

**Guy
Kawasaki**
e
Peg Fitzpatrick

A Arte das Redes Sociais

Tradução de
CARLA GOUVEIA

1ª edição

best.
business
RIO DE JANEIRO – 2017

CIP-BRASIL. CATALOGAÇÃO NA PUBLICAÇÃO
SINDICATO NACIONAL DOS EDITORES DE LIVROS, RJ

K32a Kawasaki, Guy
A arte das redes sociais / Guy Kawasaki, [Peg Fitzpatrick];
tradução Carla Gouveia. – 1ª ed. – Rio de Janeiro: Best Business, 2017.
208 p.: il.; 14 × 21 cm.

Tradução de: The Art of Social Media
Apêndice
Inclui índice remissivo
ISBN: 978-85-68905-31-9

1. Mídia social. 2. Mídia digital – Aspectos sociais. 3. Comunicação –
Inovações tecnológicas. I. Gouveia, Carla. II. Título.

17-39278

CDD: 302.23
CDU: 316L.77

A arte das redes sociais, de autoria de Guy Kawasaki e Peg Fitzpatrick.
Texto revisado conforme o Acordo Ortográfico da Língua Portuguesa.
Primeira edição impressa em agosto de 2017.
Título original norte-americano:
THE ART OF SOCIAL MEDIA

Copyright © 2016 Guy Kawasaki e Pet Fitzpatrick.
Copyright da tradução © 2016 Best Business/Editora Best Seller Ltda.
Edição publicada em acordo com Portfolio, marca do Penguin Publishing Group,
uma divisão da Penguin Random House LLC.
Todos os direitos reservados, inclusive o direito de reprodução em todo ou em
parte, sejam quais forem os meios empregados.

Créditos das ilustrações: páginas 20, 22, 25, 45, 120, 121, 125, 148, 149, 150, 151, 152, 153,
179, 180: Google Inc., usadas com permissão; 92: MyCrazyGoodLife.com; 104: Peter
Adams; 105: Foto de Guy Kawasaki; 117: Foto de Peg Fitzpatrick; 128: Eric Harvey
Brown; 160: Calvin Lee, Mayhem Studios; 173: Foto de Nohemi Kawasaki; Outras
imagens cedidas como cortesia dos autores.

Design de capa: adaptação de Sérgio Campante a partir de capa original (© Alex
Merlo, Portfolio/Penguin, 2014).

Direitos exclusivos de publicação em língua portuguesa para o Brasil adquiridos
pela Best Business, um selo da Editora Best Seller Ltda. Rua Argentina 171 – 20921-
380 – Rio de Janeiro, RJ – Tel.: (21) 2585-2000 que se reserva a propriedade literária
desta tradução.

Impresso no Brasil

ISBN 978-85-68905-31-9

Seja um leitor preferencial Record.
Cadastre-se e receba informações sobre nossos lançamentos e nossas promoções.

Atendimento e venda direta ao leitor: sac@record.com.br ou (21) 2585-2002.
Escreva para o editor: bestbusiness@record.com.br

*A qualidade de qualquer conselho que
alguém tem a oferecer precisa ser
avaliada de acordo com a qualidade de vida
que essa pessoa de fato leva.*

**DOUGLAS ADAMS, O GUIA DO
MOCHILEIRO DAS GALÁXIAS:
CINCO ROMANCES COMPLETOS
E UMA HISTÓRIA**

Sumário

Antes de qualquer coisa, leia isto • 9

Agradecimentos • 11

1. Como otimizar seu perfil • 13
2. Como alimentar o monstro do conteúdo • 27
3. Como aperfeiçoar os posts • 51
4. Como responder a comentários • 79
5. Como integrar mídias sociais e blogs • 89
6. Como conseguir mais seguidores • 108
7. Como promover eventos de socialização • 110
8. Como executar o recurso “Hangouts on Air” do Google+ • 119
9. Como agitar um chat no Twitter • 131
10. Como evitar parecer um sem-noção • 137
11. Como otimizar plataformas individuais • 144
12. Como juntar tudo • 183

Conclusão • 187

Lista de aplicativos e serviços • 189

Índice remissivo • 195

Antes de qualquer coisa, leia isto

*Não siga para onde o caminho o leve. Em vez disso,
vá por onde não exista caminho e deixe uma trilha.*

RALPH WALDO EMERSON

O objetivo deste livro é capacitá-lo a brilhar nas mídias sociais. Partimos do pressuposto que você esteja familiarizado com o básico e deseje usar as mídias sociais para negócios, para si mesmo ou para uma empresa.

No intuito de tornar nossa perspectiva clara, Peg e eu estamos nas “trincheiras” das mídias sociais, não em um “centro de comando de apoio” do quartel-general. Aprendemos na prática, por meio de experimentação e diligência, não por discursos em tom categórico, sofismas e participação em conferências.

Ainda assim, não considere o que dizemos como verdade absoluta. Estas são nossas dicas, artimanhas e insights, e esperamos que funcionem para você. Mas em um mundo

perfeito, você desenvolveria técnicas melhores e nos diria como poderíamos nos aprimorar também.

Por fim, deixe-me explicar a “voz” deste livro. Ela agrupa nosso conhecimento, mas apenas um de nós, o Guy, escreveu o livro, pois múltiplas vozes dificultam a leitura, e nossa intenção é tornar tudo estimulante, rápido e fácil.

Guy Kawasaki
Peg Fitzpatrick

1. Como otimizar seu perfil

Faça o que você puder, com o que tiver, onde estiver.

THEODORE ROOSEVELT

Vamos começar com o básico. Todas as plataformas de mídias sociais têm uma página de “perfil” para você explicar quem é. Essa página se destina a informação biográfica e imagens. Um perfil eficaz é vital porque as pessoas o utilizam para fazer um rápido julgamento sobre sua conta.

O objetivo de um perfil é convencer os outros a prestar atenção às suas atividades nas mídias sociais. Essencialmente, trata-se de um currículo para o mundo inteiro ver e julgar. Este capítulo explica como otimizar seu perfil a fim de maximizar sua eficácia.

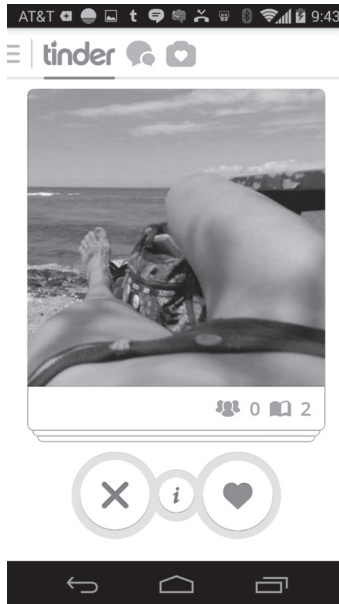
1. Escolha um nome de usuário bem neutro

Antes de trabalharmos no perfil, vamos eleger um bom nome de usuário. Um nome que você acha brilhante hoje, como @MãeMartini ou @HankGoleador, será motivo de arrependimento amanhã. Além disso, você não trabalhará na mesma empresa para sempre; então, @GuyEvangelistaMac também é arriscado. Imagine que você está dois anos à frente e procura um emprego. Agora escolha um nome.

É bem provável que você já tenha um nome de usuário, porém quanto mais tempo usar um ruim, mais difícil será mudá-lo depois e pior será o estrago. Nossa recomendação é optar por um nome de usuário simples e lógico. No meu caso, esse nome é “Guy Kawasaki”, não “G. Kawasaki”, “GT Kawasaki” nem “G. T. Kawasaki”. Este não é o local para demonstrar perspicácia ou complexidade; então, faça com que as pessoas o encontrem e se lembrem de você com facilidade.

2. Otimize por cinco segundos

As pessoas não *analisam* perfis. Gastam poucos segundos dando uma olhada neles e tomam uma decisão. Se fosse um namoro on-line, pense no Tinder (deslize o dedo à direita para “sim”, deslize o dedo à esquerda para “não”), não no eHarmony (complete um Questionário de Relacionamento).



Seu perfil deve dar a impressão de que você é simpático, confiável e competente. As plataformas oferecem espaço para esta informação:

- **Avatar.** É uma pequena foto sua ou de seu logotipo, em forma de círculo ou quadrado.
- **“Capa” (ou imagem de fundo).** Essa foto é o maior elemento gráfico em um perfil e, visualmente, conta sua história.
- **Texto biográfico.** É o resumo de sua formação e experiência profissional.
- **Links.** Trata-se de uma lista de links para seu blog, seu site e outras contas de mídias sociais.

facebook Settings Logout

Page Activity Insights Settings Build Audience Help

Guy Kawasaki
Entrepreneur

Timeline About Photos Email Signup More

THIS WEEK

- 610 Page Likes
- 243,506 Post Reach
- UNREAD
- 99 Notifications

See Your Ad Here

WHY BRANDS don't matter
An interview with Percolate and Guy Kawasaki

About
Chief evangelist of Canva. I empower people.

Biography
Guy Kawasaki is the chief evangelist of Canva, an online graphic design tool. Formerly, he was an advisor to the Motorola business unit of Google and chief evangelist of Apple. He is also the author of APE: Author, Publisher, Entrepreneur—How to Publish a Book, What the Pliers Google+ for the Rest of Us, and Enchantment: The Art of Changing Hearts, Minds, and Actions. Kawasaki has a BA from Stanford University and an MBA from UCLA as well as an honorary doctorate from Babson College.

<http://www.guykawasaki.com/enchantment/pictures/>

If you're interested in having me speak at an event, please contact Keynote Speakers at info@keynotespeakers.com or call 650-325-8711.

Description
I share enchanting stuff. All the time. In large quantities.

The topics that I focus on are self-publishing, marketing, enchantment, social media, entrepreneurship, innovation, venture capital, science, and photography. I publish approximately five-ten posts per day.

Sign up here to receive my HASO email list: <http://bit.ly/1e0n2Kq...>
See More

Basic Info

Joined Facebook	10/14/2010
Location	Silicon Valley
Genre	Publishing
ISBN	978-0-9885231-1-1
Publisher	Nononina Press

Contact Info

Phone	Is this an IQ test?
Website	http://iamzn.io/T37f5x

Page Admins

- Peg Fitzpatrick
- Guy Kawasaki

3. No avatar, dê destaque ao seu rosto

Um bom avatar faz duas coisas. Primeiro, valida quem você é por meio de uma foto, de maneira que as pessoas possam ver qual Guy Kawasaki você é. (Deus nos ajude se houver mais de um.) Além disso, reforça a ideia de que você é simpático, confiável e competente.



Seu rosto fornece a maior parte das informações sobre o tipo de pessoa que você é. Por isso, o avatar não deve mostrar a família, os amigos, o cachorro ou o carro, pois não há espaço. Isso também significa que você não deve usar um logotipo ou ilustração, a menos que o avatar seja para uma empresa.

Veja mais três dicas para o avatar:

- **Opte por um formato assimétrico.** A simetria torna uma foto menos interessante; portanto, não “crave” o rosto bem no meio. Adotando a regra dos terços, divida a foto em nove quadros e posicione o olhar próximo a uma das linhas verticais.

- **Encare a luz.** O ideal é que a fonte de luz esteja à sua frente. Se a luz vier de trás, seu rosto provavelmente estará escondido, a menos que use um flash ou recorra a um programa de edição de fotos.
- **Pense grande.** Quando as pessoas leem posts e comentários, veem o avatar do tamanho de um selo postal. No entanto, ao clicarem nele, devem visualizar uma foto grande, nítida; então, faça o upload de uma foto com, no mínimo, 600 pixels de definição.



4. Mantenha-se fiel a uma foto

Se as empresas usassem logotipos distintos em lugares diferentes, seria confuso. Sua foto é seu logotipo nas mídias sociais; portanto, utilize a mesma em todos os lugares. Isso o ajudará a ser reconhecido nas plataformas de mídias sociais e não deixará espaço para dúvidas, como por exemplo, se @GuyKawasaki no Twitter é +GuyKawasaki no Google+.

5. Elabore um mantra

A maioria das plataformas o habilita a adicionar uma tagline ao perfil. Faça disso seu próprio mantra: de duas a quatro palavras que o expliquem ou que expliquem por que sua empresa existe. Meu mantra, por exemplo, é: “Capacito pessoas.” (Destacado na imagem a seguir, em inglês.) Confira quatro mantras de empresas:

- **Nike:** “Autêntico desempenho atlético.”
- **FedEx:** “Paz de espírito.”
- **Google:** “Democratizando informação.”
- **Canva:** “Democratizando design.”

Enfim, por uma questão de coerência, garanta que a tagline (ou mantra) seja a mesma em todas as plataformas.

About

Chief evangelist of Canva. I empower people.

Biography

Guy Kawasaki is the chief evangelist of Canva, an online graphic design tool. Formerly, he was an advisor to the Motorola business unit of Google and chief evangelist of Apple. He is also the author of APE: Author, Publisher, Entrepreneur--How to Publish a Book, What the Plus! Google+ for the Rest of Us, and Enchantment: The Art of Changing Hearts, Minds, and Actions. Kawasaki has a BA from Stanford University and an MBA from UCLA as well as an honorary doctorate from Babson College.

<http://www.guykawasaki.com/enchantment/pictures/>

If you're interested in having me speak at an event, please contact Keynote Speakers at info@keynotespeakers.com or call 650-325-8711.

Description

I share enchanting stuff. All the time. In large quantities.

The topics that I focus on are self-publishing, marketing, enchantment, social media, entrepreneurship, innovation, venture capital, science, and photography. I publish approximately five-ten posts per day.

Sign up here to receive my HASO email list: <http://bit.ly/1e0n2Kq...>
See More

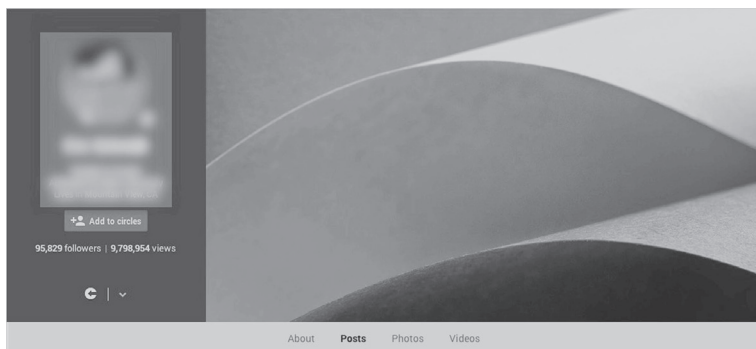
6. Conte sua história

Além de um avatar, as plataformas têm espaço para uma segunda foto, bem maior, chamada de “capa” ou de imagem de fundo, cujo objetivo é contar uma história e transmitir

informações sobre o que é importante para você. É onde você pode mostrar uma foto da família, do cachorro, do carro, de seu produto ou de sua paixão.

As plataformas mudam as dimensões ideais para avatares e fotos de capa/fundo o tempo todo; então, monitoramos o que as plataformas fazem e atualizamos com frequência os posts de um blog intitulado “Quick Tips for Great Social Media Graphics” [“Dicas rápidas para ótimos elementos gráficos de mídias sociais”, em tradução livre]. Consulte-o sempre que quiser verificar os tamanhos ideais.

A capa também é o local onde você pode acabar detonando sua credibilidade nas mídias sociais por não mudar o design padrão que as plataformas oferecem. Se não adicionar uma foto personalizada, você estará dizendo ao mundo que é um sem-noção em termos de mídias sociais. (Há um capítulo inteiro mais a frente sobre a falta de noção.)



Você pode se divertir mais e se mostrar mais criativo com a foto de capa do que com o avatar. Também pode alterá-la com bastante frequência. Com minha foto de capa, tento mostrar que faço muita diferença, o suficiente para dar palestras.



7. Crie um URL personalizado

Você pode ter um URL personalizado para sua conta do Google+, do Facebook ou do LinkedIn. Isso significa que as pessoas verão este tipo de link:

<https://plus.google.com/+GuyKawasaki/posts>

Se você não tiver um URL personalizado, o tipo de link a ser visualizado será este outro, muito mais difícil de lembrar:

<https://plus.google.com/+112374836634096795698/posts>

Confira as instruções para o Google+, o Facebook e o LinkedIn. Como é o caso com nomes de domínio, vários URL personalizados já não estão disponíveis, porém quase qualquer coisa é melhor do que 21 números aleatórios. Ademais, criar um URL personalizado é um bom teste de perspicácia; portanto, certa inaptidão ou má vontade ao fazer isso pode depor contra sua capacidade intelectual.

8. Termine a tarefa

As pessoas tomam decisões rápidas com base em seu avatar, sua tagline e sua foto de capa/imagem de fundo e, depois, podem seguir você, aprender mais a seu respeito ou ignorá-lo. Caso decidam segui-lo ou aprender mais, lerão o restante do perfil. É por esse motivo que você precisa completá-lo. O Google+, por exemplo, o habilita a apresentar um texto introdutório e informações de contato, além de links.

9. Seja profissional

Tudo e todos no Facebook têm uma “conta”. Cada conta dispõe de uma “Linha do tempo” pessoal, e também pode gerenciar “Páginas”. A Linha do tempo pessoal consegue abranger até 5 mil “amigos” e um número irrestrito de “seguidores” com permissão para visualizar seus posts públicos. As Páginas podem ter curtidas ilimitadas e comportam uma diversidade ainda maior de anúncios.

O Google+ apresenta convenções similares. Os “perfis” se destinam às pessoas comuns; já as “páginas”, a entidades comerciais, celebridades e artistas.

Se você for utilizar as mídias sociais em prol de negócios, sua única opção é ter uma Página/página nas duas plataformas — por exemplo, os termos de serviço do Facebook alertam que o uso de uma Linha do tempo pessoal para negócios (em vez de uma Página) pode resultar no fechamento de sua conta.

Felizmente, o Facebook o habilita a converter uma Linha do tempo pessoal em uma Página. Caso mude de ideia, também pode reverter uma Página a uma Linha do tempo pessoal. Já o Google+ permite a criação de uma nova página a partir de uma conta, mas não a conversão de um perfil para uma página sem um motivo de força maior.

Falando em termos gerais, você deve adotar uma postura profissional em relação a uma página se estiver utilizando as mídias sociais em prol de negócios, por causa das ferramentas e possibilidades oferecidas, como múltiplos administradores e análise mais profunda. Para o Google+ em particular, compartilhar posts com serviços externos — como o Buffer, o Sprout Social e a Hootsuite — é muito melhor, sem dúvida, quando se tem uma página.

Story

Tagline

I empower people.

Introduction

Chief evangelist of Canva, an online graphic design tool. Formerly, advisor to the CEO of Motorola and chief evangelist of Apple. I have written twelve books including *APE: Author, Publisher, Entrepreneur—How to Publish a Book*, *What the Plus! Google+ for the Rest of Us*, and *Enchantment: The Art of Changing Hearts, Minds, and Actions*. I have a BA from Stanford University and an MBA from UCLA as well as an honorary doctorate from Babson College.

I publish approximately five-ten posts per day. I focus on are design, marketing, enchantment, social media, entrepreneurship, innovation, venture capital, science, and photography.

Contact Information

Contact info

Email guykawasaki@gmail.com ✓

Address Silicon Valley, California

Links


Google+ URL

google.com/+GuyKawasaki


Website

Canva.com

YouTube

 [Guy Kawasaki](#)

Links

 [APE: Author, Publisher, Entrepreneur](#)

 [Holy Kaw!](#)

 [GuyKawasaki](#)

 [Facebook](#)

 [LinkedIn](#)

 [Instagram](#)

 [Pinterest](#)

10. Recorra ao anonimato

Quando estiver satisfeito com seu perfil, nossa última recomendação é visualizá-lo em uma “janela anônima”. Trata-se de uma janela do navegador que oculta sua identidade. Visualizar o perfil assim significa que o verá da forma como os outros o veem.

Para abrir uma janela anônima no Google Chrome, clique em “Nova janela anônima” no menu Arquivo. Há uma maneira de fazer isso para cada navegador. Pesquise no Google por “anônimo” mais o nome de seu navegador para saber como.

