

**disruptive**  
digital  
education

# social media marketing strategy

workshop

Lisboa

# social media marketing strategy

Este Workshop foi concebido por profissionais na área de Comunicação e Marketing Digital que atuam na indústria nacional e internacional.

## **SOBRE O WORKSHOP**

Hoje vivemos num ambiente em que empresas e marcas não mais consideram web social uma novidade. Mesmo assim são ainda recorrentes os casos de grandes e pequenas empresas a atuar de forma errónea nas redes sociais. A web social não é o futuro, mas sim o presente, já com um pé no passado. A velocidade das coisas mudou. As novidades vão e vêm mais rápido. O tema da presença das empresas online, da monitorização dos conteúdos gerados pelo utilizador e ainda a rápida resposta que podem ter efeitos benéficos na fidelização dos clientes é essencial.

E é justamente o quando, como e porquê de estar ou não presente e em quais plataformas que vamos discutir ao longo do workshop.

Este Workshop Intensivo de Social Media Marketing Strategy é lecionado nas nossas instalações de Lisboa.

## **PÚBLICO-ALVO**

Este curso destina-se a quem esteja ligado à criação de conteúdos digitais: bloggers, gestores de redes sociais, community managers, profissionais de marketing e que usem a Web como o palco da sua comunicação. Ou ainda para quem vê nas redes sociais a oportunidade de aumentar a notoriedade ou expandir o seu negócio.

**duração total** 16h - Aulas Teóricas / Práticas + Projeto (4 sessões de 4 horas)

**investimento** 150€

### **REQUISITOS**

Conhecimentos gerais de comunicação, relações públicas e marketing digital além de vontade de conhecer novas opções e aventurar-se no novo mundo da comunicação digital.

## 1. Introdução às Redes Sociais e ao Ecosistema Digital.

- › Evolução histórica.
- › Comportamentos dos novos consumidores.
- › Alteração dos paradigmas: novas oportunidades de comunicação, etc.
- › Redes sociais no mix de comunicação.
- › O ciclo da estratégia.

## 2. Estratégia de Comunicação em Redes Sociais.

- › Elaboração de Estratégias de Marketing Digital;
  - Objetivos.
  - Target.
  - Mensagem/Propósito da Marca .
  - Brand personality.
  - Brand Content.
- › Plataformas de comunicação digitais: Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn.
- › Outras redes
  - Key Features.
  - Native Content.
  - Do's and Don'ts.
- › Social Media Brand Guidelines:
  - Templates e assets visuais.
  - Voz e tom de comunicação.
- › Social Advertising: Facebook, Twitter, LinkedIn, Instagram
  - Advertising nas várias plataformas: formatos e técnicas.
  - Definição do plano de media.
  - Técnicas de segmentação.
  - Avaliação da performance de campanhas de marketing online.

## 3. Content Marketing.

- › Content Strategy: created, curated, commercial.
- › Plano Editorial: definição de conteúdos.
- › Plano de Conteúdos: best practices, construção, aprovação.
- › Real time content: do's and don'ts.
- › Ferramentas para produção e gestão de conteúdos.
- › Passatempos e promoções.
  - Best practices/cuidados a ter.
  - Mecânicas tipo por plataforma

## 4. Monitorização.

- › Social listening
  - Monitorização da marca e da concorrência.
- › Customer support
  - Guidelines.
- › Tracking de comportamento de visitantes.

## 5. Análise e Avaliação de Performance.

- › Avaliação da performance de campanhas de marketing online.
- › Medição e otimização: a chave do sucesso online.
- › KPIs e métricas: como definir e adaptar para melhores resultados.
  - Análise de KPIs.
  - Análise de eficácia do plano de comunicação.
  - Funis de conversão.
- › Implementação de melhorias.
- › Performance reports.

## 6. Gestão de Crise.

- › Definição de uma crise? diferenciação dos diferentes tipos.
- › Como gerir com uma crise online
  - Passos.
  - Definição de um manual.
  - Definição de respostas.
  - Monitorização dos comentários.
  - Reports.
- › Exemplos de planos de crise: estudo de caso.

## 7. Para além das redes sociais.

- › As redes sociais no contexto digital da marca.
- › Brand entertainment.
- › SEO/Web Conversion.
- › Blogue.
- › RP online.

## 8. Projeto Final.

- › Elaboração de um Plano Estratégico e Projeto de Social Media Marketing.
- › Análise e elaboração de um relatório de desempenho de uma campanha de MD.

### EQUIPAMENTO

Um computador por aluno; Projetor HD;  
Documentação em formato digital.

### CERTIFICAÇÃO

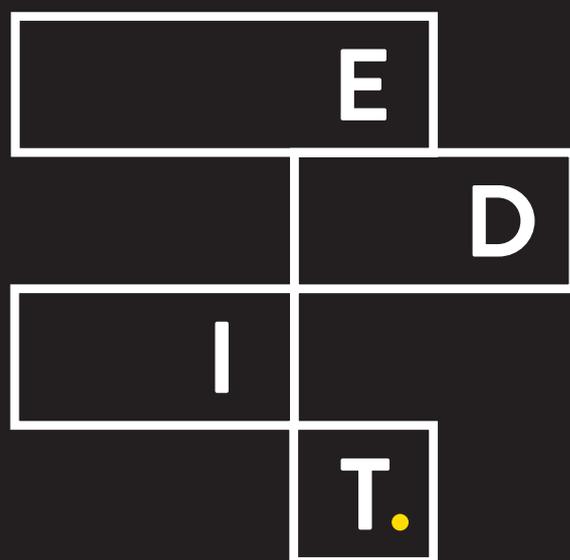
Inclui: Carga horária total do workshop, temática, certificação DGERT, carimbado e assinado pela coordenação pedagógica em **formato digital**.

### TUTOR



**PEDRO GARCIA**  
DIGITAL MARKETING & STRATEGY MANAGER

Allianz



[www.edit.com.pt](http://www.edit.com.pt)

**EDIT.** Travessa das Pedras Negras  
**Lisboa** n.º 1 - R/C + 1.º Andar  
1100-404 Lisboa  
(+ 351) 210 182 455  
[geral@edit.com.pt](mailto:geral@edit.com.pt)

**EDIT.** Rua Gonçalo Cristovão  
**Porto** n.º 347, 3.º piso, sala 309/302  
4000-270 Porto  
(+ 351) 224 960 345  
[geral@edit.com.pt](mailto:geral@edit.com.pt)

**Horário de funcionamento**  
segunda a sexta 10h-23h