

Social Media Marketing – A IMPORTÂNCIA DAS REDES SOCIAIS

Objetivos Gerais

As redes sociais têm vindo a assumir progressivamente mais importância no marketing, nas vendas e nas relações públicas, sendo uma área de investimento para empresas e indivíduos que pretendam explorar eficazmente as potencialidades da Web 2.0.

Este curso pretende dotar os formandos de conhecimentos e competências para a utilização de redes sociais, enquanto parte do plano estratégico de empresas/marcas.

Objetivos Específicos

No final deste curso os participantes saberão:

- Entender as potencialidades da Web 2.0 e como uma estratégia de comunicação integrada
- Formular estratégias de comunicação suportada nas redes sociais
- Definir os objectivos e público-alvo da comunicação
- Escolher as redes sociais/agregadores adequados ao alcance dos objectivos

Destinatários

Este curso destina-se a todos os profissionais das áreas Marketing, Publicidade, Comunicação, Branding e Web Design. Gestão de conteúdos online que pretendam potenciar a presença das suas empresas nas redes sociais.

Carga Horária

12 Horas

Conteúdos

1. Da web 1.0 para a web 2.0
 - Diferenças
 - O que é a Web 2.0
 - Novo paradigma da comunicação
2. Social networking
 - Diversidade das Redes Sociais
 - Redes Sociais horizontais e verticais
 - Diferenças

- Objetivos de comunicação
- Ning – criação de redes sociais

3. Análise de estudos

4. Estratégia nas redes sociais

- Definição de objetivos
- Passos na criação de uma estratégia
- Os 5 Ts
- Formas de atuar

5. Indicadores de retorno

- Tipos de Retorno
- Medição de retorno

6. As principais redes sociais

7. Plataformas de integração de redes sociais

- Tweetdeck
- Hootsuite

8. Best practices

- Regras básicas
- Formas de atuar

9. Tendências

- Geolocalização
- Redes Sociais em ascensão

10. Políticas internas

- Definição de Políticas Internas
- Análise de Exemplos

11. Estudos de caso

12. Sessão de perguntas & respostas