

Planeje pautas

A hand holding a smartphone displaying a social media profile, with a city skyline in the background. The text "Planeje pautas" is overlaid in a bright yellow-green color. Below the text, there are three horizontal lines of varying lengths, with the middle line being the longest and the two outer lines being shorter and slightly offset.

Linhas editoriais

”Elas devem levar em conta o interesse do público-alvo e os objetivos estratégicos da empresa sendo **essencial** para aproveitar todo o **potencial** desses canais para a divulgação de uma marca.

Sabemos que

mais de 80% dos brasileiros estão nas redes sociais de forma ativa

O problema é

que o volume de conteúdo publicado é proporcional ao número de usuários, o que gera uma intensa disputa por atenção.

então as linhas editoriais nos ajudam a não perdemos o foco...

Vamos por etapas..

1

Linhas editoriais

2

Melhores assuntos

Depois de entender quem é o público alvo de consumidor e como a marca quer ser reconhecida, assim como objetivos bem definidos, conseguimos pensar em como desenhar um calendário editorial (seja ele mensal, quinzenal ou semanal)

Vamos por etapas..

1

Linhas editoriais

2

Pautas quentes

“

As linhas editoriais funcionam como **seções de macro temas que focam em um tipo de assunto específico.**

É muito comum encontrá-las em veículos de comunicação, como jornais impressos, por exemplo.

As **redes sociais** não deixam de ser um **canal de comunicação e relacionamento** para as marcas e é por isso que precisamos **dividir os temas em linhas editoriais** para garantir que **todos os assuntos necessários sejam abordados na frequência ideal.**

Exemplos

Linhas Editoriais

Institucional

Produtos/Serviços

Dicas

Informativo

Curiosidades

Autoridade de
mercado

Feedback
(prova social)

Eventos

FAQ (dúvidas)

Datas do segmento

Tutoriais/resenhas

Mitos e verdades

Por que criar linhas editoriais?

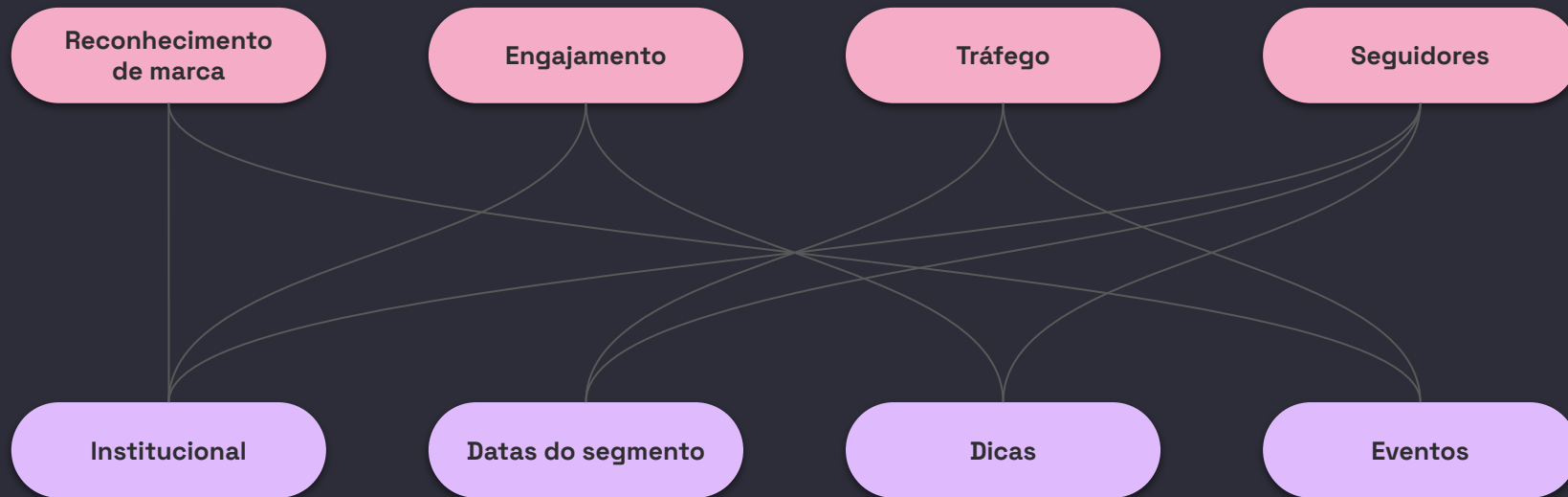
- Não perder o foco nos objetivos e estratégias
- Manter frequência e recorrência
- Fortalecimento de reconhecimento de marca e autoridade em assuntos
- Antecipação e planejamento
- Evitar perdas de oportunidades



O importante é entender que muitas linhas editoriais são adaptáveis aos objetivos da marca...

Por exemplo

Objetivos



Linhas editoriais

mas, existem algumas linhas mais ideias para alguns objetivos

Linhas mais indicadas por objetivo

Objetivos

Reconhecimento
de marca

Institucional

Autoridade de
mercado

Feedback
(prova social)

Informativo

FAQ (dúvidas)

Engajamento

Curiosidades

Datas do segmento

Dicas

Mitos e verdades

Informativo

Tráfego

Produtos/Serviços

Tutoriais/resenhas

Datas do segmento

Eventos

Seguidores

Informativo

Feedback
(prova social)

Tutoriais/resenhas

Mitos e verdades

Linhas editoriais

Exemplos

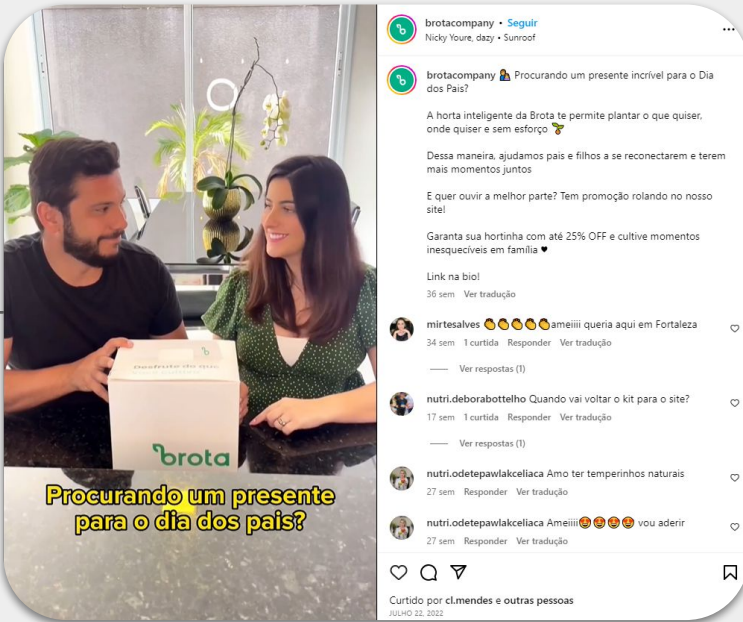
Linhas Editoriais

Produtos

Informativo

Tutoriais/unboxing

Datas do segmento



Engajamento

Tráfego

Exemplos

Linhas Editoriais



Reconhecimento
de marca

Informativo

Institucional



Engajamento

Produtos

Dicas

Vamos por etapas..

1

Linhas editoriais

2

Pautas quentes

“

Tudo aquilo que nos permite “surfear” uma onda do momento. Podem ser trabalhadas com diferentes vieses e transitam entre as linhas editoriais. Depende de como você, social media, transforma esses assuntos em pauta.

Definição de *pautas quentes*:

Elas podem transitar entre diferentes *linhas editoriais*. São basicamente oportunidades de momento e é preciso ter espaço para a adição dessas pautas no planejamento



Memes

Utilizar das linguagens meméticas para gerar **identificação com o público**, além de promover um tom mais leve e humorístico caso a marca permita.



Cultura

Lançamentos de **filmes e séries, shows, festivais de músicas**. Acontecimentos gerais que geram expectativa no público e oportunidades no marketing.



Sazonalidades

Aproveitar os momentos do ano para trabalhar as linhas editoriais de maneira estratégica. **Dia das mães, Black Friday, Natal, Copa do Mundo**, são exemplos que podem ser utilizados.



Collabs e parcerias

Através de Social Listening, identificar matches com páginas e outras marcas para a realização de collabs. É possível atingir novos públicos e tornar a marca uma referência.



Rixas

Utilizar de temas que geram divergências saudáveis, sem risco de polêmicas sérias, mas que conversem com os principais assuntos do momento e aproximem a marca dos consumidores.

Exemplos

Assuntos quentes



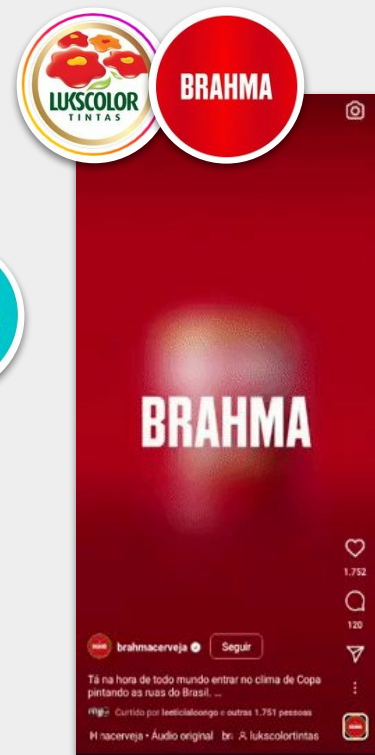
Linha editorial: Institucional
Pauta quente: She-Hulk filme



Linha editorial: Dicas
Pauta quente: Lolla festival



Linha editorial: reconhecimento
Pauta quente: Imposto de renda



Linha editorial: institucional
Pauta quente: Copa

Recapitulando para não confundir...

Linhas editoriais

Seções de macro temas para mapeamentos de tipos específicos de assuntos estratégicos que devem ser abordados com certa frequência e recorrência nas comunicações da marca



Pautas quentes

Tudo aquilo que nos permite “surfar” uma onda do momento. Podem ser trabalhadas com diferentes vieses e transitam entre as linhas editoriais. Depende de como você, social media, transforma esses assuntos em pauta.