



Manual dos Tribunais

# 1# Mini Manual Como se posicionar no LinkedIn

FOLLOW US





# Conteúdo

1. Introdução
2. O Básico
3. SEO
4. Publicação de conteúdo
5. Engajamento
6. Networking
7. Algoritmo
8. Checklist



1

# Introdução

## A importância do LinkedIn para o Direito



# O verdadeiro conceito de LinkedIn



O que o LinkedIn **não** é:

- Um **currículo** online;
- Uma rede social **igual** às outras;
- Serve **apenas** para o meio profissional; ou
- Um site que você olha **de vez em quando**.

Veja mais seu LinkedIn como um **Landing Page\*** do que um Currículo Online.

Ela é uma plataforma para **criar relacionamentos** profissionais, **compartilhar** conteúdo para sua carreira e/ou empresa, **conhecer** pessoas com os mesmos **interesses** que o seu.



O LinkedIn pode se tornar um **mundo** de oportunidades para qualquer advogado

\* Landing page é uma “página de aterrissagem” com o objetivo de vendas para seus clientes. São aquelas páginas que possuem muitos botões de “compre agora” e informações sobre os produtos.



2

## O Básico

**O Básico que funciona  
para o seu LinkedIn**



**ANTES DE TUDO, TIRE UM PRINT DE  
COMO ESTÁ SEU LINKEDIN AGORA E  
VEJA COMO FICOU DEPOIS DESSE  
E-BOOK**



Manual dos Tribunais

# Sua Foto Principal



É uma das **primeiras** coisas que **chama a atenção** das **pessoas** no seu LinkedIn.

Sua foto deve **representar** como você é como pessoa (Um **profissional** do direito, amigável, querido, destemido, profissional, brincalhão, engraçado).

Se você puder, **contrate** alguém para fazer uma foto de retrato para você, é um **investimento** ótimo a **longo prazo**.

Mas se isso não é **prioridade** agora, tente tirar uma foto que ao menos mostre **profissionalismo**.

Vamos ver isso nas *próximas páginas*



# Se você não tem recursos (tempo ou dinheiro)

Se você não tem **recursos** (tempo ou dinheiro) para **captar** uma boa foto, você pode fazer isso em **casa** ou no seu **escritório** seguindo algumas dicas:

- Peça para algum amigo/funcionário/colega de trabalho te **ajudar** a capturar uma boa foto.

Caso ninguém possa te ajudar, use um **tripé** ou uma **pilha de livros** para enquadrar seu rosto na foto (mas **nunca** tire uma selfie). Dê uma de *MacGyver*\* e obtenha um **resultado satisfatório** com o que tem nas mãos.

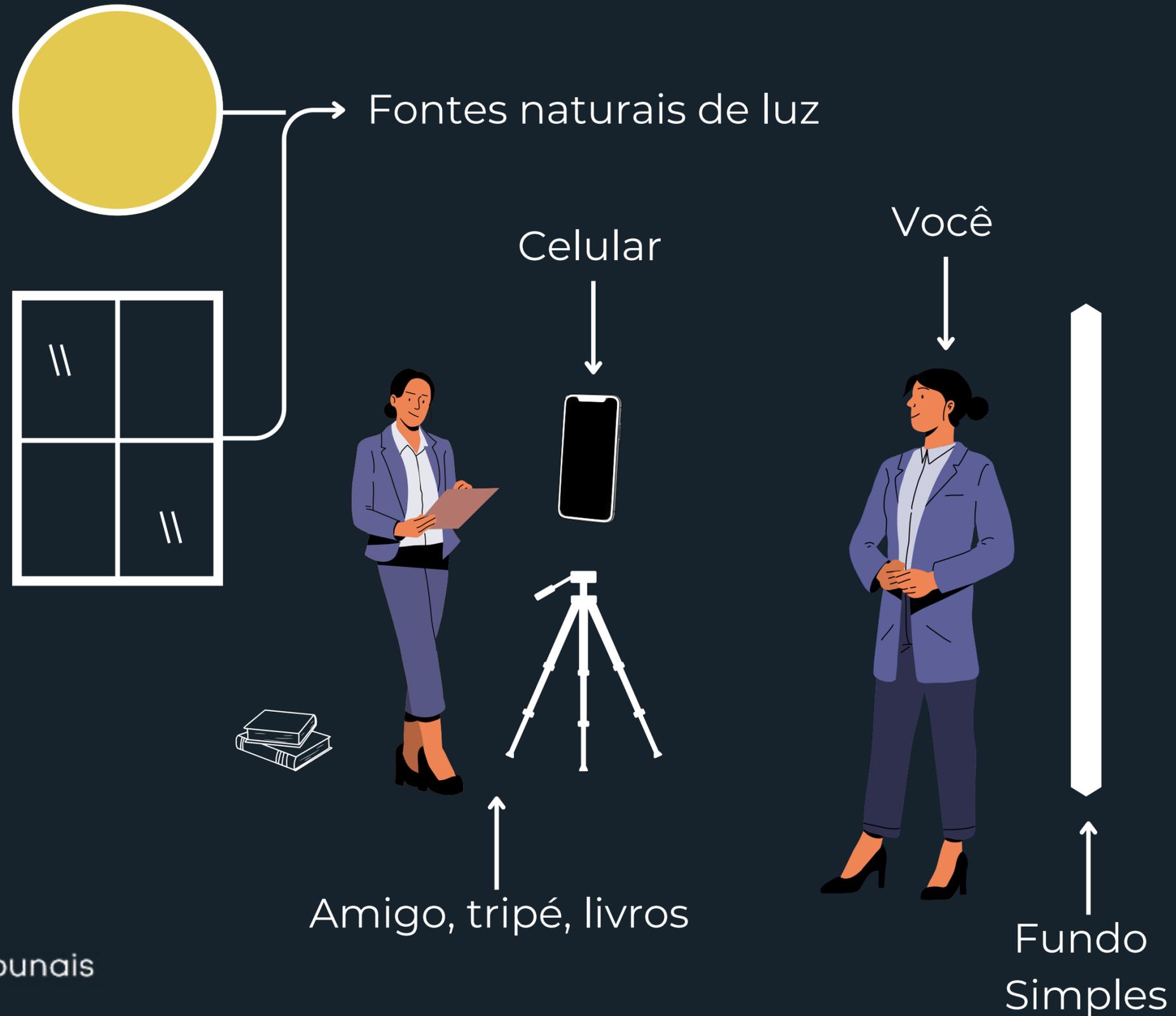
"MacGyver" foi uma série de televisão americana que foi ao ar entre 1985 e 1992. Ela seguia as aventuras de Angus MacGyver, um agente secreto conhecido por sua inteligência e habilidade em resolver problemas usando improvisação e engenhosidade

- Posicione a câmera entre você e uma fonte de luz natural.
- Escolha um fundo neutro.

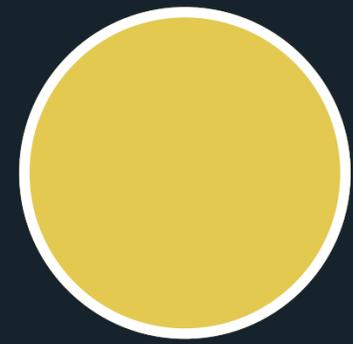
*Veja na próxima página*



# Ambiente Interno



# Ambiente Externo



Fonte natural  
de luz

Celular



Você



Amigo, tripé, livros



Fundo  
Simples



# E mais dicas...



Manual dos Tribunais

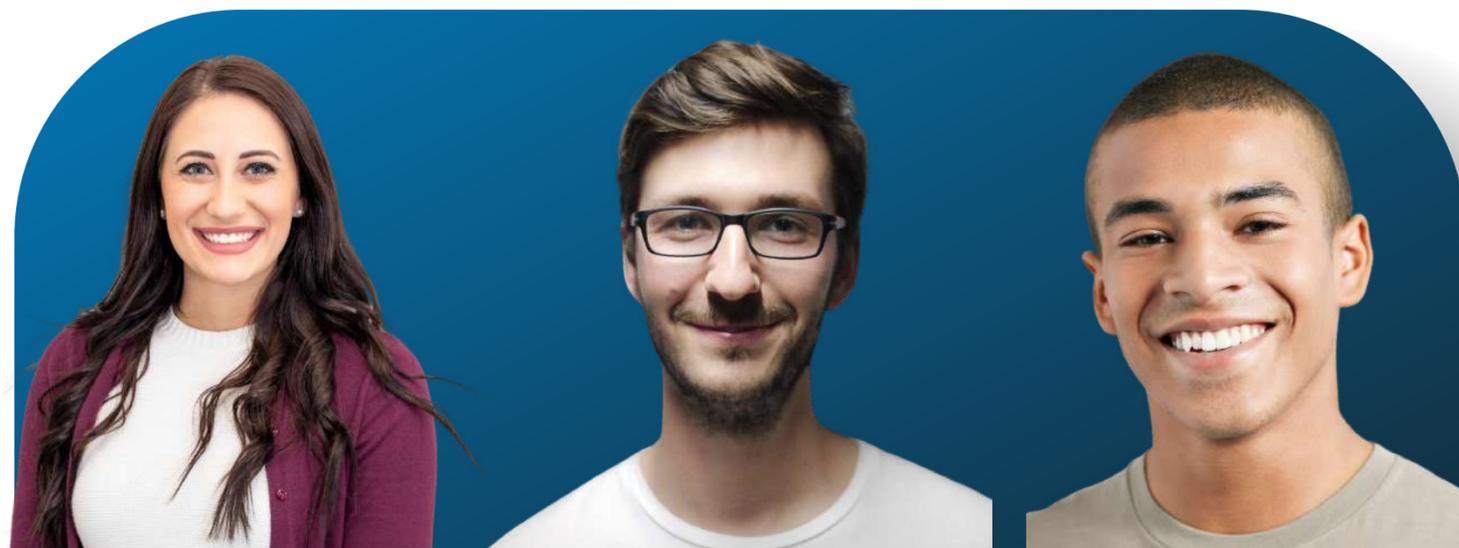
A luz natural é sua **maior aliada** para ter ótimos resultados em questão de luz.

Algumas questões para cuidar: **Evite** a luz solar direta, um dia **claro e nublado** será seu melhor amigo nessa situação

Parede **lisa**, parede de **tijolos** ou outro ambiente **simples e natural**. Tudo isso garante que **você** seja o **foco**.

- Tenho um bom **contato visual**
- “**Serrilhe**” seu olhos
- Sorria ou ria.
- Tire fotos com muitos tipos de “outfits”, assim você tem mais **chances** de escolher uma **melhor**.
- Use um editor de imagem para **arrumar** alguns detalhes, mas não **exagere** na edição.

Técnica de serrilhar olhos:



# TAMANHOS E FORMATOS

O tamanho da foto de perfil do LinkedIn deve ter no mínimo 400 x 400 pixels e no máximo 7680 x 4320 pixels, nos formatos JPG e PNG.



# FAQ

(frequently asked questions - perguntas frequentes )



P: Qual **roupa** escolher para tirar uma boa foto?

R: Qual roupa você usaria para fazer uma **entrevista** em uma **empresa**? Essa é uma dica valiosa, mas aqui vão algumas mais:

Use cores mais **sólidas** e que te dê um ar **profissional**. Evite que seus braços **fiquem à mostra**, evite **joias** pois o seu rosto deve **brilhar**.

P: Posso usar uma foto que **já tenho**?

R: **Depende**. Essa foto segue o padrão **desenvolvido** anteriormente?

Fundo **sólido**, foco em **você**, sem outras pessoas **junto**, sem muitos **filtros**. Se a resposta for **sim, talvez** você possa usar.



# O Banner

Pra que o Banner **não** serve:

- Colocar o **logo** da empresa;
- A foto do seu **time** do coração; ou
- A foto incrível de uma **paisagem linda**.

Tudo isso pode ser **muito bom**, mas é uma grande perda de **oportunidade e espaço**.

Veja um **exemplo** a seguir:

Perceba nesse exemplo que ele **mostra** “o que ele oferece” e como encontrar ele, além da **prova social** de **grandes empresas** abaixo.

E esse perfil não é uma empresa, é uma **pessoa**.



**Peak Performance Insights**

**Eric Parskar** - 5k  
The CEO Coach / CEO of the Year '18 | ex-Apple, Dyson | Author of "The 3 Barms" | On a mission to help 7 million CEOs.

Dear Managers: Exit interviews are the last...  
The "Stay Interviews" to keep your best people...  
If you like this content and it resonates, repost this to your network and follow me Eric Parskar for more like it.  
9 Questions to Keep Your Best People - 10 pages

**THE STAY INTERVIEW: 6 QUESTIONS TO KEEP YOUR BEST PEOPLE**

**SUBSCRIBE NOW! (LINK IN BIO)**

**Peak Performance Insights:** The newsletter for business, leadership, and self-mastery.

Join **235,000+** receiving weekly tips via email & social.

WSJ CNN BBC THE APPRENTICE The Economist Forbes abc CNBC

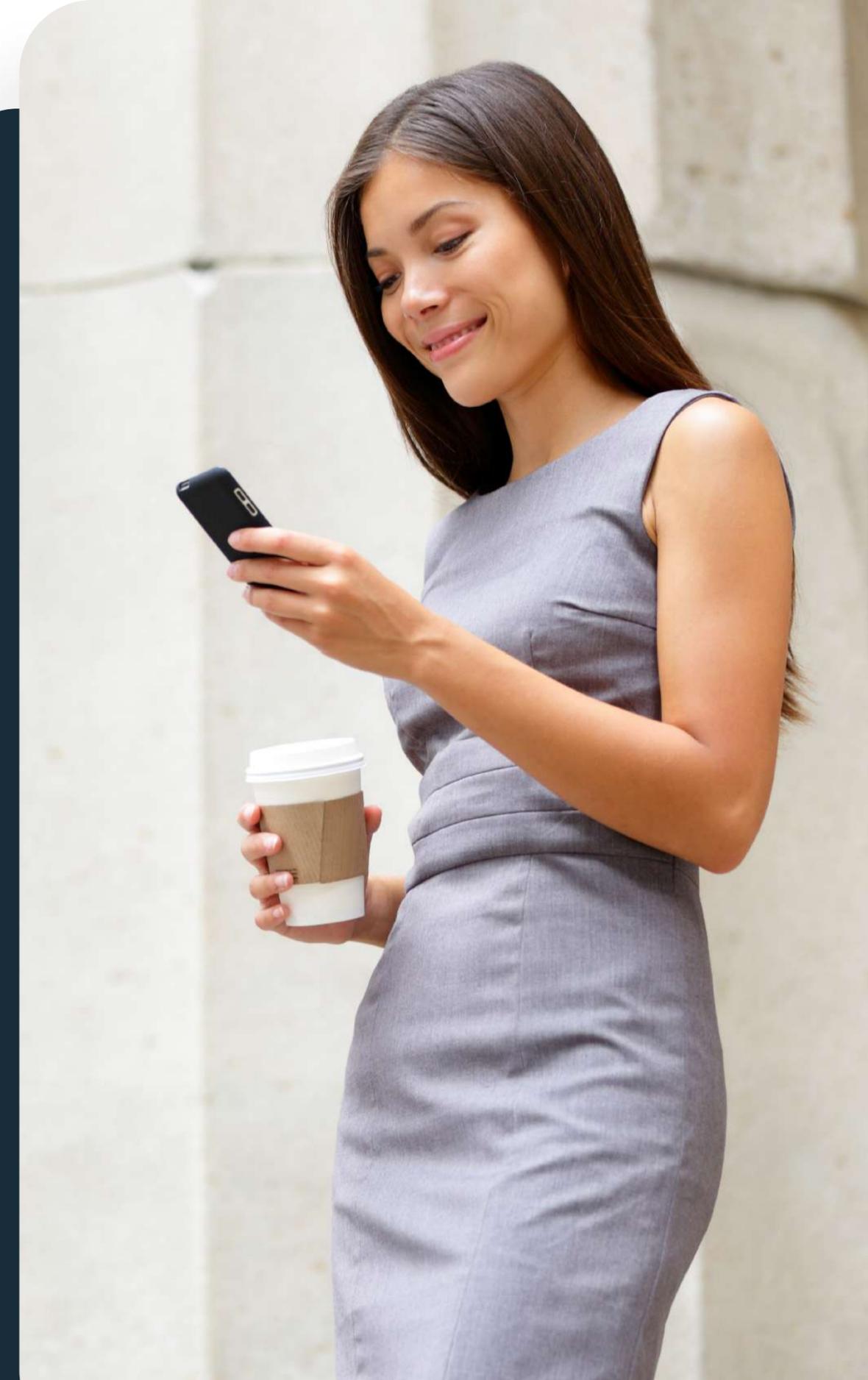
# O que colocar no Banner

Mostre o que você vende

Fale um pouco sobre o que você oferece.

Como é a jornada do cliente:

- Eles te acham no LinkedIn
- Veem a sua foto
- Clicam no seu perfil
- Eles veem o seu banner
- Eles leem o seu título
- Eles leem um pouco do seu “sobre” e se tiverem mais interesse, leem um pouco mais
- Procuram suas publicações e se seus interesses se alinham com os deles
- Decidem seguir ou não seguir.



## Jornada do **Cliente** no seu LinkedIn

Eles acham seu **Perfil** no LinkedIn

Observam a sua **Foto Principal**

Clicam para te **Conhecer**

Veem seu **banner**

Veem seu **Título**

Leem seu **Sobre**

e **Publicações**

Te **Seguem**

(ou não)

# A importância do Banner

Você consegue perceber que sua **foto** e seu **banner** são um dos primeiros **elementos** que você mostra aos seus **seguidores**?

**Invista** um pouco mais de **atenção** nos detalhes do seu **banner**, coloque informações importantes dos seus **serviços** e de como você trabalha, já cause uma **ótima impressão** desde o início.

Pense que você já pode começar a vender seus serviços apenas com o seu banner.

O que **você** pode fazer?

- Envie as pessoas para seu **website**;
- Coloque um **QR code** com seu **WhatsApp** ou com seu **email**;
- Faça eles te **seguirem** nas redes sociais.

Responda essas **perguntas**:

O que você **oferece** e onde as pessoas podem te **encontrar**?

E se você conseguir, coloque alguma **prova social** (mostre as pessoas que te indicam, empresas que te indicam, algo que impressiona as pessoas)



# TAMANHOS E FORMATOS

As dimensões do banner do LinkedIn devem ser 1128 x 191 pixels para as páginas da empresa e 1128 x 376 pixels para os perfis.



# Como fazer o Banner

Você pode usar o **Canva** para isso, é uma ótima **ferramenta** para criação, é de **gratua** e você pode fazer um ótimo **banner** se tiver criatividade.

Passo a passo para usar o Canva:

- 1 - Baixe o Canva ou entre no site e **crie uma conta**;
- 2 - Pesquise **modelos** de banner do LinkedIn;
- 3 - **Navegue** pelas opções;
- 4 - Escolha um que faça **sentido** com você
- 5 - Use-o como **modelo** ou como **inspiração** para um novo design.

*Canva*



# Dicas Extras

**Cuidado** com as informações do seu banner, a foto principal pode **tapar** elas.

E para obter a **melhor qualidade**, baixe o banner no seu **desktop** em vez de no seu celular.



# Seu Título

Geralmente as pessoas colocam o título do seu trabalho ou a posição na sua empresa. Fraco.

Ao invés disso, responda essas perguntas:

- O que você faz?
- Quem você ajuda?
- Quais resultados você atinge?
- Mostre o que as pessoas vão esperar de você, não seja muito sofisticado, escreva na língua da sua audiência e seja bem sucinto.

Exemplo:

“Advogado Especialista em Direito Trabalhista em Curitiba e região metropolitana| Solucionador de Conflitos e Defensor de Direitos no Ambiente de Trabalho | Mais de 1000 causas solucionadas.”

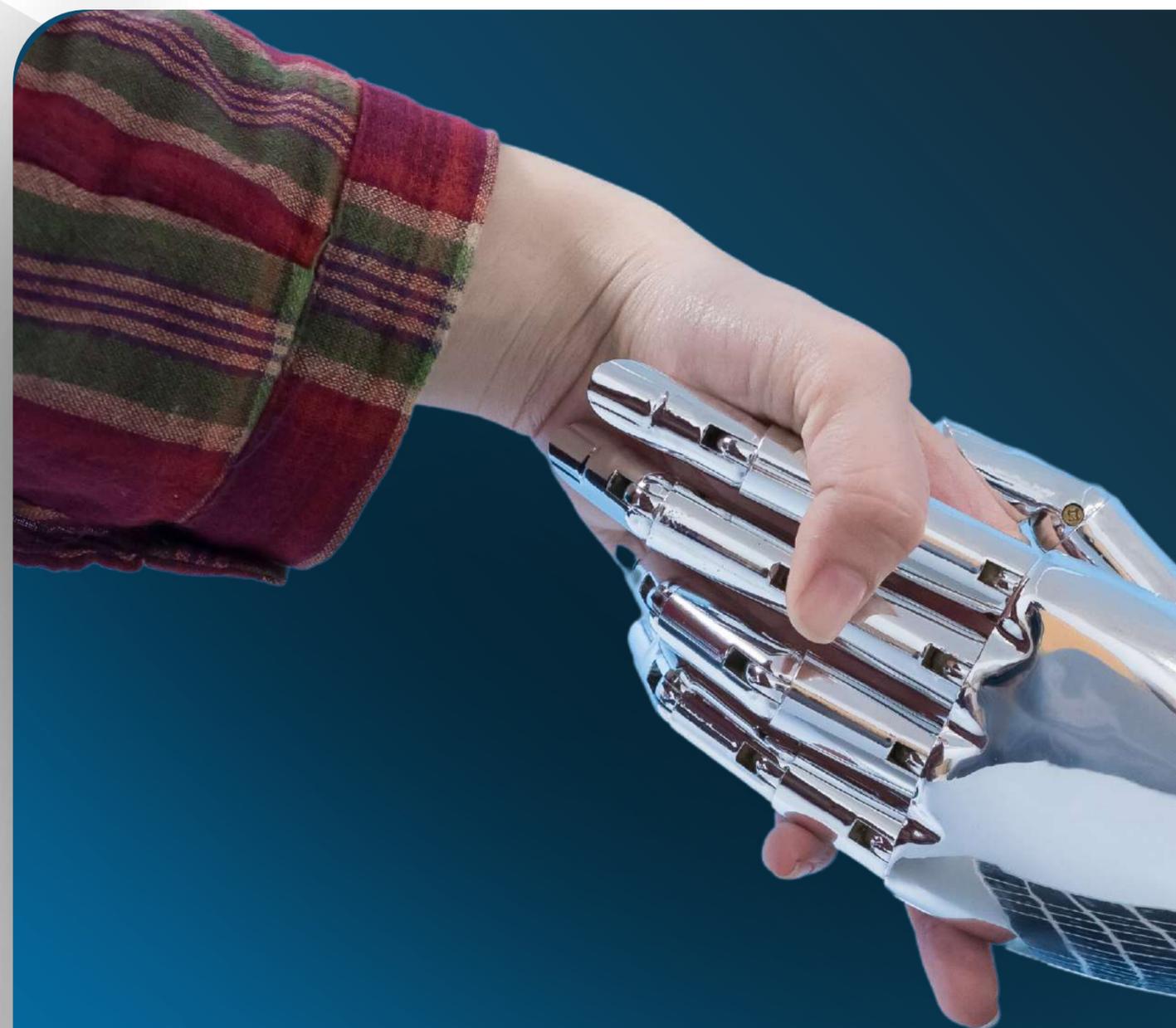


# Usando o Chat GPT

Usei a ajuda do chat GPT para criação do exemplo anterior, fique à vontade para usá-lo:

```
1 "me ajude a criar um título para meu linkedin
2 como advogado trabalhista respondendo às
3 seguintes questões: 0 que você faz? Quem você
4 ajuda? Quais resultados você atinge?
5 0 título deve ser bem chamativo"
```

Essas ferramentas poupam tempo e nos ajudam a fazer um trabalho mais criativo, use-as :)



# Sobre

A parte “sobre” é sua **vitrine**.

Você pode contar a sua **história**, sua **missão**, suas **ambições**, seus **interesses**, porque você deveria ser **seguido**, o que outras pessoas estão falando sobre seu **serviço**, quais os **prêmios** que você ganhou, quais suas **conquistas** na vida profissional.



Aqui você não precisa ser **tímido**, mostre a eles tudo o que você **tem**.

E quanto mais **prova social** você tiver, **melhor**.

Responda às seguintes questões:

- O que você fez na sua carreira que pessoas queiram te seguir? (Pode ser até no seu período de faculdade ou antes, mas mostre algo valioso e significativo)
- O que os clientes falam a respeito de você?
- Qual é o maior desafio que seu público-alvo enfrenta?

# Lembre-se

Quanto mais você compreender suas **lutas**, mais seu público se sentirá **visto e ouvido**.

Agite essa **dor**, mergulhe mais fundo nas implicações deste **desafio**

Mostre a sua **solução**, mas a SUA solução, não a de outros. Como você se **destaca**.

# Fala Sobre, Experiência e Recomendações

**Fala sobre:** Escolha as áreas do **direito** que você **trabalha** ou que gostaria de falar a **respeito**.

**Experiência:** Ao **contrário** do que todos pensam, não é só uma **sessão** para colocar sua **posição**, empresa que **trabalhou** e o que **fez**.

Além de **melhorar** o seu SEO (vamos ver posteriormente), você consegue mostrar o **impacto** que você teve em determinada **empresa** ou em determinados **clientes**.

Se você conseguir colocar em **números**, isto é, **quantificar** o seu trabalho, mais as pessoas terão **interesse** em te conhecer melhor *(porque você gera resultado)*.

**Recomendações:** Recomendações são incríveis, elas fornecem **provas sociais** de que você é um **ótimo** profissional.

Quando pessoas **recomendam** séries, produtos ou até o mais novo café que abriu na região, você tende a querer também ter a mesma **experiência**.

As recomendações vão deixar você e seu perfil muito mais interessante.



# Ainda sobre Recomendações

Recomendações são **simples** de se fazer.

Você pode solicitar ao seu **chefe**, a algum **colaborador**, a algum **cliente** que escreva uma **recomendação** que integre as **áreas** que você quer **mostrar** para as pessoas, por exemplo:

- “Uma pessoa muito tranquila de trabalhar”
- “Uma pessoa que cumpre seus compromissos”
- “É um líder eficaz”
- “É sempre respeitoso e atencioso”
- “Sabe como trabalhar de forma rápida e efetiva”

Mas não pare por aqui, você pode ir além...



# Você também pode

Colocar essas recomendações no seu website.

Ou nas suas redes sociais, crie um post no próprio LinkedIn e marque a pessoa.

As possibilidades são muitas, use sua criatividade para aproveitar ao máximo as recomendações, elas são importantes.

# FINALIZAMOS O BÁSICO

Sim, esse foi o básico.

Claro, colocamos alguns elementos mais avançados no meio.

Não se esqueça de ler e fazer todos os passos.

3

SEO

## Como funciona o SEO no LinkedIn



# O SEO vai fazer A DIFERENÇA no seu LinkedIn

Essa é uma parte **importante**, um pouco avançada, que é facilmente **colocada de lado** mas faz **A DIFERENÇA** para as pessoas te encontrarem no LinkedIn.

Assim como o Google, Youtube ou seu Website, o LinkedIn também possui SEO\*

Dessa forma, você tem mais chances de **encontrar** novos **clientes** ou fazer **parcerias únicas** se as pessoas te **acharem** com mais facilidade, se o seu perfil ser um dos **primeiros** a aparecer no **ranking** de pesquisas.



A palavra-chave para SEO é “palavra-chave”.  
(piada infame)

\* SEO, que significa "Search Engine Optimization" (Otimização para Mecanismos de Busca), é o conjunto de estratégias e práticas utilizadas para melhorar a visibilidade e o posicionamento de um site nos resultados de busca dos \* motores de busca, como o Google.



# Ainda sobre SEO

Por exemplo:

No seu **título** você pode colocar “Advogado Especialista em Direito Trabalhista em Curitiba e região metropolitana” para **nichar** bem o seu perfil.

Insira **palavras chaves** nas suas outras **sessões** também, isso vai aumentar o seu **SEO**.

Pergunte a si mesmo: "Se alguém estivesse **procurando** um **especialista** na minha área, que palavras **digitaria** na barra de **pesquisa**?"

Essas são as **palavras-chave** que você deseja “espalhar” por **todo** o seu perfil.



SEO



# DICAS VALIOSAS

Lembre-se de colocar a sua região. Eu já consegui contratar profissionais assim, pela região que estavam.

Da mesma forma que você usa o Instagram ou o Facebook para encontrar um conteúdo legal, use o LinkedIn para postar algo que você gosta e também engajar no conteúdo das outras pessoas, isso ajuda a você ser mais achado.

4

## Publicação de conteúdo

**Aprenda a compartilhar  
seu conhecimento**



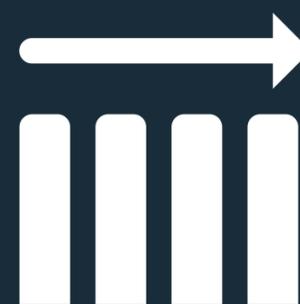
# Publicação de conteúdo - Consistência.

Você pode usar o LinkedIn para **postar** assim como **qualquer** outra rede social.

Qual o **melhor** jeito das pessoas saberem que você é um advogado **excelente**?

Mostre o que você **aprendeu** em todos esses anos no direito, seja autoridade no seu **nicho**.

Você consegue trazer **insights\*** impactantes para outros **advogados** e pessoas fora do âmbito do direito.



**Consistência.** Essa é a palavra para quem quer ter **sucesso** na vida. E nas **redes sociais** não seria diferente.

um insight é uma descoberta repentina que traz clareza ou solução a algo que estava anteriormente confuso.

# Ainda sobre Publicações

Inspire, desafie e eduque as **peessoas** que estão conectadas contigo no LinkedIn. Você a partir de agora é um **solucionador de problemas** online (já não basta na vida real), e isso vai te fazer ficar na frente de outras pessoas.

Quanto **melhor** o conteúdo que você postar, mais as pessoas vão **engajar** no seu conteúdo e **compartilhar** com outras que **precisam** disso. Isso causa um efeito **bola de neve** que trás mais pessoas para você e essas pessoas podem vir a se tornar **cliente**.

LinkedIn não é somente para **networking**, podemos também ter trocas de **insights** e **experiências transformadoras** com outras pessoas.



# BLOQUEIO CRIATIVO?

E se eu tiver o que eles chamam de “bloqueio criativo” e não conseguir criar conteúdo? Aqui vão algumas dicas:

- Ouça podcasts
- Leia livros e artigos
- Assista a vídeos e webinars
- Participe de conferências e workshops
- Mantenha-se informado sobre as últimas tendências e inovações
- Saia para dar uma caminhada (Enquanto ouve podcast, STONKS!\*)

\* "STONKS" é um meme que faz piada com investimentos e decisões financeiras aparentemente sem sentido.

# O que pode virar conteúdo?

Praticamente tudo, criamos uma lista para facilitar:

- Criar vídeos
- Escrever artigos
- Fazer uma newsletter
- Participar de podcasts
- Contar a sua história de vida
- Falar sobre suas vitórias e derrotas
- Escrever o que você tem aprendido
- Conte sobre a sua vida normal, sua rotina e etc
- Mostre os cursos que você fez o que aprendeu\*
- Mostre a eles suas qualidades únicas, algo que só você pode mostrar

\*principalmente se o curso for da **Manual dos Tribunais**

5

# Engajamento

**Aprenda a se conectar  
com sua Tribo**



# Como pensar sobre Engajamento

Gosto de pensar sobre engajamento e networking como amizades que possuem o mesmo objetivo.

São pessoas que se encontram na internet para conversar e compartilhar sobre como elas vivem suas vidas profissionais.

É um relacionamento ganha-ganha\*, você promove um conteúdo de valor (seu ou de outra pessoa), as pessoas se engajam, conexões profundas surgem e vocês crescem como indivíduos e profissionais do direito.



Não basta **postar** e **sumir**.  
Invista um **tempinho** do seu dia para a sua **comunidade** de conexões.

\* Ganha-ganha é uma situação em que todas as partes envolvidas em uma negociação, acordo ou interação saem beneficiadas e obtêm vantagens.

# Ainda sobre Engajamento

Além disso, **crie conexões** com outros advogados, pois eles podem **compartilhar** seus posts, trazer **insights** transformadores, te **convidar** para algum podcast, enfim, é um **oceano** de oportunidades para você crescer.

Um bom hábito para **crescer** o LinkedIn é **responder** a mensagens que você **recebe** do público assim que você **postou** algo.

Usar os **45 minutos** depois disso para responder é **crucial** para aumentar seu alcance.

Vamos ver isso mais proundamente no capítulo sobre Algoritmos.



6

## Networking

**A arte de fazer amigos online no LinkedIn**

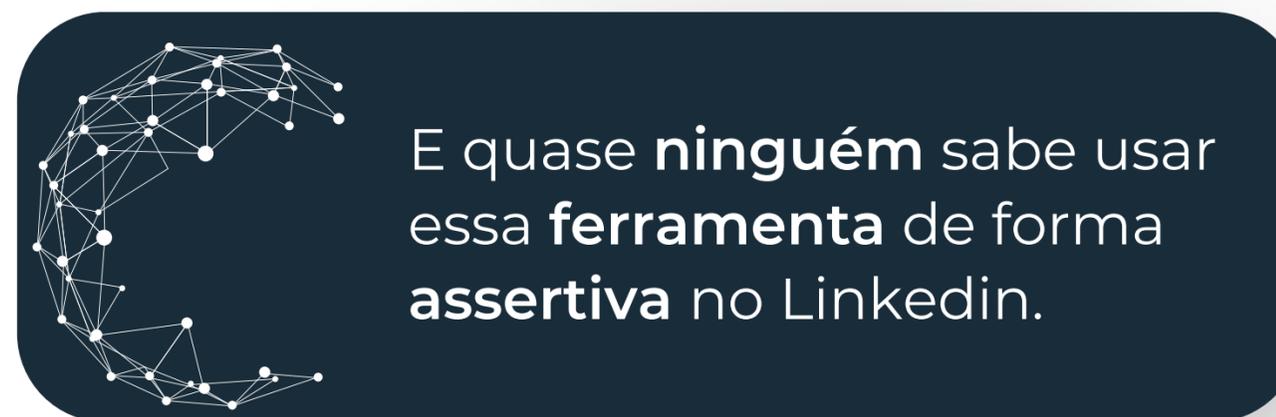


# O poder da Networking\*

As pessoas não sabem o **poder** que o LinkedIn possui para criar **conexões** que podem mudar as suas vidas para **sempre**.

Relacionamentos **fortes** e **interessantes** podem surgir a partir de **simples mensagens** no LinkedIn

Você pode conversar com **pessoas** que estão apenas **começando** e ajudá-las, pessoas que estão na **mesma** fase de vida que você está, pessoas que estão em um patamar muito **elevado** em sua carreira, além de pessoas de todas as partes do **mundo**.



E quase **ninguém** sabe usar essa **ferramenta** de forma **assertiva** no LinkedIn.

\* Networking envolve estabelecer conexões e relacionamentos com outras pessoas para fins de benefício mútuo.

# Ainda sobre Networking

A **quantidade** de pessoas no seu linkedin pode ser relevante, mas mais **importante** que isso são “**com quem**” você está se conectando.

Gosto de **pensar** “networking” como relacionamentos **genuínos** entre pessoas, não apenas um profissionalismo **frio** e **ríspido** onde todos parecem estar tirando vantagem.

A ideia é realmente se **interessar** pelas pessoas, perceber o que elas gostam e como isso **sinergiza** com a sua **história** ou com seus **objetivos**.



# DICA IMPORTANTE

Sempre personalize as solicitações de conexão.

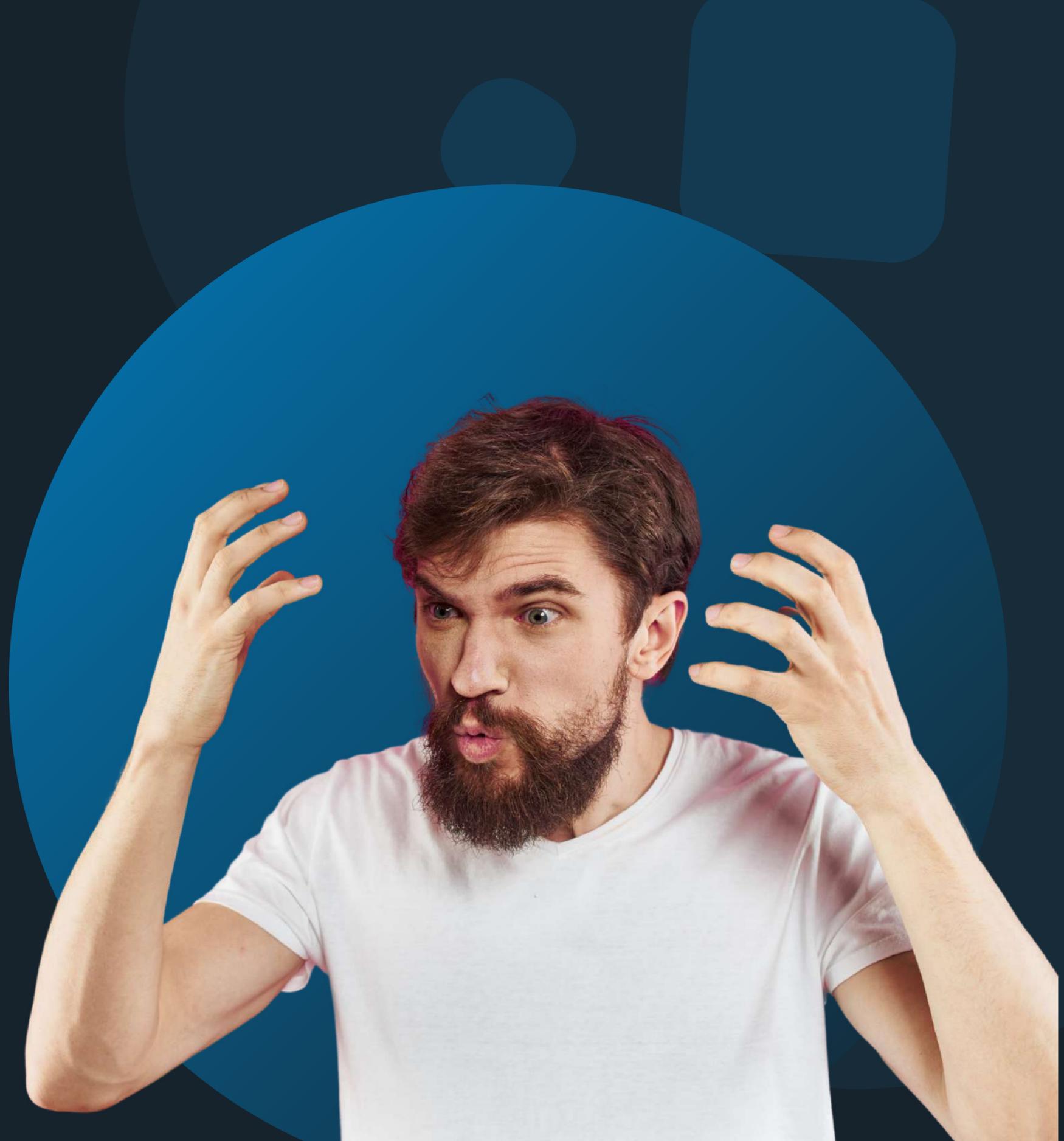
Deixe as pessoas saberem por que você deseja se conectar e quais interesses ou objetivos comuns o levaram ao perfil delas. Isso aumentará suas chances de aceitação e será um ponto de partida vencedor para uma conversa. Não faça Ctrl C + Ctrl V e envie muitas propostas, seja pessoal, genuíno e mostre interesse real para as pessoas.

7

## Algoritmo\*

# Como jogar as regras do jogo

\* Um algoritmo de rede social é um conjunto de regras e cálculos que as plataformas de mídia social, como o Facebook, Instagram ou Twitter, usam para decidir quais conteúdos mostrar aos usuários em seus feeds de notícias ou timelines.



# O que faz você **perder** alcance

#1 - Publicar um novo post no prazo de 18 horas após uma publicação anterior terá um impacto negativo no crescimento de ambas as publicações (-15%)

#2 - Publicar 2 novos posts no prazo de 18 horas após uma publicação anterior terá um impacto negativo no crescimento das 3 publicações (-30%)

# O que faz você **perder** alcance

#3 - Não edite o post nos primeiros 10 minutos (-10 a -40% )

#4 - Não seja o primeiro a comentar no seu post (-20%)

#5 - Editar seu post e colocar um link externo depois de 1 hora (ou mais) depois de postar (-10%)

#6 - Vídeos com outras pessoas (-40%)

# O que faz você **perder** alcance

#7 - Vídeo sem nenhuma pessoa (-75%)

#8 - Se você posta 2x por semana (no mínimo) e para de postar por 1 mês os primeiros 4 - 5 posts que postar quando voltar vão receber -30% de alcance.

# O que faz você **ganhar** alcance

#1 - O alcance nas primeiras 8 horas é baseado no engajamento nos primeiros 90 minutos após a publicação

#2 - O crescimento ao longo de vários dias é baseado no envolvimento recebido entre os primeiros 90 minutos e 8 horas

Os primeiros 90 minutos são cruciais

# O que faz você **ganhar** alcance

#3 - Postar Selfies (no seu perfil pessoal) para aumentar 3x mais o seu engajamento e 2.5x mais seu alcance

#4 - Quando você publicar um post, engaje com pelos menos 3 outras contas (+20% de alcance)

Faça mais Selfies

# O que faz você **ganhar** alcance

#5 - Inclua uma foto de você em um slide quando for postar um documento (+80%-90% de alcance!)

#6 - vídeos legendados superaram os não legendados em 35% no alcance e 25% no engajamento

#7 - Responder a todos os comentários na primeira hora da publicação (+20% de alcance)

# O que faz você **ganhar** alcance

8# - Todo comentário recebido vai aumentar seu alcance em 4% na sua própria networking e 3% na network da pessoa que comentou

O poder da Networkig aparecendo novamente

# Melhores tipos de posts

Post de documento - 2.2 a 3.4% a mais de alcance.

Enquetes - 2.1 a 2.9% a mais de alcance.

Carrocel - 1.8 a 2.3% a mais de alcance.

Texto mais fotos- 1.2 a 1.6% a mais de alcance.

# Piores tipos de posts

Vídeo - 0,5 a 0,8% do alcance médio

Post com link externo - 0,4 a 0,5% do alcance médio

Post com 2 link externos - 0,2 a 0,4% do alcance médio

Portanto, incluir links externos nos posts é muito ruim.

# Enquetes

O melhor jeito de fazer sua enquete performar é colocar apenas 2 opções de respostas

Enquetes com 4 repostas perdem 30% do alcance

Enquetes que duram 1 semana perfomam melhor

# Dias e horas para postar:

Segunda-feira: 10:00 - 13:00

Terça-feira: 08:00 - 11:00

Quarta-feira: 09:00 - 11:00

Quinta-feira: 08:00 - 11:00

Sexta-feira: 01:00 - 15:00

Sábado - 10:00 - 13:00

Domingo - 01:00 - 15:00

# EXTRAS

Entre 1200 a 1600 caracteres é um o ideal em um post de texto

Colocar um link externo em um comentário depois de 1 hora postado não gera penalidades

Faça upload dos vídeos para o LinkedIn (sem link para outras plataformas) e use o formato quadrado

# EXTRAS

Use apenas 3 Hashtags, nem mais nem menos. É o número que melhor performa

Nunca pare de postar

Colocar você mesmo na TAG não interfere em nada

8

## Checklist

**Agora é a sua vez de  
fazer acontecer**



**MUITO OBRIGADO POR TER CHEGADO  
AQUI, ESPERO QUE REALMENTE TENHA  
TE AJUDADO, AGORA BORA FAZER  
ACONTECER.**



Manual dos Tribunais

# CHECKLIST

- 1 - Tirar o print da tela antes da transformação do seu LinkedIn (Página 6)
- 2 - Troque sua foto principal (Página 7)
- 3 - Mude o seu Banner (Página 14)
- 4 - Mude seu título (Página 21)
- 5 - Mude seu Sobre (Página 23)
- 6 - Mude seu “Fala Sobre e Experiência ” (Página 25)
- 7 - Peça por Recomendações (Página 26)

# CHECKLIST

- 8 - Inclua as palavras-chave no seu perfil (página 30)
- 9 - Coloque a sua cidade (Página 32)
- 10 - Planeje uma sequência de posts (página 34-37)
- 11 - Conecte-se com 5 pessoas por dia (página 39)
- 12 - Crie mensagens personalizadas (página 44)
- 13 - Poste a cada 18 horas (página 46)
- 14 - Responda aos comentários na primeira hora
- 15 - Adicione Selfies às suas publicações (Página 50)
- 16 - Escreva entre 1200 - 1600 caracteres (Página 57)

# CHECKLIST

- 17 - Engaje com 3 posts após postar (Página 50)
- 18 - Poste as nos horários certos (Página 56)
- 19 - Não edite seu post (Página 47)
- 20 - Não seja o primeiro a comentar seu post (Página 47)
- 21 - Poste o que performa melhor (Página 53)
- 22 - Não coloque links externos (Página 54)
- 23 - Poste vídeos com legenda (Página 51)
- 24 - Use 3 Hashtags (página 58)

# AGRADECIMENTOS

Em nome de toda a Manual dos Tribunais, obrigado.

Segue a gente no instgram!

