

ROCKY

FULL DIGITAL PERFORMANCE



SUMÁRIO



- 1. Frequência e presença**
- 2. Marketing de influência**
- 3. Surfando nas tendências**
- 4. Impulsionamentos e promoção de posts**



Frequência e presença

OBJETIVO



“

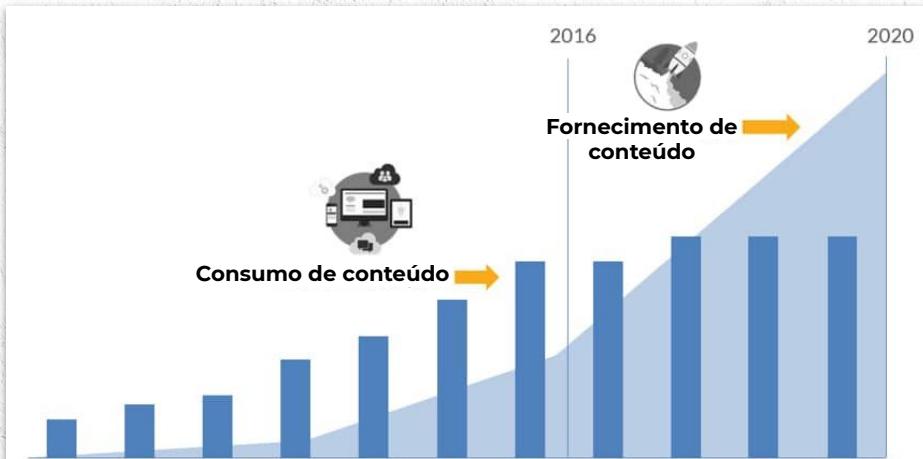
**Aprender porque é tão importante
manter a frequência e a presença
nas redes sociais.**

INTRODUÇÃO



Content shock (Mark Schaefer, 2014)

- Facilidade na produção de conteúdo eleva a sua quantidade mas não há absorção de todo esse conteúdo. Ou seja, **há mais conteúdo sendo produzido do que consumido.**
- Assim surge a necessidade de seleção de qual tipo de conteúdo **aparecerá mais facilmente** para as pessoas na internet;
- Ex: há alguns anos era fácil acompanhar **cronologicamente** os posts de pessoas que acompanhavam, hoje esse cenário é bem diferente;
- Essa “seleção” é feita pelos **algoritmos** das redes sociais.



Fonte: [Which 50](#)

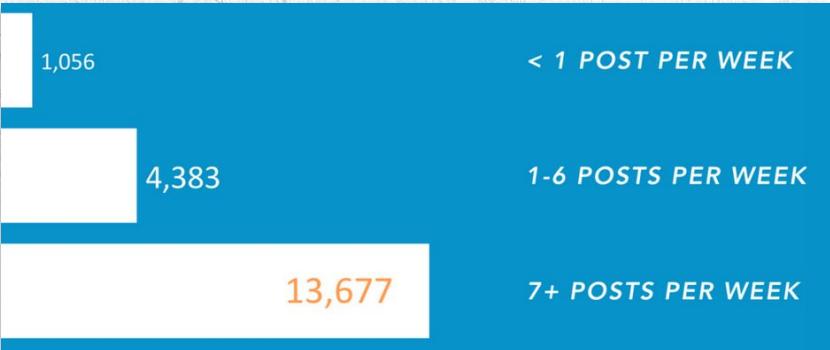
ALGORITMOS



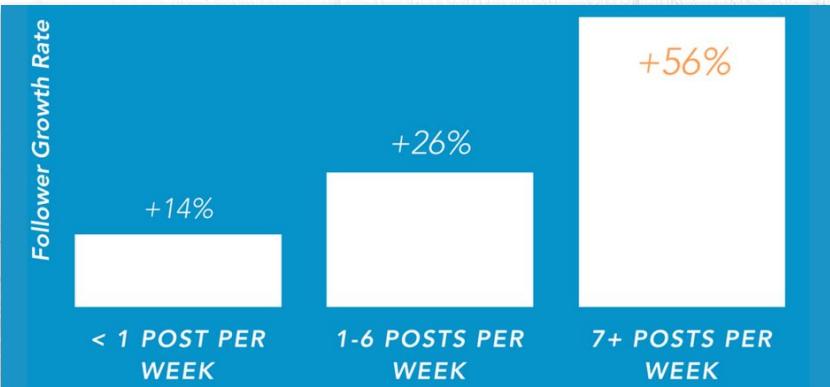
O que sabemos sobre eles?

- “Algoritmo é um **conjunto de regras** e operações bem definidas e ordenadas, destinadas à solução de um problema”.
- As redes não entregam como funcionam os algoritmos, senão todo mundo dominaria as redes, certo?
- Sem eles, nossas redes seriam um festival de anúncios aleatórios poluindo a linha do tempo, e o pior: sem nada a acrescentar.
- O que sabemos são análises de testes e experimentos recorrentes.
- Com certeza o que hoje já sabemos é: **frequência e qualidade** são imprescindíveis.

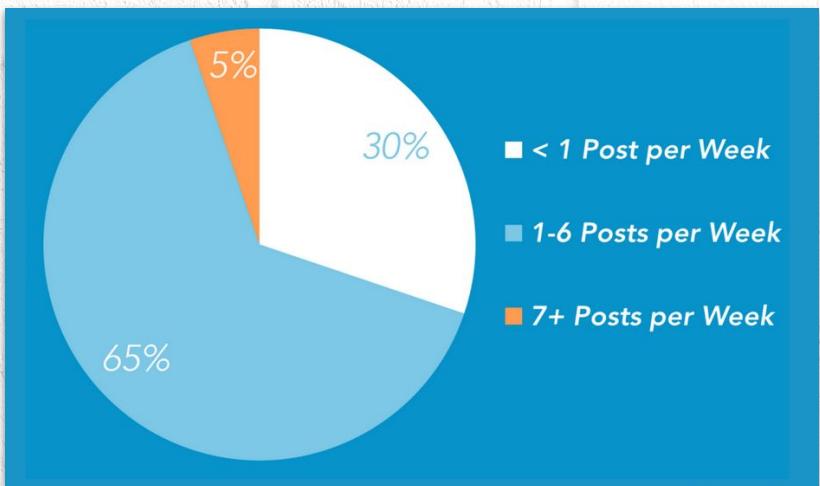
Likes



Ganho de seguidores



Apenas 5% dos perfis do Instagram postam uma vez por dia ou mais



“Para este [estudo original do Tailwind](#), pegamos mais de 100.000 postagens no Instagram de um período de três meses e as analisamos para descobrir o sucesso de contas diferentes quando mudavam o número de vezes que postavam no Instagram a cada dia. “

FREQUÊNCIA



- Podemos pensar então que quanto mais postamos, mais chances temos de acertar e aprender com o público se o conteúdo gera interesse.
- Mas, cada rede social tem suas particularidades de “tempo de vida de postagem”.
- Vamos ver mais detalhes de algumas das principais redes

FACEBOOK



EdgeRank é o algoritmo do feed de notícias do Facebook, responsável por filtrar as publicações e priorizar o que é relevante para cada usuário a partir de fatores como **Afinidade, relevância e tempo**

- O que você curte
- Com quem você interage
- O que você compartilha
- Em que páginas você deixa comentários
- Os perfis que você segue.

Ou seja, por isso é tão importante que o público siga curtindo e interagindo com seus conteúdos, para que você continue sempre presente para ele.

Geralmente os conteúdos são entregues primeiro para quem tem mais afinidade e interação, e de acordo com a relevância que ele tiver, é entregue para mais pessoas.

Além disso, as postagens mais recentes são prioridade. Porém uma particularidade do FB é o botão nativo de compartilhar, que permite um tempo de vida maior ao post e facilidade de viralização.

Pensando nisso, é pertinente que se posts **pelo menos uma vez ao dia** (conteúdos de qualidade)

INSTAGRAM



O IG leva em conta uma série de **critérios**, mas estabelece pesos diferentes para cada um deles (não sabemos ao certo os pesos, mas conseguimos identificar padrões)

- Engajamento - Quanto mais curtidas, comentários, post salvos e conversas por DM um post receber, mais peso é colocado nele pelo algoritmo;
- Interação - Envolver-seativamente com o conteúdo de outras pessoas (por meio de curtidas e comentários) ajuda a impulsionar o seu perfil;
- Quem você segue - O engajamento das pessoas que você segue com determinadas publicações também pode ser levado em conta para a determinação do conteúdo que você vai receber. (*Ex: se muitos dos seus amigos mais próximos estão interagindo em uma foto de uma pessoa que está de aniversário, o Instagram detecta que provavelmente você também terá interesse pela imagem.*)
- Quanto mais os usuários interagem com o seu post, mais credibilidade algorítmica ele tem.
- Quanto mais tipos de posts/stories/funcionalidades você usa, mais “autêntico e ativo” seu perfil é considerado;
- **Postar regularmente** ajuda você a ter uma maior interação com os usuários. É indicada a frequência de pelo **menos um conteúdo por dia**.

TWITTER



O algoritmo do Twitter, ou o “Algorithmic Timeline”, como o Twitter chama, foi introduzido em 2016.

- A intenção do Twitter é ajudar as pessoas a descobrirem “o que está acontecendo agora”, em oposição ao Facebook ou ao LinkedIn, que é mais sobre “o que está acontecendo esta semana”
- O conteúdo nativo provavelmente terá maior relevância sobre links para outros sites.
- Curtidas, respostas e retweets tendem a ter uma pontuação maior de ponderação
- Por ser uma rede extremamente dinâmica e focada no universo de notícias, entretenimento e por ser uma rede mais focada em texto, o indicado é que se poste pelo menos **3 vezes por dia** para gerar resultado.

LINKEDIN



Diferente do Facebook e do Twitter, o LinkedIn não demanda tantas postagens para atingir uma frequência de sucesso.

- No LinkedIn, o algoritmo prioriza o conteúdo com maior probabilidade de ser interessante para cada usuário e que seja mais recente, nesse contexto. Considerando a reputação do perfil, como outras pessoas se engajam com o conteúdo e o que está em alta na rede.
- Engajamento - estimule o engajamento do seu post com um bom CTA (chamada para ação). Quanto mais interações você receber, melhor!
- A chave para se tornar viral é fazer com que o algoritmo mostre seu conteúdo para sua rede de 2º e 3º grau.
- O indicado é que se poste em torno de **3 vezes por semana** para começar a sentir os resultados

DICAS



Cada rede tem suas peculiaridades, mas lembre-se:

- **Poste com regularidade**, pois se você postar de forma irregular, o algoritmo tratará você como um simples participante e não priorizará suas postagens entre seus seguidores
- Crie uma rede relevante de **conexões** com usuários que tenham afinidade com a área de atuação/segmento.
- Crie séries de conteúdos para manter a frequência. Pense em alguma temática, formato ou proposta que pode render mais de uma publicação e tente transformar isso numa série recorrente no seu perfil.
- Independente da quantidade, não abra mão da qualidade!
- Analise, teste e inove sempre!



Marketing de influência

OBJETIVO



“

Aprender como o marketing de influência surgiu e porque ele é tão importante.

O QUE É?



O Marketing de Influência consiste em engajar pessoas no meio online, que sejam referência nas suas áreas para que compartilhem **experiências** e mensagens das marcas com seus respectivos públicos, **influenciando diretamente** nas decisões de compra de suas audiências.



A ex-escrava Nancy Green foi contratada como porta-voz da mistura de panquecas Tia Jemima em **1890**. Green interpretou o personagem Jemima de 1890 até 1923.



Carlos Moreno passou quase 40 anos como garoto-propaganda da Bombril. Entrou para o Guinness Book como o ator que mais comerciais fez para uma mesma marca no mundo todo.



Sebastian, que estrelou em 1990 a campanha “Abuse e Use” da C&A no Brasil. Que, com seu jeito descontraído, cantava, dançava e chamava os clientes para as lojas C&A.



Persona do Magazine Luiza foi convidada a cobrir o lançamento do Galaxy S 10, da Samsung, em San Francisco (EUA)

Tudo isso foi **antes de a internet** entrar em cena, o que abriu caminho para Orkut, Twitter, Facebook, YouTube, Instagram. Com a chegada das redes sociais e da descentralização dos canais de comunicação, a prática mudou não apenas a teoria, mas mudou a forma como a comunicação acontece. E os influenciadores digitais transformaram o **marketing digital** naquilo que ele é hoje.

QUAIS AS VANTAGENS?



71%

das pessoas conectadas
afirmam seguir algum
tipo de influenciador

62%

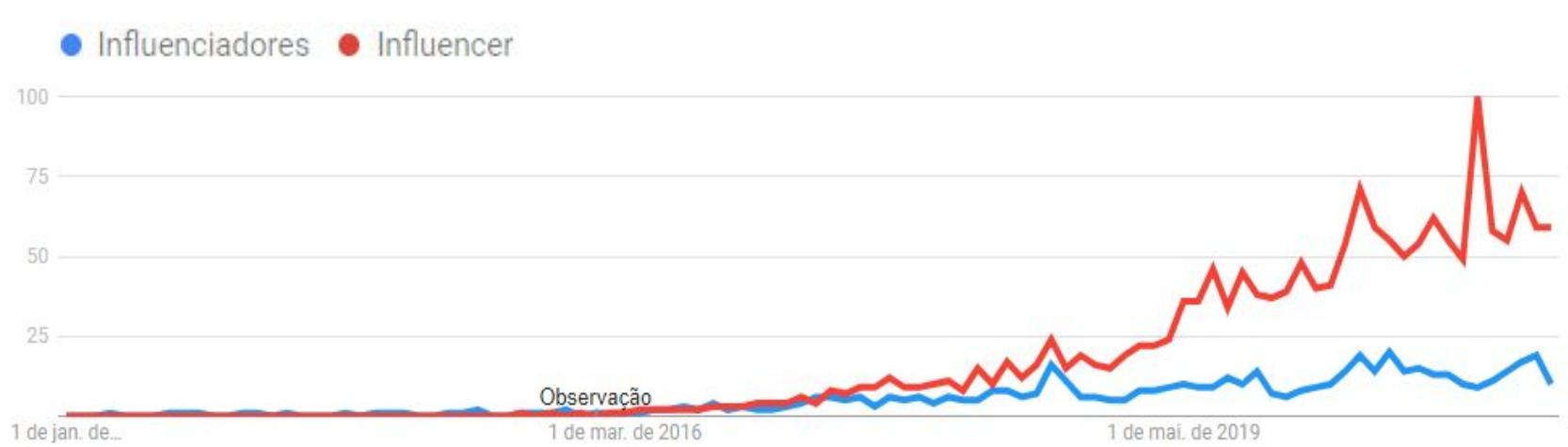
afirmam possuir um
influenciador favorito

45%

das pessoas afirmam já ter
comprado algum produto
por indicação de suas
personalidades favoritas.

Adquirir novos clientes
Gerar valor e confiança para sua marca
Reter clientes já existentes
Influenciar na decisão de compra do público certo

CRESCIMENTO



CRESCIMENTO



Somos o 3º

país com o maior número de usuários do **YouTube** (83 milhões)



Somos o 3º

país com o maior número de usuários do **Instagram** (99 milhões)

45%

dos usuários de internet na América Latina usam **bloqueadores de anúncios** por conta do excesso dos mesmos

95%

da população online brasileira assiste a vídeos no **YouTube**

63%

dos brasileiros acessam sua conta do Instagram **várias vezes ao dia**

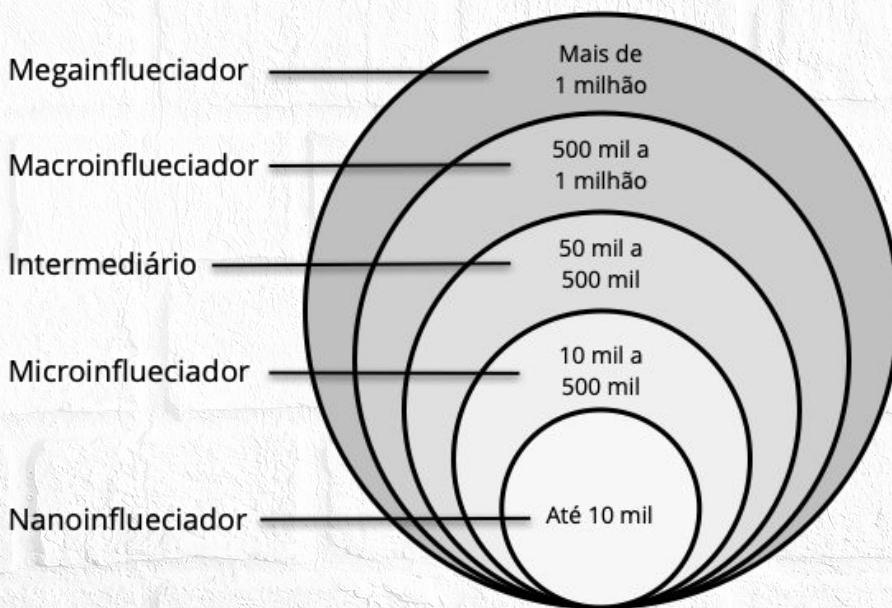
65%

afirmam seguir influenciadores digitais em seu Instagram

TIPOS DE INFLUENCIADORES



Classificação de influenciadores pelo número de seguidores numa rede social



Fonte:

 Influency.me

TIPOS DE PARCERIAS



Recebidos

produtos que as marcas enviam como presentes. precisa ser autêntico e relevante para chamar a atenção dos influenciadores que vão recebê-lo, aumentando a possibilidade de gerar divulgação espontânea

Publicidade

é quando a marca pede para um blogueiro testar e discretamente (ou não) divulgar o produto, seja por foto, texto ou vídeo

*obrigatório deixar claro que é uma ação comercial.

Collabs

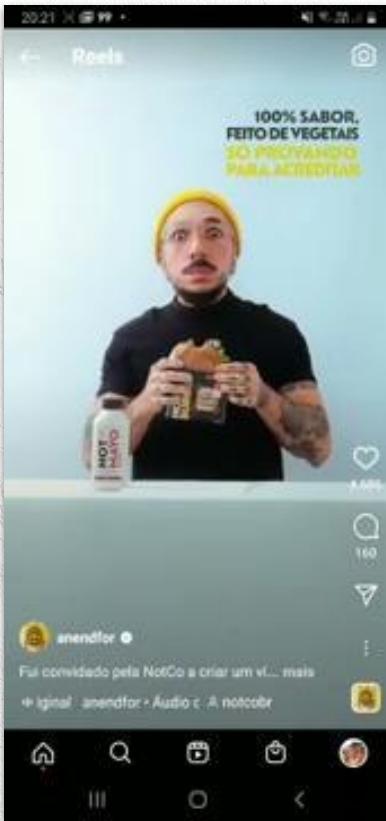
é a colaboração, ou seja, quando você e outro influenciador de uma área relacionada ao seu nicho produzem conteúdo juntos

Recebidos



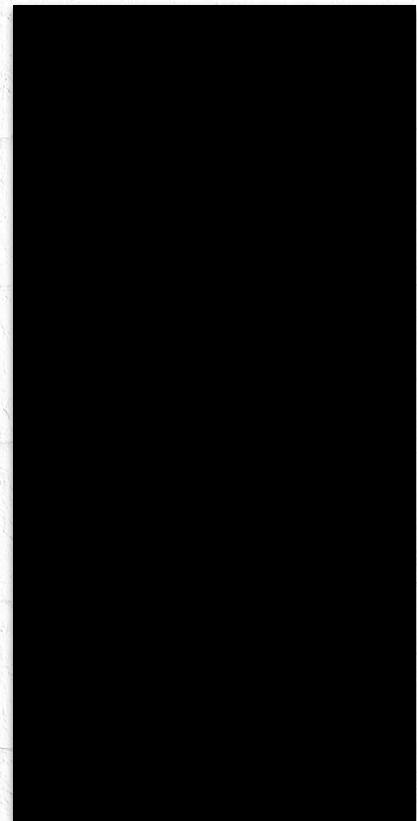
[Post Link](#)

Publicidade



[Post Link](#)

Collabs



[Post Link](#)

TENDÊNCIA



Influenciadores virtuais

[@pontofrio](#)



"O Pinguim, que dá voz e cara à marca nas redes sociais, virou um fenômeno. O personagem engraçadinho já ajudou o Ponto Frio a **faturar 20 milhões de reais com vendas via redes sociais.**"

TENDÊNCIA



Influenciadores virtuais



"Cozinhar é bom pra ansiedade"
Eu a cada 2 min vendo se o pão já tá pronto:



Nat Natura
@naturabroficial

Hoje é o #DiadoAbraço e, por aqui, só dá para abraçar o Murumuru 🐱 Mas mesmo de longe, também dá para compartilhar carinho com quem a gente gosta: marca o @ dela aqui, envie uma mensagem fofa ou mande um presente da Natura que é a cara de quem você ama 🎁 + ❤️ = 😊

[Translate Tweet](#)



COMO COMEÇAR?



- Tenha objetivos claros e bem definidos
- Saiba exatamente quem é o público alvo
- Quem são os influenciadores ideais? (isso pode ser feito de forma manual, entrando em contato com os mesmos ou via contratação de plataformas especializadas em marketing de influência)
- Defina como será o conteúdo e o que você espera dele
- Mensure os resultados

Seguidores são tão a métrica mais importante!

**É possível iniciar parcerias e publicidades de forma acessível com quem está começando.
Consuma conteúdo no nicho e acompanhe os usuários.**



**Surfando nas
tendências**

OBJETIVO



“

Nesta aula vamos falar sobre alguns tipos de posts que precisam de timing e muita atenção nas tendências das redes. Fique atento e vamos nos inspirar!

TENDÊNCIAS



- Consumindo conteúdo!
- Trends nas redes;
- Analisando a concorrência;
- Sempre se atualizando, lendo, se informando. Seja curioso(a);

ESCOLHA 3 E MONTE SUA FESTA DOS SONHOS:



CENTO DE SALGADO



CACHORRO-QUENTE



BURACO-QUENTE



REFRI



SUQUINHO



CERVEJA



SHOW DO KLB



SHOW DO FALAMANSA



SHOW DO VITAS

♥ DICAS TOP DE PRESENTE PARA O DIA DOS NAMORADOS ♥



camiseta fofoca para
casais fofoqueiros



perfume fragrância
whatsapp



bonézinho que
esconde calvice



anel compromisso
de dedo do pé



surrealsaoaula
camiseta capivarinha
fofa eu te amo



ecobag capivarinha
fofa pra ornar o look



@ulserinha do reggae



camiseta transada
sapinho cowboy



coleção summer eletro
hits volume 1 ao 10

Acompanhando os posts do momento que mais são compartilhados em páginas de memes e humor conseguimos aproveitar a onda no momento de uma ideia transformando-a em um conteúdo criativo.

Adaptar o formato para um post para a página da ROCKY:
Escolha 3 e monte o seu estágio dos sonhos.

Adaptar o formato para um post para a página da EBAC:
Escolha 3 e monte o seu professor dos sonhos.

Brief Budget



Sou Eu Na Vida
@souueunavida

Eu abrindo uma conta no C6 Bank só pra ter um cartão rosa 😂

Socorro, preciso!

Marciano
@humarcianoo

o artista / a obra de arte

0:32 CANCELAR

• você apagou essa mensagem.
12:41 da tarde
• Você apagou essa mensagem
12:41 da tarde

Os típicos posts com viés humorístico também são frequentemente utilizados e grandes perfis os utilizam como publicidade também.



Preciso comprar um presente do dia dos namorados e não sei o que dar!

•

Adaptar o formato para um post para a página da ROCKY: **preciso de um estágio que me valorize, me inspire e me faça crescer / Vagas abertas no processo seletivo da ROCKY**



Juliette Freire @FreireJuliette

Big fone tocou e Juliette assim:

Traduzir Tweet

A imagem que viralizou do MC poze foi adaptada para diversas comunicações nas redes



o meme das “fases” também teve seu momento e foi transformado em conteúdo para as marcas



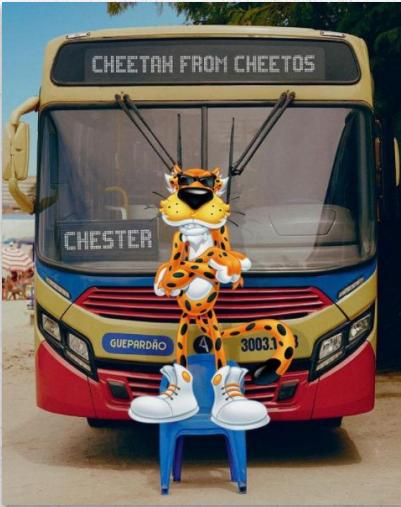
Aproveitando o momento das provas do líder no BBB21, criamos um post com a comparação de que a Heliar é líder nas montadoras.

[Post aqui](#)



Aproveitando o Boom da série bridgerton. Relacionamos os personagens da série com o universo dos investimentos em um post de uma corretora.

[Post aqui](#)



A onda de posts que surgiram após o post da Anitta para o pré save de sua nova música também movimentou as redes sociais.

DICAS!!



Acompanhe marcas e páginas geradoras de conteúdos virais para saber quando um conteúdo está tomando grandes proporções e saiba adaptá-lo para dentro do nicho que você está atando!

Dicas de perfis:

@souueunavida
@festadafirma
@meltedvideos
@ajudaropovodehumanas
@obrasilquedeucerto
@saquinhodelixo

...

Mas siga páginas também relacionadas a seu nicho.

Selecionar imagens meme

Escrever texto para pesquisar

1

[iloveima](#)

GERAR MEMES

Inicial Galeria Memes Recentes Compre agora

Madonna Cria Meme > Ver memes criados >

Cobra Naja Brasília Cria Meme > Ver memes criados >

Rogério Ceni Cria Meme > Ver memes criados >

Jack Sparrow - Piratas do Caribe Cria Meme > Ver memes criados >

Aécio Neves Cria Meme > Ver memes criados >

Diólo Santa Claus vs The Devil Cria Meme > Ver memes criados >

Moro Cria Meme > Ver memes criados >

O Iluminado Cria Meme > Ver memes criados >

[gerarmemes](#)



Impulsionamentos e promoção de posts

OBJETIVO



“

**Nesta aula vamos entender o porque
é preciso entender e pensar em
estratégias de promoção de posts
(impulsionamento de publicações)**

IMPULSIONAMENTO



Oferta e demanda: muito conteúdo e pouco consumo

A grande oferta de conteúdo com dificuldade de absorção dos mesmos torna mais difícil atingir organicamente sua audiência.



O impulsionamento nas redes sociais, como Facebook e Instagram, consiste no aumento do alcance original de uma publicação em sua página.

ALCANCE ORGÂNICO



620 pessoas curtiram isso

632 pessoas estão seguindo isso

Orgânico
103

Pagos
746

16%

69.106 pessoas curtiram isso

70.701 pessoas estão seguindo isso

Orgânico
607

Pagos
170.067

0,8%

554.754 pessoas curtiram isso

557.981 pessoas estão seguindo isso

Orgânico
4.259

Pagos
307.955

0.7%

O alcance orgânico de páginas de empresas no facebook é cada vez menor, sendo ainda menos quando as páginas são maiores.

ALCANCE ORGÂNICO



1.736 seguidores

34,4mil seguidores

49mil seguidores

53,7mil seguidores

| Orgânico | Pagos |
|----------|-------|
| 988 | 9386 |

| Orgânico | Pagos |
|----------|--------|
| 4275 | 26.968 |

| Orgânico | Pagos |
|----------|--------|
| 6.189 | 23.313 |

| Orgânico | Pagos |
|----------|--------|
| 7.572 | 18.063 |

10%

12%

12%

14%

O alcance orgânico de páginas de empresas no instagram é cada vez menor e mais difícil de ser alcançado embora seja mais entregue do que no facebook

ENGAJAMENTO



FOLLOWERS
49,066

ENGAGEMENT RATE **0.46%**

FOLLOWERS
842,235

ENGAGEMENT RATE **0.13%**

FOLLOWERS
198,253

ENGAGEMENT RATE **0.06%**

FOLLOWERS
24,696,590

ENGAGEMENT RATE **1.02%**

As taxas de engajamento dos perfis também são “baixas”. Taxas entre 1 e 3% são considerados muito boas! Isso acontece porque é muito difícil alcançar e reter interação de toda a audiência.

VANTAGENS GERAIS



- Mais usuários impactados
- Precisão no alcance
- Mais engajamento
- Presença digital

VANTAGENS TÉCNICAS



- Diferentes objetivos (engajamento, tráfego, alcance, reconhecimento, likes...)

| Reconhecimento | Consideração | Conversão |
|---|---|--|
| <input type="radio"/> Reconhecimento da marca | <input type="radio"/> Tráfego | <input type="radio"/> Conversões |
| <input type="radio"/> Alcance | <input type="radio"/> Engajamento <input type="radio"/> Instalações do aplicativo <input type="radio"/> Visualizações do vídeo <input type="radio"/> Geração de cadastros <input type="radio"/> Mensagens | <input type="radio"/> Vendas do catálogo <input type="radio"/> Tráfego para o estabelecimento |

VANTAGENS TÉCNICAS



- Geolocalização
- Gênero
- Idade
- Interesses
- Idioma
- ...

Não é obrigação, mas potencializa e acelera muito o crescimento das contas

Localizações

Localização:

- Brasil

Idade

18 - 65+

Gênero

Todos os gêneros

Direcionamento detalhado

Todos os dados demográficos, interesses e comportamentos

Expansão do direcionamento detalhado:

- Desativado

Idiomas

Todos os idiomas