



Fil Dunskey
<http://be.net/dunskey>

Táticas de Social Media para Empresas

Pedro Ramos

- 27 Anos
- Frequencia de licenciatura em Gestão de Marketing no IPAM – Porto
- Gestor de Projectos na D'ouro Musa Lda.

Conteúdos

- Conceitos base
- Plataformas
- Confiança
- Imagem
- Viral
- Target
- Resultados

“We don’t have a choice on whether we **DO social media, the question is how well we **DO** it.”**

– Erik Qualman

CONCEITOS ESSENCIAIS

SEO – “Search Engine Optimization” Optimização para os motores de busca

SEM – “Search Engine Marketing” Marketing em motores de busca

Engagement – Capacidade de criar relação com o espetador/fã...

AdWords – Sistema publicitário da Google

KeyWords – Palavras-chave definidas para caracterizar sites, posts, imagens, etc

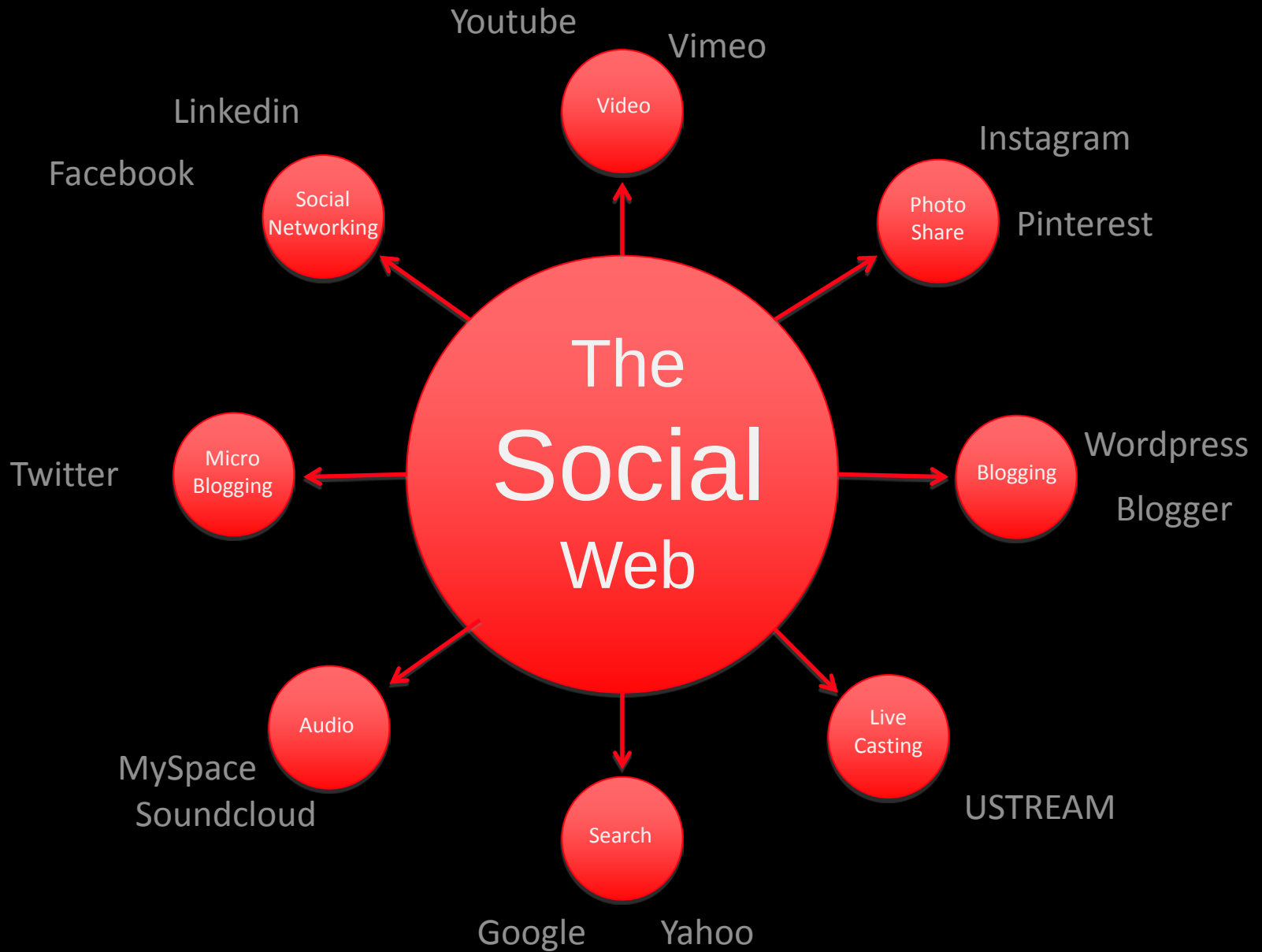
FB Insights - Instrumento estatístico do facebook

Leads – Forma de qualificar um contacto



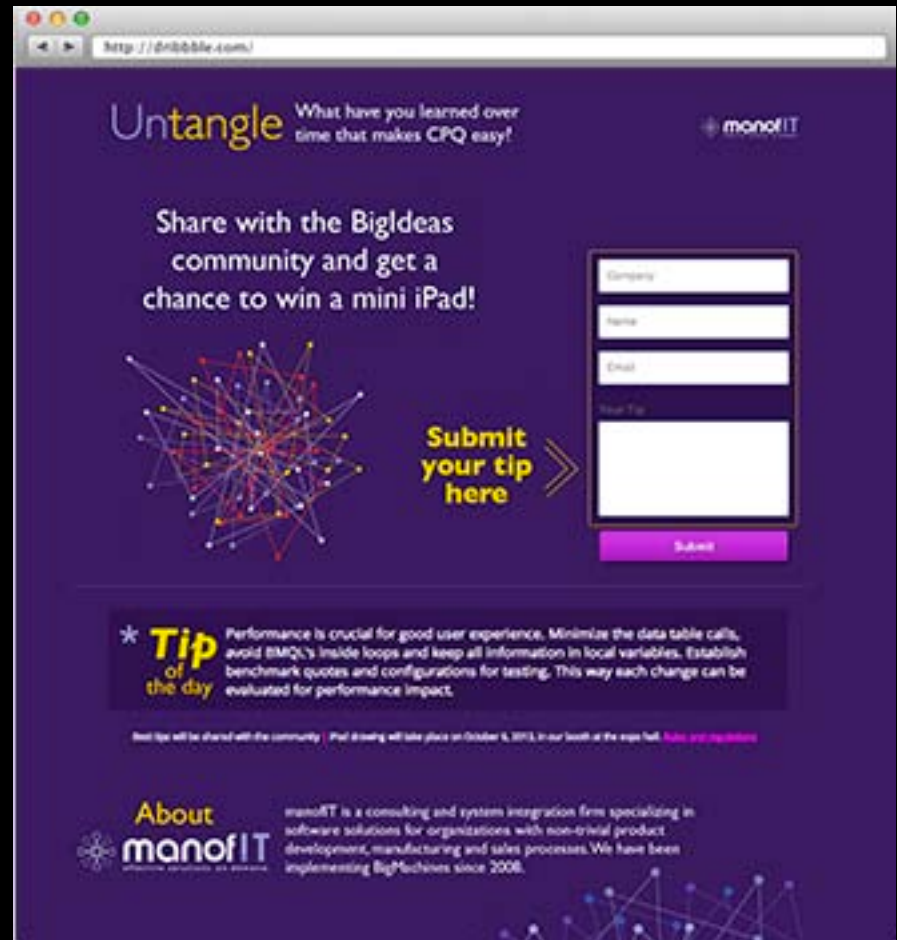
- Website é essencial;
 - Redes Sociais
 - Landing Pages;
 - Email Marketing;
-
- Botões de share em todas as publicações;
 - Todos os documentos devem conter os links para as redes sociais e site.

TODAS AS EMPRESAS DEVEM ESTAR
PRESENTES EM PELO MENOS DUAS
REDES SOCIAIS.



Landing Pages

- Instapage.com
- RD Station



Email Marketing

- E-goi
- MailChimp
- TinyLetter



COMO GERAMOS CONFIANÇA NA NOSSA AUDIÊNCIA?

HUMANIZANDO



THE TRUST EQUATION

$$\begin{array}{c} \leftarrow (\text{CREDIBILITY}) + (\text{RELIABILITY}) + (\text{INTIMACY}) \\ \hline (\text{SELF-ORIENTATION}) \rightarrow \\ \hline = \text{TRUSTWORTHINESS} \end{array}$$

The Trust Equation by David Maister and Charles Green.

HASHTAGS e IDENTIFICAÇÃO

**D'ouro Musa**
Publicado por Pedro Ramos [?] · 14/5

Hoje pus o Rui de castigo atrás dos banners para a CHI Clinic na Meia Maratona do Douro Vinhateiro...

#Banner #MeiaMaratonaDouroVinhateiro #ChiClinic #DouroMusa — com Rui Santos.

**D'ouro Musa** partilhou uma ligação.
19/3 · Editado

"Advertainment e o Futuro da Propaganda" by Walter Longo
Via Blog Vitamina Publicitária



"Advertainment e o Futuro da Propaganda" by Walter Longo | D'ouro Musa
buff.ly

Tagboard.com

70/20/10

- 70% conteúdo criado pela empresa
- 20% conteúdo criado por terceiros
- 10% conteúdo promocional

Existe quem defenda os 80/20 mas é bom dar visibilidade a outros para que sejamos vistos também.

“ART IS NOT
WHAT YOU SEE,
BUT WHAT YOU MAKE
OTHERS SEE.”

- *Edgar Degas*

IMAGEM

1. Mostra o lado pessoal



2. Dá destaque aos teus colaboradores



Bazooka partilhou uma ligação.

13/2

Quem é ou já foi estagiário, vai gostar deste vídeo.. 😊



A Revolta do Estagiário

Porque na Bazooka não há distinção, todos são colegas, todos gostam de



D'ouro Musa

24 de Dezembro de 2013

Porque todos nós na D'ouro Musa somos uns belos presentes, desejamos a todos os nossos clientes, fornecedores e amigos um Feliz Natal e um excelente ano de 2014. — com Aninha Moreira e 8 outras pessoas.

A equipa da
D'ouro Musa
deseja a todos os seus
clientes, fornecedores
e amigos um Feliz
Natal e um excelente
ano de 2014.



3. Faz perguntas que saibas que vão tocar as pessoas!



4. Mostra o que se passa atrás das câmaras



5. Usa citações

"WHEN SOMETHING IS
IMPORTANT ENOUGH
DO IT EVEN IF
THE ODDS
ARE NOT IN YOUR FAVOR"

Elon Musk

Canva
#virgindisruptors



D'ouro Musa

9 de Novembro de 2013

"A genialidade é 1% de inspiração e 99% de transpiração!" Thomas Edison

Uma das citações que nos inspira....

E a vocês o que vos inspira?

Like · Comment · Share

Garash Mannar and 199 others like this.

85 shares

Helen Olubunmi Oyekan Like marry you or Jackie Chan, when you both married? or Leave the UK where am ill @ease from frightening experience? without a dime? when i would rather have money & leave than, leave without a dime? Thanks!

Like · Reply · 5 hrs · Edited

Walter Wartenweiler I almost asked: done with Canva and then saw that indeed it was. 😊

Like · Reply · 6 hrs



Write a comment...

6. Mostra o teu produto



7. Partilha dicas



Meia Maratona do Douro Vinhateiro

há 2 horas

DELFIN DOURO HOTEL

Precisa de quarto? Por desistência de um grupo o maravilhoso Delfim Douro Hotel ainda tem quarto

Reserve já!
9915435356



Designtaxi

há 20 horas

Infographic: Tips For Designing Effective Visual Communication <http://ow.ly/wRVtu>

Ver tradução

10 TIPS FOR DESIGNING EFFECTIVE VISUAL COMMUNICATION

THE VISUAL AGENCY

COLUMN
FIVE



8. Partilha testemunhos

Limite do Sonho
Gostei · 20/3

Hoje recebemos mais um email 5 estrelas de um cliente nosso... É mais um para a moldura... mas é sempre especial quando recebemos bons feedbacks! 😊

Gosto · Comentar · Partilhar

👍 José Caraméz, Márcia Santos, Maria Caraméz e 9 outras pessoas gostam disto.

Mariana Caraméz Isto é do que eu estou a pensar? LOL
Gosto · Responder · 🗨️ 1 · 20/3 às 16:43

Limite do Sonho Sim. É dos teus serviços. 😊
Gosto · 20/3 às 17:44

Paulo Silva Merecido! Ou será que por ser uma empresa de cerveja o sr. coiso e tal...? lolololol Abraço para vocês!
Gosto · Responder · 🗨️ 1 · 20/3 às 16:07

2 respostas

Escreve um comentário...

O que os nossos clientes dizem

“Não é o que dizes que **cativa** as pessoas,
É a forma como dizes.”

Bill Bernbach

Explica-me

Entretém-me

Emociona-me

3e



smart Portugal

2/4

Sabias que o teu smart está ainda mais seguro?

Sabe mais aqui.

<http://www.clubesmart.pt/qrsmart.php>



smart Portugal partilhou a foto de smart HK.

28/3

Esta fotografia lembra-te alguma coisa?

smart fortwo嘅出現，係為咗拯救擠迫交通中嘅你！

(圖片轉載自smart)



smart Portugal

14/5

>> Há vida inteligente na Terra: smart fortwo.
Na cidade, o smart fortwo é a opção mais inteligente para quem procura agilidade, mobilidade e versatilidade sem perder em conforto e segurança. Visita um concessionário oficial e descobre a melhor forma de te moves no espaço.



Conceito Forte



Expresso através de uma headline ou tagline

Experiências ou Histórias

Verdade escondida ou irrefutável

Para fazer uma boa história:

- Protagonista
- Antagonista
- Enredo
- Conceito ou moral da história

$$\text{Viral} = [(S+V+CF+CP)^{PP}] \times BS / I$$

S → Surpresa

V → Verdade

I → Imponderáveis

PP → Peer Pressure

CF → Coisas fofinhas

CP → Coisas Parvas

BS → Budget Seeding

By João Geada

SABE REALMENTE QUAL É O SEU TARGET?

Facebook Insights

Youtube Insights

Google Analytics

Entre outras...

- Descubra qual o conteúdo com mais engagement dos seus concorrentes.
- Organize todo o conteúdo que quer que seja partilhado.
- Melhore a sua estratégia de partilha de conteúdo.
- Se partilhar imagens tenha em atenção o background.
- Crie infográficos e/ou e-books.

Ferramentas para melhorar o seu conteúdo e chegar ao seu target:

Sharegrab

PostAcumen

Nitro – Post Strategy

Hootsuite

Shareist

Wisemetrics

Clipping magic

Infagraph

Driftrock

Piktochart

Social Express

Social Bakers

Coschedule

LeadSocial

Obrigado!

Free Download

[150 Marketing Bookmarks by HubSpot](#)

pedroramos.jp@gmail.com

(+351) 91 79 26 967