

ORGANIZAÇÃO DO
SOCIAL MEDIA I

Processos



ORGANIZAÇÃO DO SOCIAL MEDIA I

1. Processos

1.1. Definição

1.1.1. De forma geral, processos podem ser caracterizados como cada atividade realizada com o intuito de transformar uma entrada em saída. Isso significa que uma sequência lógica de tarefas que busquem um objetivo pode ser considerada um processo.

1.2. Importância

1.2.1. Social media sem processos

1.2.1.1. Tempo

1.2.1.2. Má gestão

1.2.1.3. Prejudica o seu potencial

1.2.1.3.1. Não desenvolve

1.2.1.3.1.1. Você até sabe o que fazer, mas fica sem direção.

1.2.1.3.2. Social Media perdido

1.2.1.4. Desperdício

1.2.1.4.1. Faturamento cai muito

1.2.1.5. Prejuízo

1.2.1.5.1. Não consegue ater mais cliente

1.2.1.5.1.1. Social media sem processo trabalha sob pressão.

1.2.1.6. Não sabe analisar

1.2.1.6.1. Seus resultados

1.2.1.6.2. E o que precisa melhorar

1.2.2. Social Media com processos

1.2.2.1. Previsibilidade

1.2.2.1.1. Sabe onde está indo

1.2.2.1.2. Sabe para onde quer chegar

1.2.2.1.3. Tarefas diárias

1.2.2.2. Melhor gestão

1.2.2.3. Desenvolvimento próprio e da equipe

1.2.2.4. Melhor atendimento

1.2.2.5. Economia

1.2.2.5.1. tempo

1.2.2.5.2. dinheiro

1.2.3. Iniciar com processos

1.2.3.1. Antecipa problemas

1.2.3.2. Entender o que outras agências fazem

1.2.3.3. Errar menos

1.2.3.4. Velocidade

1.2.3.5. Mais chances de sucesso

1.2.4. Por quê é tão difícil

1.2.4.1. inexperiência / falta de visão

1.2.5. Atenção

1.2.5.1. Vivência

1.2.5.1.1. cursos

1.2.5.1.2. mentoria

1.2.5.1.3. prática

1.2.5.1.4. networking

1.2.5.2. Processos são vivos

1.2.5.2.1. mutáveis / flexíveis / adaptáveis