
- informe valor e prazo;
- convide para fechar.

Exemplo:

“Temos essa opção pronta para entrega, no valor de R\$ 35. Posso separar para você?”

COMO RESPONDER CLIENTES DE FORMA MAIS EFICIENTE

A resposta ideal é:

- educada;
- rápida;
- objetiva;
- com direcionamento para compra.

Exemplo ruim

“Boa tarde.”

Exemplo melhor

“Boa tarde! Temos sim. Esse modelo custa R\$ 45 e está disponível para pronta entrega. Posso enviar as opções ou reservar para você?”

Fórmula simples de resposta

Acolher + responder + orientar próximo passo



Como adaptar sua comunicação à realidade de Roraima

Um dos pontos mais importantes para o pequeno negócio é entender o contexto onde está inserido. Em Roraima, a comunicação digital precisa considerar:

- o uso forte do WhatsApp;
- o peso da indicação direta;
- a presença de muitos negócios informais;
- a internet limitada ou instável em algumas regiões;
- a necessidade de uma comunicação simples, rápida e objetiva.

EXEMPLOS LOCAIS QUE AJUDAM A APROXIMAR O CONTEÚDO DA REALIDADE

Loja de artesanato em Boa Vista

Pode usar o Instagram para mostrar peças, bastidores e encomendas, e o WhatsApp para orçamento e entrega.

Produtor de farinha em Rorainópolis

Pode usar status, listas de transmissão e mensagens diretas para divulgar disponibilidade, preço e entrega.

Serviço de climatização

Pode apostar em antes e depois, orientação prática e chamada para agendamento, especialmente porque climatização é uma necessidade importante no estado levando em consideração as altas temperaturas.

Turismo no Tepequém

Pode divulgar experiências, roteiro, horários, o que está incluso e como reservar.

SEGURANÇA DIGITAL PARA PEQUENOS NEGÓCIOS

Cada vez mais empreendedores perdem acesso às próprias contas por golpes e invasões. Por isso:

- ative a verificação em duas etapas;
- não compartilhe códigos de acesso;
- use senha forte;
- evite clicar em links suspeitos;
- proteja o número usado no WhatsApp Business.

MÃO NA MASSA: OS 5 PRIMEIROS PASSOS

Depois de ler este e-book, faça o seguinte:

1. Defina o produto ou serviço que você vai divulgar primeiro
2. Organize sua bio com descrição clara e link de contato
3. Planeje três postagens para a próxima semana
4. Configure o WhatsApp Business com mensagem e catálogo
5. Crie uma resposta padrão para iniciar o atendimento e conduzir a venda



Conclusão

A sua jornada digital está apenas começando, e você já tem o conhecimento na mão! Não espere mais: comece a aplicar essas estratégias hoje mesmo para ver seu negócio decolar nas redes!

Aproveite o potencial do mercado digital. Conte com o Sebrae para te orientar no caminho do sucesso, seja com consultorias, cursos online e conteúdos de apoio. O Sebrae oferece diversos cursos gratuitos, incluindo os de marketing digital, que vêm com boas dicas para o seu negócio. A hora é agora! O sucesso não acontece da noite para o dia, mas com consistência e as estratégias corretas, você pode fazer o seu negócio crescer.

Pense na sua estratégia digital como se fosse um jardim: você não pode esperar uma florada espetacular plantando apenas uma semente de vez em quando. É preciso planejar, plantar as sementes certas (o conteúdo de qualidade), regar frequentemente (manter a constância), e cuidar das pragas (interagindo e respondendo críticas). **Com dedicação e as ferramentas certas, seu jardim digital vai florescer e atrair clientes fiéis!**

E lembrando: seu cliente não quer complicação. Ele quer entender o que você vende, confiar no seu negócio e saber como comprar.

Por isso:

- poste com objetivo;
- fale com o cliente certo;
- facilite o contato;
- responda com rapidez;
- e conduza a venda com clareza.

Baixe este conteúdo, aplique as dicas no seu negócio e cadastre-se no Sebrae Roraima para receber apoio, conteúdos exclusivos e soluções que ajudam você a vender mais no digital.



Quer saber mais?
**Entre em contato
com a gente**

COMERCIAL

95 99154-2124

RELACIONAMENTO

95 2121-8091



SEBRAE