

## Gestão Estratégica de Redes Sociais

### Objetivos Gerais

Este curso é dirigido a todos os profissionais que pretendam adquirir conhecimentos para analisar, supervisionar e orientar estrategicamente a presença da instituição nas redes sociais, garantindo coerência com os objetivos da marca, reputação institucional e comunicação com impacto junto aos diferentes públicos.

### Objetivos Específicos

No final deste curso os participantes saberão:

- Compreender o papel estratégico das redes sociais em instituições financeiras;
- Avaliar o posicionamento atual da marca e identificar oportunidades de melhoria;
- Orientar e acompanhar equipas de comunicação e marketing com critérios claros;
- Interpretar dados e métricas relevantes para a tomada de decisão;
- Gerir a reputação digital e preparar respostas a crises ou situações críticas;
- Garantir o alinhamento da comunicação digital com os valores e missão da instituição.

### Destinatários

A todos os profissionais com participação na presença digital da organização. Diretores, gestores e quadros de liderança; Gestores de comunicação institucional, marketing ou marca; Responsáveis de áreas comerciais, inovação ou relacionamento com clientes.

### Pré-requisitos

Os pré-requisitos necessários para frequentar este curso são:

- Ter acesso a um computador ou um tablet com ligação à Internet e um browser (programa para navegar na web), como o Chrome, Safari, Firefox ou Internet Explorer.
- Pode aceder ao curso a partir de qualquer computador (por exemplo, em casa e no escritório), tablet ou smartphone.

### Carga Horária

18 horas

### Conteúdo Programático

**Módulo 0 – Apresentação de Plataforma e Método de Utilização**

**Módulo I – Redes Sociais como Ferramenta Estratégica**

- O papel das redes sociais na banca e no setor financeiro;

- O consumidor conectado e exigente: o novo perfil do cliente;
- Comunicação digital vs comunicação institucional tradicional;
- Posicionamento, reputação e credibilidade no ambiente digital.

### **Módulo II – Plataformas, Públicos e Estratégias de Presença Digital**

- Visão geral das principais plataformas: Facebook, LinkedIn, Instagram, YouTube;
- Características dos públicos em cada rede;
- Estratégias para comunicar temas financeiros com confiança e empatia;
- Alinhamento da presença digital com os valores da Instituição.

### **Módulo III – Comunicação Institucional nas Redes: Princípios e Práticas**

- Tom de voz, coerência e linguagem institucional;
- Comunicação para diferentes públicos: clientes, imprensa, reguladores;
- Gestão de comentários, dúvidas e críticas nas redes;
- Casos de boas práticas de comunicação digital institucional.

### **Módulo IV – Reputação Online, Riscos e Gestão de Crise Digital**

- O que pode ameaçar a imagem digital de uma Instituição?;
- Monitorização de menções e sinais de alerta;
- Protocolos de resposta institucional em crise;
- Exemplos reais de boa e má gestão de crises digitais.

### **Módulo V – Análise Estratégica de Métricas e Indicadores**

- O que a direção precisa de saber ao olhar para relatórios de redes sociais?;
- Métricas de vaidade vs métricas estratégicas;
- Interpretação de resultados: alcance, *engagement*, autoridade e perceção;
- Como avaliar se a comunicação digital está a fortalecer a marca.

### Módulo VI – Colaboração Estratégica com Equipas e Acompanhamento

- Como liderar, supervisionar e alinhar a comunicação feita por equipas ou agências;
- Definir objetivos estratégicos para a presença digital da instituição;
- Planeamento de temas estratégicos nas redes (Ex.: sustentabilidade, educação financeira, inovação);
- Fecho: plano de ação institucional e recomendações.

### Metodologia

Este curso tem sempre presente o formador, que irá mesmo dar a formação presencial através da plataforma.

O Formando pode intervir juntamente com o formador ou com os restantes formandos tal como faz na sala de aula.

As apresentações e exercícios serão sempre disponibilizados pelo formador no final de cada sessão de formação.

No final do curso receberá um Certificado de Formação Profissional caso frequente pelo menos 90% das aulas, realize os trabalhos e os testes propostos, participe nas discussões online e tenha avaliação final positiva.

Esta formação é certificada e reconhecida.