



Marketing Digital



Mídias digitais



GUIA DA AULA 5



Conheça outros formatos

- **Introdução**
- **Categorização dos canais de mídia**
- **Entendendo a teoria e a fundamentação**
- **Formatos e estruturas dos vídeos no TikTok e Instagram Reels**
- **Roteiro de sucesso para anúncios pagos**
- **O papel do profissional atualizado**



Acompanhe aqui
os temas que
serão tratados
na videoaula.



Introdução

Surgimento de novos canais de mídia digital

Evolução constante da tecnologia

- Aumento na velocidade da internet
- Popularização dos dispositivos móveis

Comportamento do consumidor em transformação

- Consumo crescente de conteúdo online
- Maior engajamento em plataformas sociais

Exemplos de novos canais

- TikTok, Instagram Reels, Clubhouse



Introdução

Foco na fundamentação teórica dos principais tipos de veiculação

Importância da teoria

- Compreensão das estratégias de marketing
- Aplicação em diferentes canais e formatos

Modelos de veiculação

- Comunicação integrada de marketing
- Publicidade online e offline

Métricas e análise de resultados

- ROI, alcance, engajamento, conversões



Introdução

Geração de demanda: Social Media vs. Captação de demanda: ferramentas de busca e Mídia de Intenção

Geração de demanda através das redes sociais

- Aumento da visibilidade do produto
- Construção da marca e relacionamento com o público

Captação de demanda através de ferramentas de busca e mídia de intenção

- Google Ads, YouTube Ads
- Otimização para mecanismos de busca (SEO)

Comparação entre as estratégias

- Vantagens e desvantagens
- Escolha adequada conforme objetivos e público-alvo



Categorização dos canais de mídia

Identificação das categorias dos novos canais

- Canais de geração e canais de captação de demanda e intenção

Inclusão no plano de mídias

- Objetivos e metas
- Avaliação de custos e retorno sobre investimento (ROI)

Análise comparativa: diferenças e oportunidades

- TikTok: crescimento rápido e engajamento elevado
- Instagram Reels: integração com a plataforma já existente



Entendendo a teoria e a fundamentação

- Importância da teoria para aplicação em diferentes canais
- Adaptação às mudanças e tendências
- Identificação da categoria de mídia correta



Formatos e estrutura dos vídeos no Tik Tok e no Instagram Reels

Duração e formato dos vídeos

- TikTok e Instagram Reels: 15 a 90 segundos
- Formato: vertical (9:16)

Roteiro e estrutura: **começo, meio e fim**

- Começo do vídeo: captar a Atenção - Abordagem criativa e inesperada
- Meio do vídeo: desenrolar da história - Destacar benefícios e diferenciais
- Fim do vídeo: call-to-action (CTA): Informações de contato ou link



Formatos e estrutura dos vídeos no Tik Tok e no Instagram Reels

Exemplos de sucesso em anúncios pagos

- Uso de influenciadores e parcerias e criadores de conteúdo relevantes

Storytelling e conexão emocional

- Narrativas envolventes e identificação com o público

Tendências e desafios virais

- Participação em hashtags populares e criação de desafios
- Dicas para otimizar o desempenho dos vídeos

Edição e qualidade visual: clareza, iluminação adequada e recursos visuais atrativos

- Áudio e trilha sonora
- Uso de músicas e efeitos sonoros relevantes e envolventes
- Legenda e acessibilidade



Roteiro de sucesso para anúncios pagos

Começo do vídeo: chamar a atenção e despertar interesse

- Captar a atenção: animações, humor, perguntas provocativas
- Personalização e segmentação: adaptação à linguagem e preferências do público-alvo

Meio do vídeo: apresentar história ou produto e seu valor

- Foco nos benefícios e diferenciais: solução de problemas, qualidade, inovação
- Depoimentos e casos de sucesso: histórias reais e resultados comprovados

Final do vídeo: call-to-action e informações de contato

- Call-to-action eficaz: incentivar a ação: comprar, se inscrever, seguir, compartilhar
- Informações de contato claras: site, redes sociais, telefone, endereço



Roteiro de sucesso para anúncios pagos

Teste e otimização contínua

- Teste A/B e análise de desempenho: comparação de diferentes abordagens e ajustes

Acompanhamento de métricas e KPIs: Conversões, engajamento, custo por aquisição



O papel do professional atualizado

Manter-se atualizado sobre novos formatos e ferramentas

- Participação em cursos, eventos, webinars, leitura de blogs e notícias do setor
- Acompanhar tendências e inovações: aplicação da teoria e fundamentação em novos canais

Adaptação das estratégias de marketing

- Considerar novas plataformas e recursos disponíveis: experimentação e teste de novas abordagens

Aprender com o feedback e aprimorar ações futuras: adaptação e inovação contínua

- Identificação de oportunidades e desafios: antecipar mudanças e reagir rapidamente

Colaboração e troca de conhecimento: trabalhar em equipe e compartilhar aprendizados



Bons estudos!

