

***Marketing nas redes  
sociais e a divulgação  
nas mídias sociais.***

*Caio Vitoriano*



**Apresentações.**

***“... o objetivo principal da comunicação é a persuasão. A tentativa de levar os outros a abraçar o ponto de vista de quem fala, escreve, se expressa.”***

Aristóteles.

**Cooperativa.**





# **01. Começar do começo.**

**Definições para entender  
o universo que trabalharemos.**

## **Gestão.**

***Consiste em um grupo de medidas ou iniciativas temporárias, que vão contribuir para o desenvolvimento de um produto ou serviço.***

## **Conteúdo Digital.**

***Todo e qualquer informação publicitária, jornalística ou pessoal que circule nos meios e veículos digitais.***



**Que tipo de  
conteúdo(s)  
pretendo  
gerenciar?**



- **Tudo é Informação.**
- **Conteúdos institucionais:**
  - **Aprendiz cooperativo**
  - **Cooper Jovem**
  - **LíderCoop**
  - **Dia de Cooperar**
  - **Cooperativismo em Pauta**



**Comunicação é objetiva/plena quando seus códigos são perfeitamente decifrados. Só será possível atingir essas condições se ambas as partes entre as quais ocorre a comunicação (emissor e receptor) tiverem conhecimento instrumental do fenômeno.**

Deve-se considerar o nível cultural que vai ser passada a informação.

***Vender é o primeiro e óbvio objetivo do por que do nascimento e desenvolvimento da comunicação comercial.***



## 2. Um pouco de mkt.

***“A verdadeira  
revolução não  
acontece quando  
a sociedade adota  
novas ferramentas  
e sim quando  
adota novos  
comportamentos”***



2005  
Era Digital



2013  
Era Pós-Digital



SESCOOP/RN



**Verdade bem dita**

**vs.**

**Comunicação bem dita**

## **03. Internet.**

**Alguém aqui  
se vê sem  
internet?**



**Internet:**

**ferramenta  
de pesquisa,  
serviço e  
socialização**





# Espaços livres e democráticos na Internet:

*site*  
*redes sociais*  
*apps*



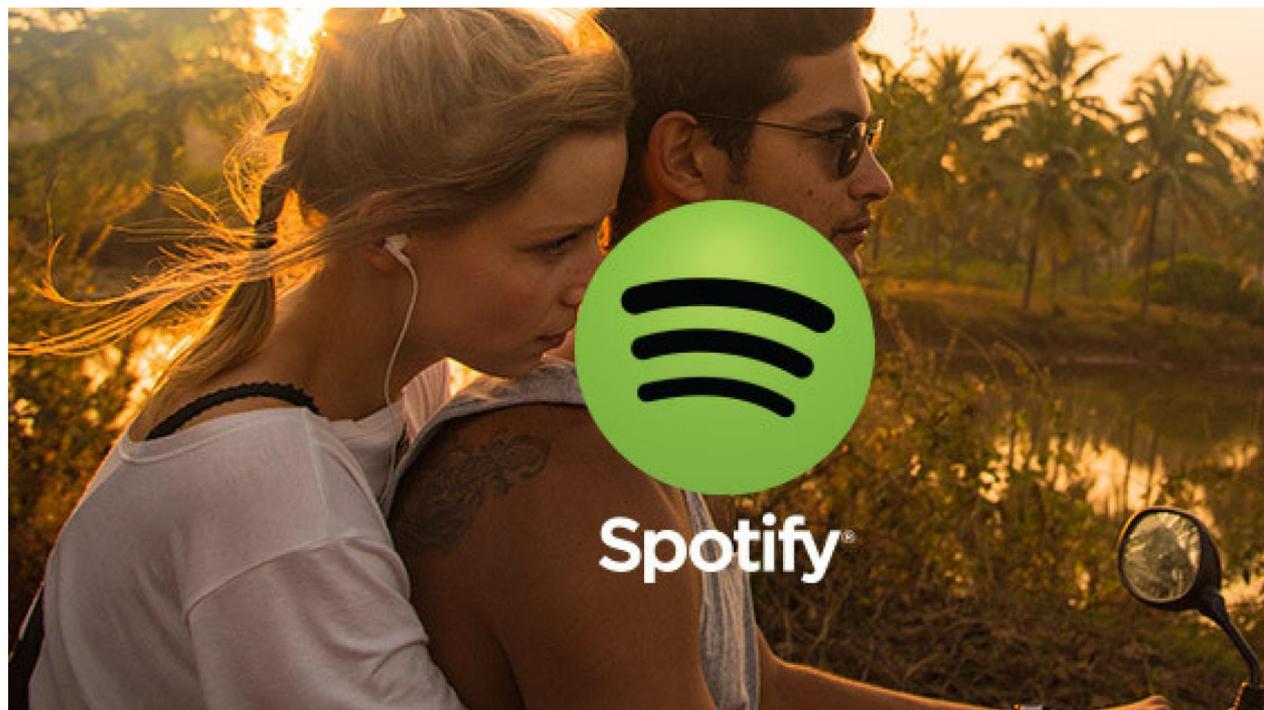
**A Geração Y deseja ser  
entretida pelas marcas.**

Cerca de 80% dos  
entrevistados fizeram  
tal afirmação  
quando consultados se  
queriam ser entretidos.

**Boas notícias:**

somente 3% declararam que  
a publicidade é chata.

**Conteúdo, sim!**  
**Publicidade, não!**



**Conteúdo, sim!  
Publicidade, não!**



Há pouco  
tempo a  
pergunta era  
outra.  
Alguém se  
vê sem  
televisão?



**Televisão:  
um passado  
de fórmulas  
infalíveis.**



**Intervalo Comercial**



Internet. **Segunda tela**  
Novos hábitos de consumo.

## Principais atividades ao assistir TV

Falando com outras pessoas (70%)

Comendo na frente da TV (68%)

**Navegando na internet (63%)**

**Falando no telefone (45%)**

**Usando Mídias Sociais (42%)**

Lendo / Estudando (25%)

Chat na internet (23%)

Jogos eletrônicos (22%)

## *Facebook*

**+ 64 milhões de usuários**

**$\frac{1}{4}$  do tempo na internet no *facebook***

**46% - Homens**

**54% - Mulheres**

**74% - 18 a 34 anos**

Internet.



**A Internet já é a mídia mais consumida no País (hoje com 80 milhões de internautas).**

Mais de 40% dos usuários da rede passam, pelo menos, duas horas por dia na Internet (por vários dispositivos digitais).

São cerca de 23,8 horas gastas pelos brasileiros por semana na Internet, sendo que assistem apenas 6,2 horas de TV.

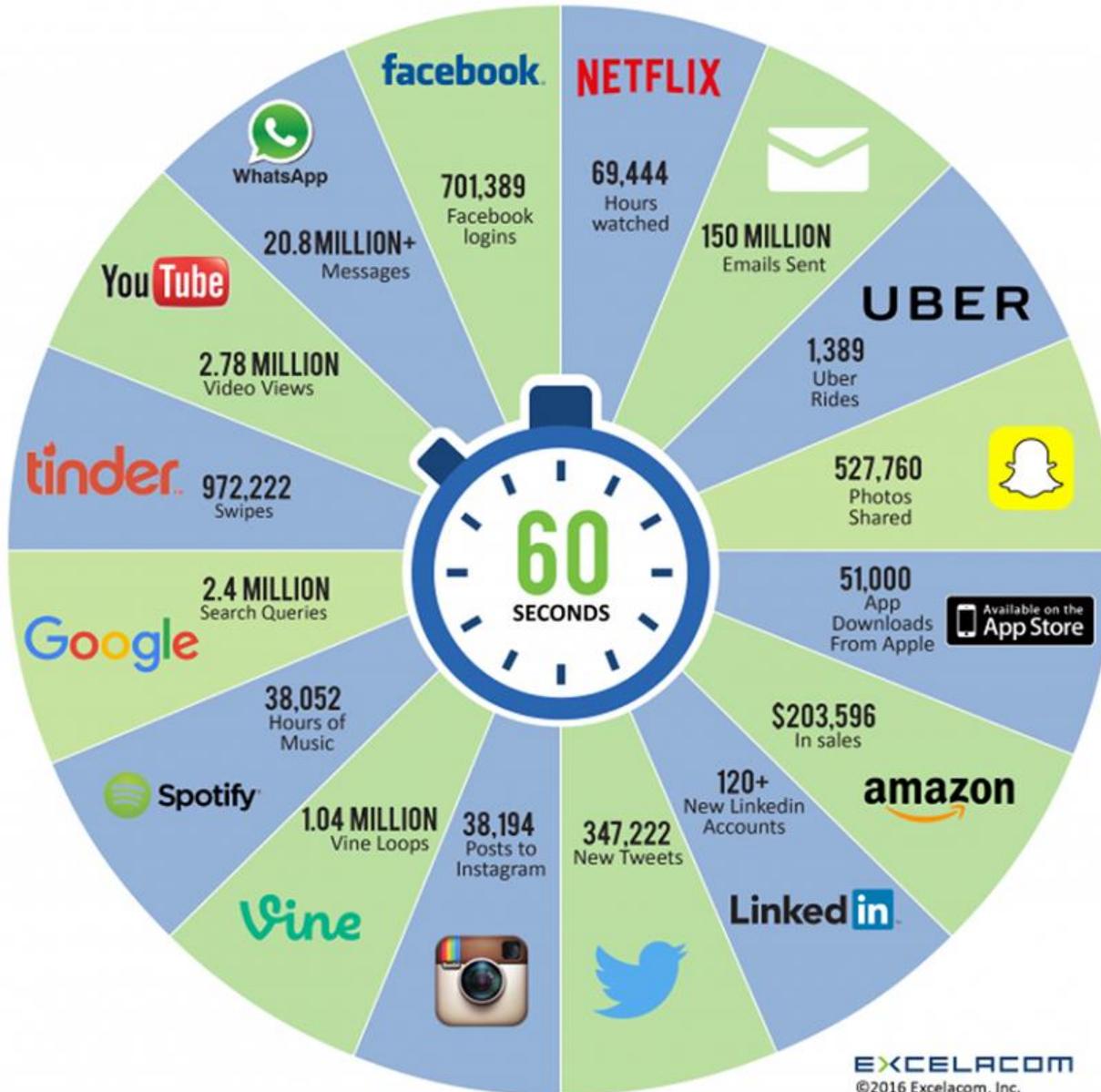
A previsão é que, esse ano, a adoção da web como principal meio de informação e entretenimento alcance a marca de 57%. (hoje são 48%).

*Facebook # SnapChat*

**Snap: 14 – 34 anos  
+ 7 bilhões de vídeo**



# 2016 What happens in an INTERNET MINUTE?



A

INTERNET

causa



***Na era pós-digital a internet aprendeu a se antecipar e sugerir coisas que possam ser relevantes, considerando os hábitos de navegações e interesses dos internautas.***

**NÃO PRESTAMOS  
ATENÇÃO EM COISAS  
CHATAS!**



COMO  
CHAMAR  
ATENÇÃO?



**Internet.  
Como chamar  
atenção?**



**X**

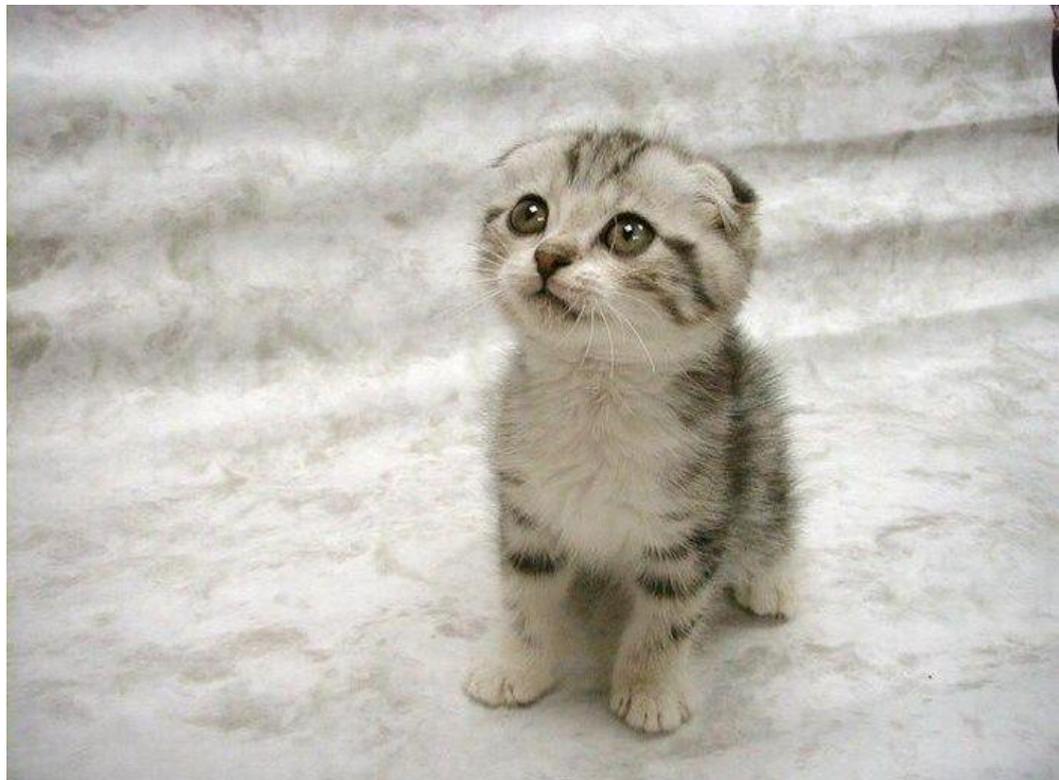


**Produção de informação é infinita.  
Tempo das pessoas limitado.**

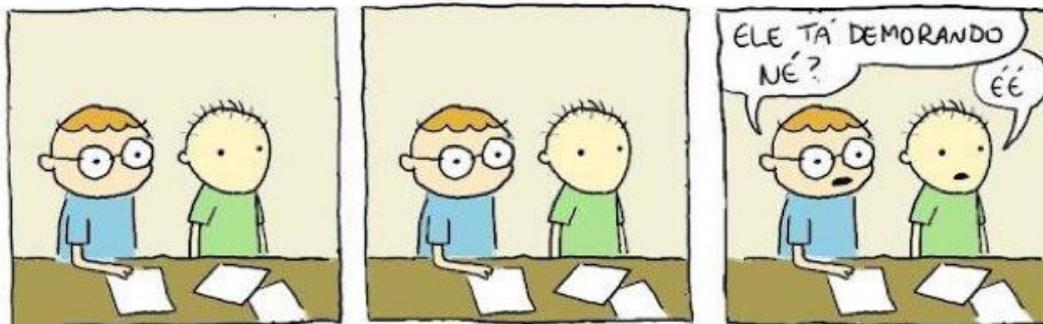
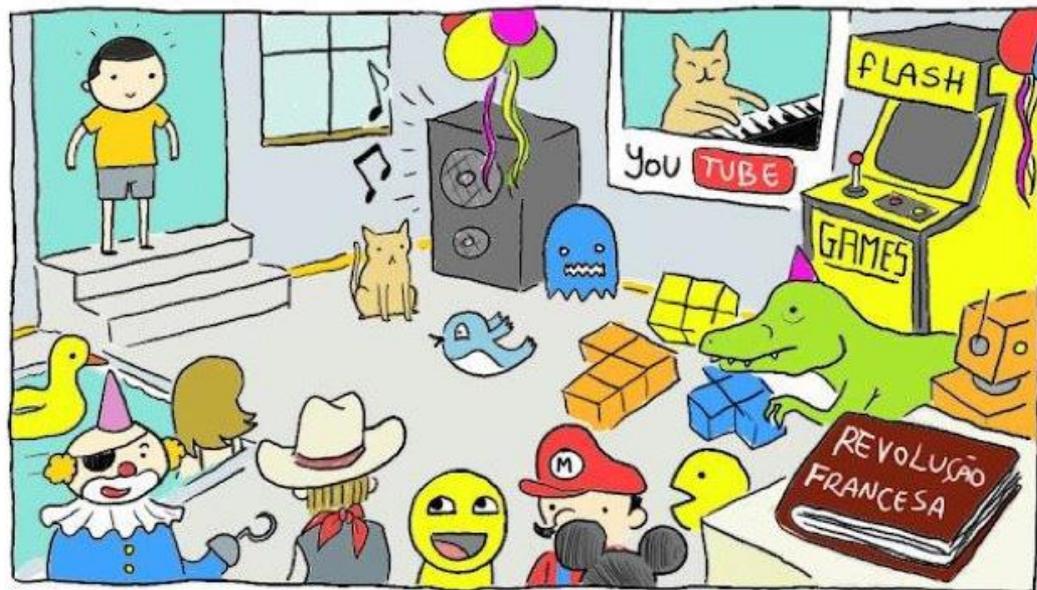
**Internet.  
Como chamar  
atenção?**



**QUE FICA  
NA NOSSA CABEÇA?**



## Internet. Como chamar atenção?



## Internet. COMO CHAMAR ATENÇÃO?

AMEÇAS  
SEXO  
EMOÇÕES  
VIOLENCIA



Imagem do filme Psicose (1960) – Alfred Hitchcock

Internet.  
QUE PRESTAMOS  
ATENÇÃO?



**CONTEÚDO  
E BEM FEITO!**

.....

**Produção - Investimento**



## Gerar Comunidade

.....

**Não gosto do  
produto mas gosto  
do conetúdo.**

.....

**Envolvido,  
divulga.**





Consumidor  
Ativo / Produtor:  
Produz baseado no  
meu conteúdo.

.....

Consumidor  
Envolvido  
apaixonado:  
*Like*





**SESCOOP/RN**



Tasty

### 3. Ferramentas...



“E como fazer mais ações  
- **mais completas**  
**e capilarizadas** - se,  
em contrapartida, os  
*budgets* estão, em muitos  
casos, bem mais  
enxutos? É justamente  
aí que o quesito  
criatividade entra.”

## ***Inbound Mkt (Marketing de atração)***

**“Qualquer tática de *marketing* que se baseia em ganhar o interesse das pessoas ao invés de comprá-lo.”**

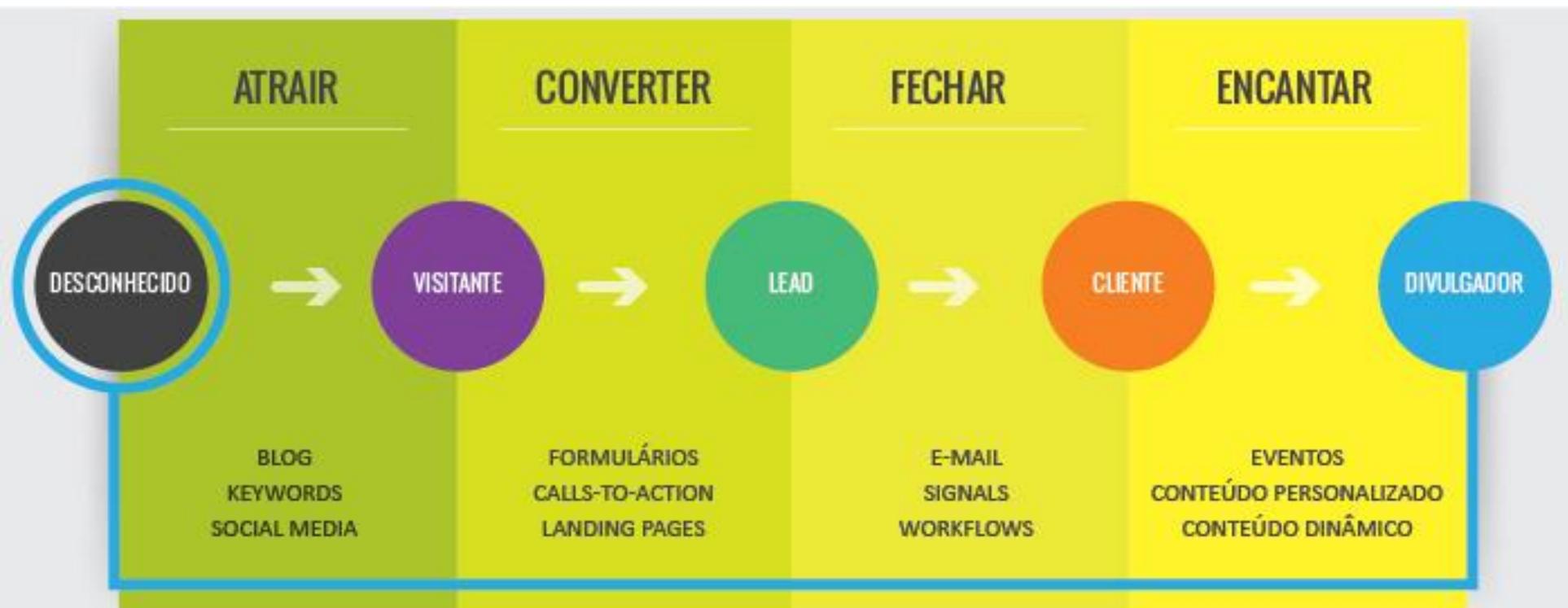
Quatro indicadores de resultados que servem também para identificar em qual **etapa da comunicação nas mídias sociais uma marca se encontra:**

**Alcance**

**Adequação**

**Influência**

**Engajamento**





**Redes  
Sociais.**

## **KPI (Pontos chaves de validação)**

.....

**Taxa de conversão**

**Índice de engajamento**

**Índice de influência social**

# HORÁRIOS NOBRES

Descubra os dias e horários de maior audiência nas redes sociais

**160 MILHÕES**  
de menções foram coletadas no Facebook, Twitter e Instagram em 2015.

O Twitter fica mais movimentado **ENTRE 18h E 22h**, coincidindo com os horários nobres da televisão.



Pela primeira vez o estudo também traz dados sobre segmentos de mercado. Sendo **finanças**, **e-commerce** e **varejo** com mais participação, seguidos de educação, beleza, saúde e moda.



**DE TERÇA À QUINTA**, é quando os usuários mais interagem no Facebook.



  
sprinklr

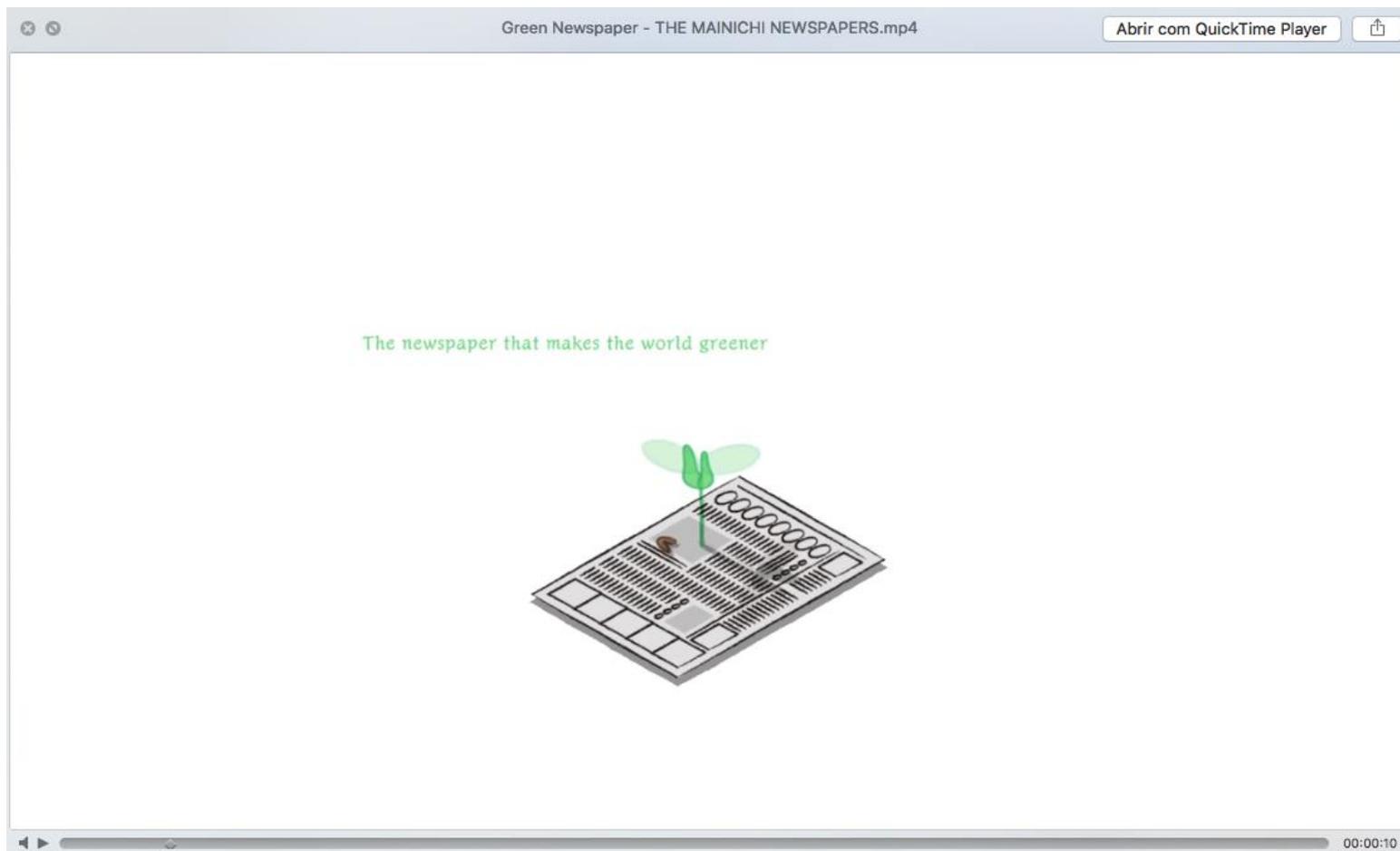
Confira mais informações e baixe o estudo completo:

[spr.ly/horariosnobres](http://spr.ly/horariosnobres)

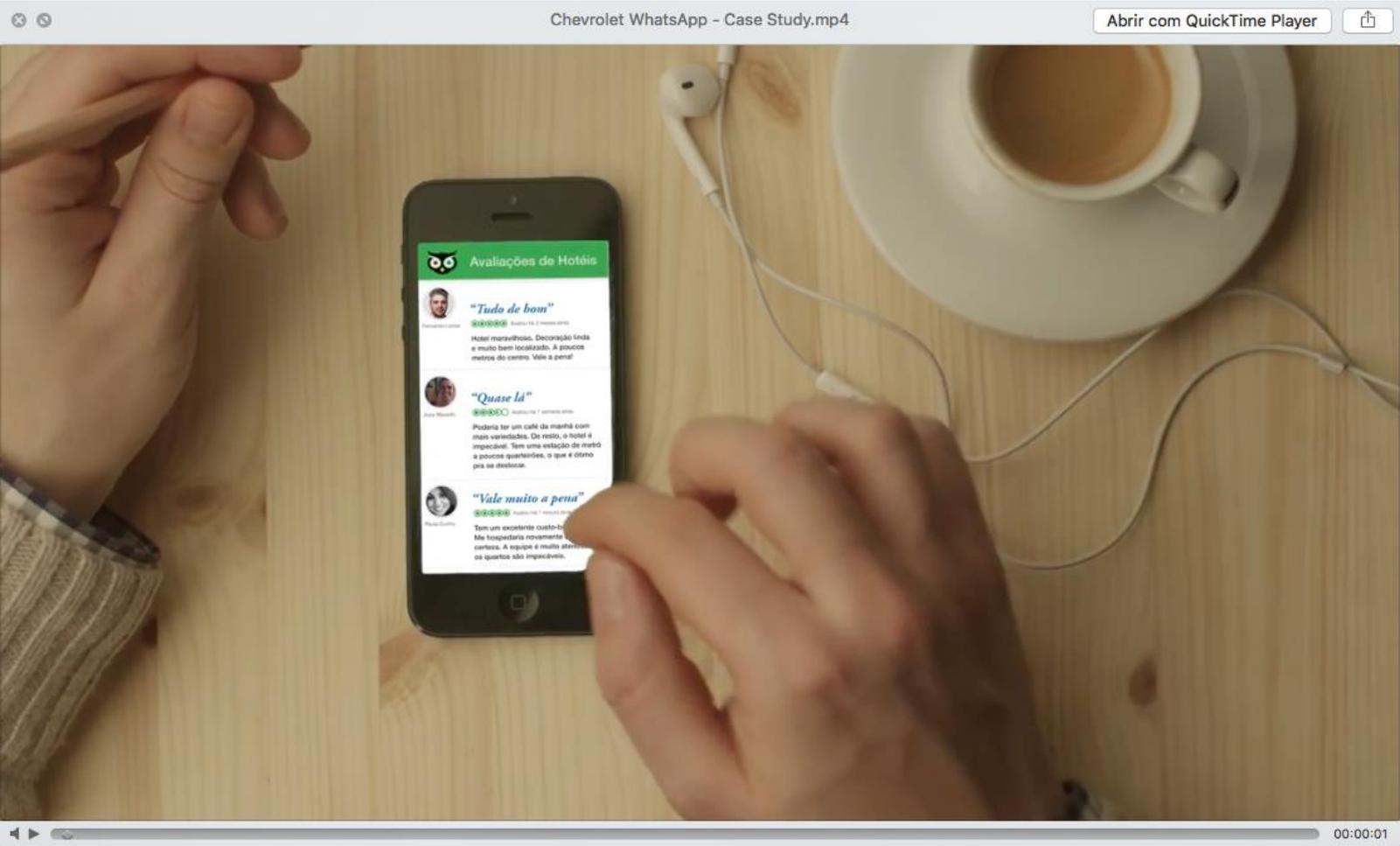
O Instagram apresenta um número de interações mais constante ao longo da semana, com **PICOS DE 80 MIL**.

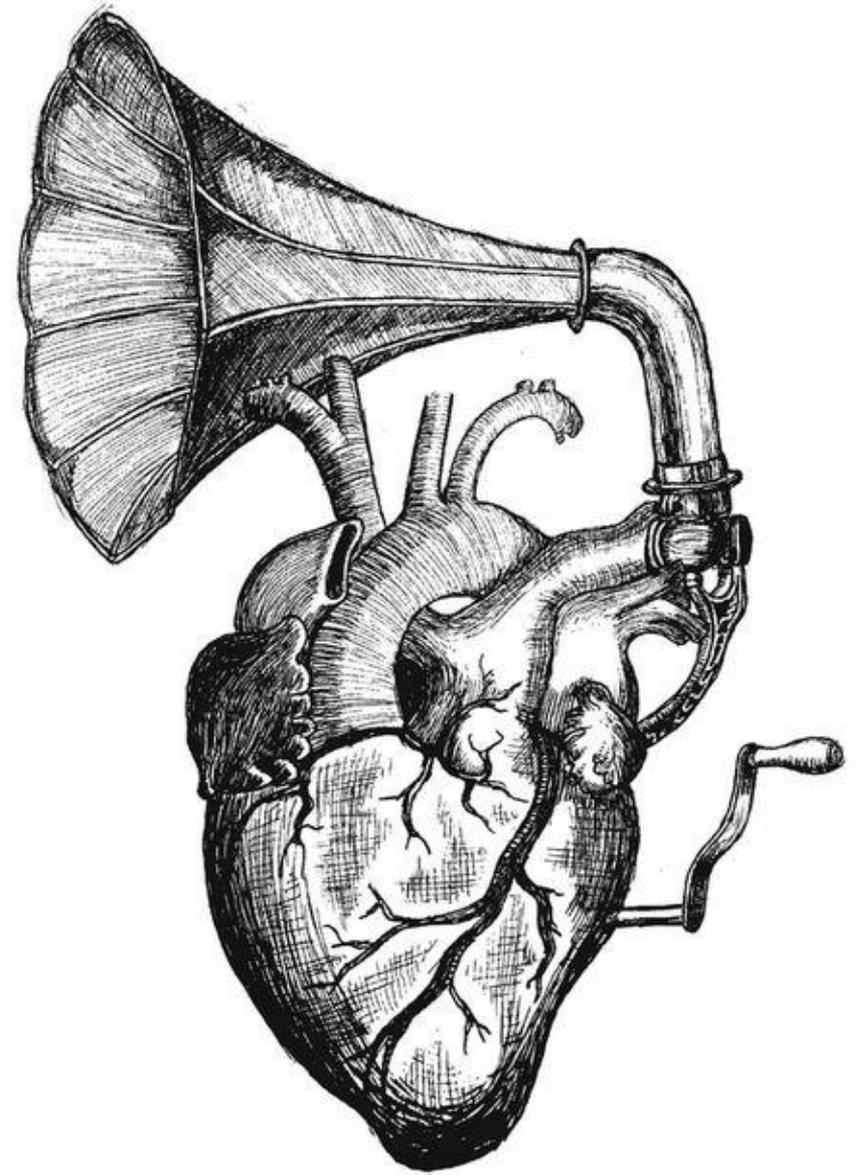


# Internet. O QUE PRESTAMOS ATENÇÃO?



OnOff.





**obrigado.**