

## Escolhendo o canal ideal

Depois de entendermos a Ecovita da maneira mais profunda possível, analisarmos com calma a sua persona, e definirmos como se dará a comunicação entre a marca e o público, é hora de entender quais serão os canais onde essa comunicação irá acontecer.

Durante a aula falamos sobre as especificidades de cada rede, seus pontos positivos e negativos e, é claro, quais canais eram mais interessantes para a Ecovita marcar presença.

Abordamos as principais redes do momento. E, para essa escolha, nos baseamos em quatro pilares principais:

- Costumes da Persona;
- Recursos Disponíveis (financeiros e equipe);
- Personalidade da Marca; e
- Especificidade da Rede.

A partir destes pilares, analisamos as redes sociais mais usadas atualmente (Facebook, LinkedIn, Instagram, Twitter e YouTube), entendendo, a partir de uma análise rápida das redes e de alguns cases dentro delas, quais se encaixavam melhor à realidade da marca.