

rocky
.monks

media
.monks

ETW
AC

módulo 01

Social Media Marketing

Módulo 1



Nesse módulo vamos aprender sobre o mundo das redes sociais, como surgiram, seus números e a profissão social media

01 O que são redes sociais e como surgiram

02 As redes sociais em números

03 A profissão Social Media

04 Perspectivas e mercado de trabalho

O que são as redes sociais e como surgiram

O objetivo dessa aula é entender como e quando as principais redes sociais surgiram em uma linha do tempo.

Como surgiram?

Teoria das necessidades humanas - Abraham Maslow



O que são?

Redes sociais

Locais que geram conexão de pessoas de acordo com seus interesses

As redes compreendem as relações e aproximam pessoas com mesmos interesses (ou não também).

São plataformas construídas para que o público poste, compartilhe e divulgue informações a seus amigos, gerando interação com eles ou outras pessoas.



Mídias sociais

As publicações são mídias que podem ser inseridas em diversas plataformas diferentes, não só nas redes sociais.

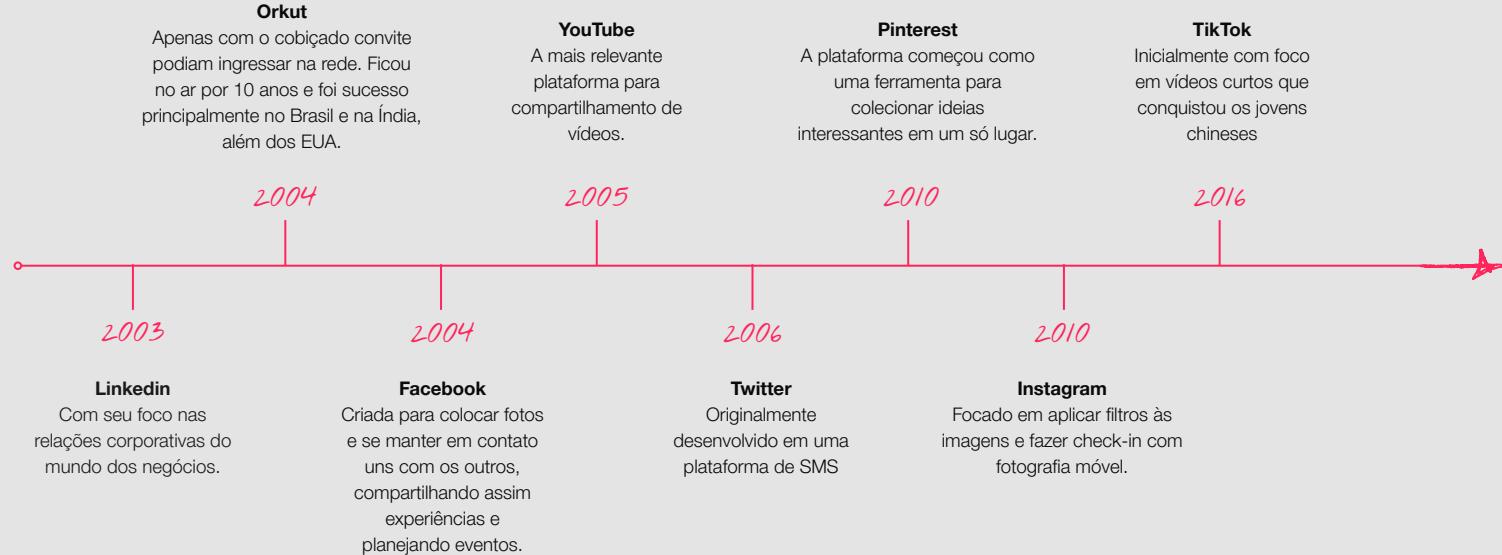
Tudo o que é publicado na internet como convívio social (vídeos, áudios, fotos, notícias, mensagens entre outros).

O que são?

Ou seja, nas redes sociais buscamos interação, conexão, notícia, entretenimento, inspiração, compras e muito mais..

E para as marcas, as redes sociais são **canais** onde podem se comunicar com o objetivo de **manter proximidade** com seus clientes, melhorar relacionamento, conquistar novos clientes e fidelizar os já existentes em sua comunidade.

Linha do tempo das redes



A trajetória do surgimento do LinkedIn

A história começou quando **Reid Hoffman** e Konstantin Guericke, formados pela tradicional Universidade de Stanford, começaram a planejar sua própria rede de contatos profissionais online. Mas antes de pensar no lançamento da Rede, Reid já tinha criado um app chamado “Socialnet” mas por não tem um foco principal, não deu certo.

Em 5 de maio de 2003 foi lançado então o linkedin **especialmente para relacionamentos profissionais** -não apenas para fazer amigos ou compartilhar fotos, vídeos e músicas.

Foi um sucesso e no fim do primeiro mês de operação, já possuía mais de **4.500 usuários**. Em abril de 2004, antes de completar um ano de vida, o LinkedIn atingiu a marca de **1 milhão de usuários**.

Em 2005 a empresa introduziu novos serviços como o LinkedIn Jobs (que ajudava ao usuário utilizar sua rede de contatos para conseguir novas oportunidades de trabalho), além de lançar o sistema de assinatura paga atingindo rentabilidade em março de 2006.



Reid Hoffman

Tanto sucesso chamou a atenção da Microsoft, que comprou o LinkedIn no dia 13 de junho de 2016 por **US\$ 26.2 bilhões**, a maior aquisição da história da empresa.

2003



2011



2019



A trajetória do surgimento do Orkut

O ORKUT não teria surgido se não fosse a prática do Google em permitir que 20% do tempo de trabalho de cada funcionário possa ser utilizado para desenvolvimento de projetos pessoais. Um desses funcionários, o turco **Orkut Büyükkokten** desenvolveu o embrião do ORKUT nos bancos da universidade californiana e virou realidade no dia 24 de janeiro de 2004 com o objetivo de ajudar seus membros a **criar novas amizades e manter relacionamentos.**

Em menos de seis meses o ORKUT atingiu a marca de 1 milhão de membros.

O sucesso arrebatador da rede veio em 2005 quando ganhou a versão em português. As redes sociais viraram uma epidemia na internet e durante anos gigantes como Orkut e MySpace dominaram esse segmento. MAS, o fenômeno que desbanhou o Orkut até o seu fim foi o ~~na época~~ queridinho Facebook.



Orkut
Büyükkokten

2004



2011



A notícia de que seria desativado pelo Google deixou muita gente desapontada, afinal, mesmo que ele não fosse mais usado, ele ainda "estava lá", para quando batesse aquela saudade do depoimento de um amigo querido ou dos scraps divertidos.



A trajetória do surgimento do Facebook

O estudante **Mark Zuckerberg** e seus colegas de quarto **Dustin Moskovitz** e **Chris Hughes** criaram o [thefacebook] dentro de seu dormitório no campus universitário, no dia 4 de fevereiro de **2004** permitindo que os colegas da tradicional Harvard pudessem colocar fotos e se manter em contato uns com os outros, compartilhando assim experiências e planejando eventos.

No final do primeiro mês aproximadamente metade dos alunos da tradicional universidade estavam cadastrados. Apesar da ideia inicial ser apenas aos estudantes de Harvard, a rede mostrou seu poder de conectar pessoas segundo afinidades e interesses, atraindo outras instituições.

Já em 2004 receberam a primeira rodada de investimento de US\$ 500 mil e em dezembro já bateu a barreira de 1M de cadastros.

No dia 23 de agosto de 2005, a empresa comprou o domínio facebook.com da Aboutface por US\$ 200 mil e descartou definitivamente o “The” de seu nome.



Mark
Zuckerberg

A história de sucesso do FACEBOOK e de seu criador foi retratada em 2010 no filme “The Social Network” (em português “A Rede Social”)



2004



2005



2015

A trajetória do surgimento do YouTube

O YouTube foi criado em fevereiro de **2005** pelos americanos **Steve Chen, Chad Hurley e Jawed Karim**, ex-funcionários do PayPal, quando perceberam a enorme dificuldade de enviar um arquivo de vídeo para os amigos por email. Então, da garagem da residência de um deles, surgiu a ideia de criar um site para compartilhar esses vídeos.

Eles não tinham dinheiro ou investimento, então usaram o saldo do cartão de crédito de Chen para colocar o YouTube no ar, ou melhor, na internet.

O nome da rede tem origem curiosa, **you** (você em inglês) com **tube** (tubo), uma gíria utilizada para designar a televisão. Ou seja “**você na televisão**”.

O primeiro vídeo postado no YouTube tinha apenas 18 segundos e mostrava Jawed Karim, um dos fundadores do site, falando sobre trombas em frente a jaula dos elefantes chamado “Me at the zoo” com mais de 254M de visualizações.

Mas só no dia 25 de junho, quando o 20º upload na plataforma foi feito que surgiu o primeiro viral da história: vídeo, com dois garotos dublando uma música da banda Backstreet Boys.



**Steve Chen,
Chad Hurley e
Jawed Karim**



“O primeiro vídeo do YouTube que alcançou um milhão de visualizações foi um comercial da Nike de 2005, que apresentava o jogador Ronaldinho Gaúcho. No vídeo o craque calça suas novas chuteiras e acerta seguidos chutes no travessão.”



2005



2011



2013



2015



2017

A trajetória do surgimento do Twitter

A história do TWITTER está entrelaçada com a de algumas outras empresas na internet e de seus fundadores Evan Williams, Biz Stone, Noah Glass e Jack Dorsey.

Alguns anos antes do TWITTER ser criado, Williams desenvolveu o Blogger, que foi comprado pelo Google. Eles então deixaram o gigante da internet para fundar uma nova empresa chamada Odeo, que visava oferecer serviços de podcasting mas no fundo não era exatamente o que Williams queria.

No entanto, um novo produto da empresa estava apenas começando a ganhar força: o TWITTER, que ainda não tinha esse nome, mas tinha o foco em mensagens SMS para pequenos grupos avisando-os sempre sobre **“o que você está fazendo”**. Quando o projeto se tornou o mais importante da Odeo, Stone e Williams decidiram criar uma nova empresa tendo o TWITTER como produto principal. Em março de 2006, a primeira versão do TWITTER, totalmente baseada na web, foi colocada no ar. A primeira postagem da história foi a de Jack Dorsey: “só tô aqui arrumando o meu twttr”.



Evan Williams,
Biz Stone,
Noah Glass e
Jack Dorsey

← Tweet

jack⚡️@jack

just setting up my twttr
[Traduzir Tweet](#)

5:50 PM · 21 de mar de 2006 · Twitter Web Client

122 mil Retweets 18,5 mil Tweets com comentário 176,3 mil Curtidas

Stone nomeou o serviço de TWITTER como uma comparação entre a troca de informações em pequenas porções e o gorjear dos pássaros (em inglês “twitter”)

2005



2006



2010



2012



A trajetória do surgimento do Pinterest

Fundada por **Ben Silbermann, Evan Sharp e Paul Sciarra**, a plataforma começou como uma ferramenta para colecionar ideias interessantes em um só lugar. O site foi ao ar em março de 2010, mas, no primeiro ano, pouquíssima gente notou que ele existia. No final de 2010 tinha 10 mil usuários registrados – e muitos deles raramente iam ao site.

“A ideia de dizer a todos que havíamos fracassado era embarracosa. E o Google nunca me contrataria novamente” disse Silbermann sobre o porque não desistiu do seu projeto. Ele então enviou mensagens a 200 amigos falando do Pinterest e entrou em contato pessoalmente com 5 mil usuários, divulgando o site e investigando as razões do fracasso. Ao mesmo tempo em que, com os outros sócios, dedicavam-se obsessivamente a melhorar o design e o funcionamento do Pinterest.

O esforço finalmente começou a valer a pena e em 2011 a rede começou a decolar.



Pinterest Founders

Ben
Silbermann,
Evan Sharp e
Paul Sciarra



2010



2011



2011



2016

Sites com o Twitter e o Facebook enfatizam a comunicação em tempo real. O Pinterest, ao contrário, encoraja a publicação de conteúdo atemporal. Diferentemente do que manda a tradição do Google e de outras empresas da região, os engenheiros têm papel secundário nas decisões.

A trajetória do surgimento do Instagram

A história também começou em **março de 2010** quando o brasileiro **Mike Krieger e Kevin Systrom** resolveram fundar a empresa Burbn para desenvolver um serviço de check-in e fotografia móvel.

Inicialmente a jovem empresa recebeu investimento externo no valor de US\$ 500 mil. No dia 17 de julho **Kevin postou a primeira imagem do serviço.**

No dia 6 de outubro de 2010, já com o nome de **INSTAGRAM** (junção das palavras “instant” e “telegram”) foi lançado ao público como um aplicativo de edição e compartilhamento de imagens para aparelhos iPhone. Em menos de 24h se tornou o mais baixado e em dois meses atingiu 1M de usuários. Sucesso total.

Em 2011 houve uma rodada de investimentos provenientes de inúmeros investidores no valor de **US\$ 7 milhões**, que permitiria melhorar a experiência dos usuários com o aplicativo. Em 2012 ganhou a versão para Android, o sucesso continuou e então foi comprada pelo Mark (dono do facebook) por US\$ 1 bilhão.



Mike Krieger e Kevin Systrom



2010

2010

2011

2016

A trajetória do surgimento do TikTok



Zhang Yiming

Em 2012 na China, o engenheiro de software **Zhang Yiming** fundou a startup ByteDance, com o objetivo de desenvolver plataformas móveis com recursos de inteligência artificial. Criaram muito produtos de sucesso por lá como Alibaba (uma "Amazon Chinesa") entre outros.

E em 2016, a ByteDance desenvolveu um novo produto que faria sucesso mundial: uma rede social de vídeos curtos. Na China foi lançado em setembro de 2016 com o nome A.me e em dezembro mudou para Douyin (sou vibrante em mandarim).

Logo foi um sucesso entre os adolescentes Chineses com a pegada musical e a plataforma foi se desenvolvendo em recursos e monetização. Em 2017 quando quiseram expandir para o ocidente, lançaram a versão internacional **TikTok começando na Tailândia e Japão**. Para expandir ainda mais no ocidente, compraram o Musical.ly por US\$ 1 bilhão decidindo juntar os apps em 2018 tornando-se um app mais completo. Resultado: o TikTok foi o aplicativo mais baixado nos Estados Unidos e vamos ver mais sobre a rede nas próximas aulas.



O TikTok se tornou um fenômeno global, enquanto o **Douyin**, a versão chinesa do aplicativo de vídeo, é líder no país asiático.



2016



2017



2018

próximo módulo

As redes que **se adaptaram** às exigências e vontades do público com **inovações**, foram as que tiveram maior destaque e tempo de vida!



As redes que **se conectam** com o público com objetivos claros, vivem mais...mas claro, as que inve\$tem em experiência do usuário, também ;)

E falando em **conexão**

“Empresas e negócios precisam se conectar com as pessoas para vender e essa conexão é promovida **através do conteúdo em redes sociais** e outros canais digitais como blogs, sites, podcasts e aplicativos.”

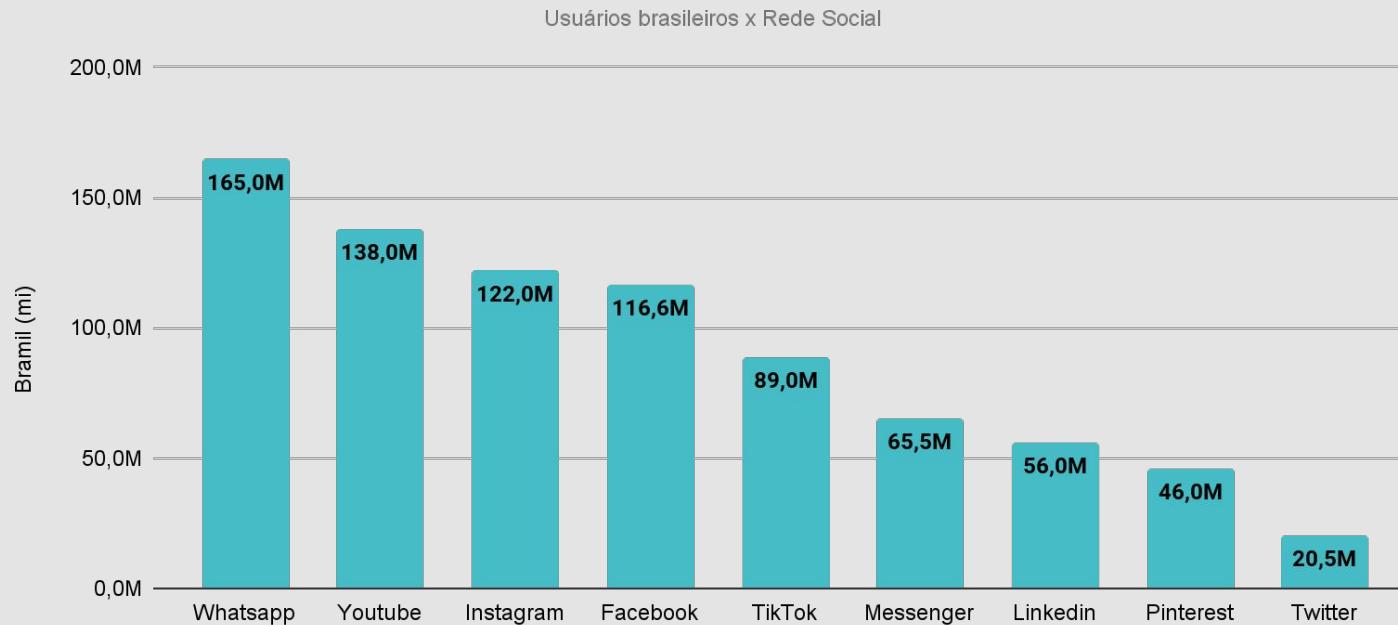
As principais redes sociais em números

O objetivo dessa aula é conhecer o público de cada rede social para criar estratégias mais eficazes!

Quantos usuários existem em cada rede social no mundo?



Quantos usuários brasileiros existem em cada rede social?



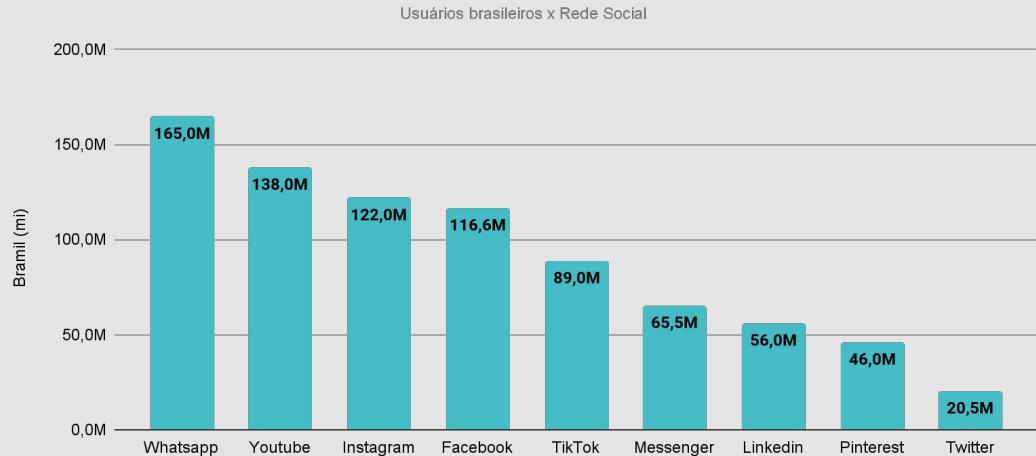
O que podemos concluir sobre a quantidade de usuários por rede?

Comparando os gráficos, podemos entender que:

Apesar do FB liderar em usuários no mundo, no Brasil ele ocupa o 4º lugar;

Ao contrário do cenário mundial, no Brasil o WhatsApp é líder em usuários;

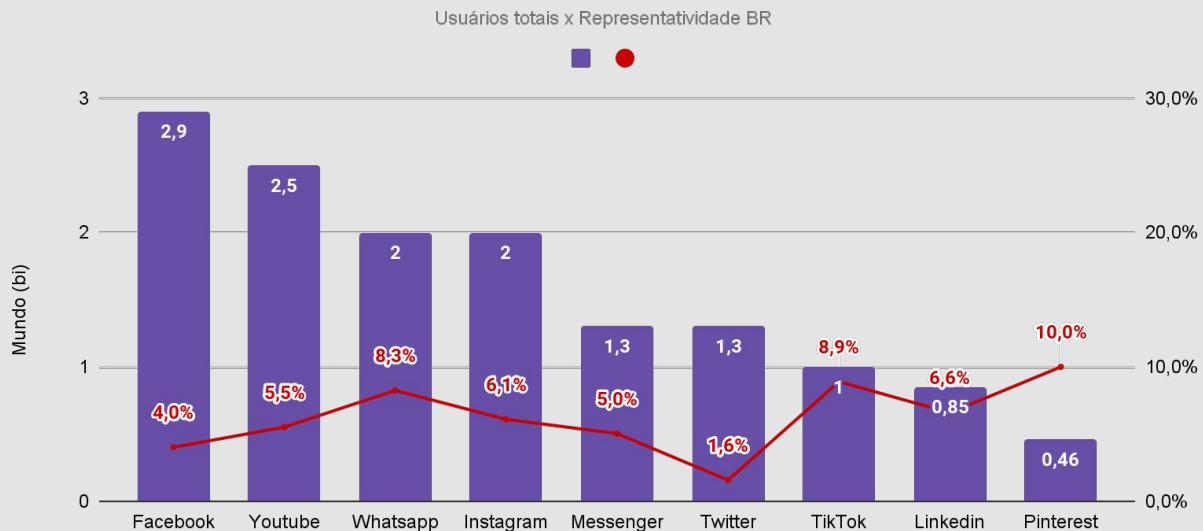
E que, o Twitter é uma rede grande mundialmente mas no Brasil é a rede com menos usuário



O que podemos concluir sobre a representatividade de brasileiros nas redes sociais?

A rede social com maior público Brasileiro é o Pinterest; e a segunda o TikTok;

A rede com menor público brasileiro é o Twitter;



**Tá bom, mas
agora vamos
estudar cada
uma delas?**



O LinkedIn em números

- É a maior rede profissional do mundo, com mais de 850 milhões de usuários em 200 países e territórios.
- No Brasil o LinkedIn conta com 54 milhões de usuários, sendo o 3º país com maior número de usuários, atrás apenas dos Estados Unidos e Índia.
- São mais de 58 milhões de empresas registradas.
- 87% gostam de consumir o que é compartilhado, sejam posts, artigos, fotos ou vídeos. Mas, apenas 49% afirmam produzir esse conteúdo, sendo que, destes, somente 19% são ativos em publicações na plataforma.

♀ 47,9%

♂ 52,1%

16 - 29 | 36%
30 - 49 | 51%
50+ | 18%

35%

acessam a rede pelo menos uma vez por semana

65%

consideram os conteúdos do LinkedIn relevantes para seu crescimento profissional

57%

concordam que passaram a utilizar mais o LinkedIn durante a pandemia

O Facebook em números

- O Facebook possui 2,9 bilhões de usuários ativos na plataforma, sendo 116,6 Milhões ativos no Brasil.
- Das pessoas que consomem notícias no ambiente online, 44% usam o Facebook para acessá-las. Essa é a rede social mais usada para essa finalidade.

♀ 53%

♂ 47%

18 - 34 | 50%

32%

acessam a rede social
pelo menos uma vez ao
dia

81%

afirmaram que seguem
alguma marca ou
empresa na rede social

66%

já compraram algum
produto ou
contrataram algum
serviço que
descobriram no
Facebook

O YouTube em números

- Possui 2,5 bilhões de usuários ativos na plataforma, sendo a 2^a rede social mais usada no mundo, perdendo apenas para o WhatsApp.
- No Brasil abrange 138 milhões de pessoas que veem e postam vídeos mensalmente.
- O YouTube é o segundo site mais visitado do mundo com 27,6 bilhões de visitas mensais registradas em 2022, atrás apenas do Google com 44,2 bilhões.
- No Brasil, as principais buscas realizadas no YouTube são por Filmes, Conteúdos Ao Vivo e Música

♀ 52%

♂ 48%

18 - 34 | 50%

30%

das pessoas que consomem notícias usam o YouTube para acessá-las

61%

dos usuários do YouTube estão inscritos no canal de alguma marca ou empresa

60%

disseram assistir mais YouTube do que TV tradicional.

O Instagram em números

- São 2 Bilhões de usuários no mundo, sendo mais de 122 milhões, no BR.
- O Brasil é o 3º país com maior número de usuários, atrás apenas da Índia e dos Estados Unidos.
- Saltou de 84% para 92% o percentual de usuários que entram no Instagram pelo menos uma vez por dia.
- A rede ocupa o primeiro lugar entre as redes sociais mais populares para fazer compras online

♀ 56,7%

♂ 43,3%

18 - 24 | 31%
25 - 34 | 30%

2,8%
é a média da taxa de engajamento

80%

acreditam que o Instagram pode aproximar pessoas e empresas.

55%

já usaram o Instagram para conversar com empresas.

58%

disseram já ter comprado algo que um influenciador digital estava indicando ou usando.

O Pinterest em números

- São 459 milhões de usuários no mundo, sendo 46 Milhões de brasileiros acessando a plataforma todos os meses
- Os cinco temas principais das pastas criadas em 2020 foram "receitas", "tatuagem", "cabelo", "unhas" e "casa".

♀ 74%

♂ 19%

18 - 34 | 50%

94%

dos usuários se sentem mais inspirados para novas ideias pelo Pinterest do que por outras plataformas digitais

90%

dizem que o Pinterest mostra algo que eles gostariam de experimentar ou ter em suas vidas.

95%

das principais pesquisas no Pinterest não estão relacionadas a marcas

O TikTok em números

- O TikTok tem 1 bilhão de usuários ativos mensais. Sendo +89 Milhões no brasil
- Foi o 7º aplicativo de rede social mais baixado em 2021. Ele já ultrapassou Twitter, Telegram, Reddit, Pinterest e Snapchat em usuários ativos mensais
- 95 minutos por dia é a média de visualização por usuário. Esse número é 28,3% maior do que o 2º colocado, que é o Youtube

♀ 62,7%

♂ 37,3%

18 - 24 | 38%
25 - 34 | 29%

9%
é a taxa de
engajamento média

42%

gostam de utilizar o TikTok para acompanhar e curtir os vídeos de marcas e empresas que gostam.

82%

dos usuários do Brasil acessam a plataforma pelo menos uma vez ao dia

35%

dos usuários do Brasil já compraram algum produto ou contrataram algum serviço que descobriram no app.

O Twitter em números

- São 1.3 Bilhões de usuários no mundo, sendo mais de **20,5 milhões** aqui no Brasil
- Das pessoas que consomem notícias no ambiente online, 13% usam o Twitter para acessá-las
- 1 em cada 3 usuários ativos engajaram com marcas no Brasil em novembro.22
-

♀ 48%

♂ 52%

16 - 24 | 45%
25 - 34 | 29%
35 - 44 | 15%

As redes nasceram com necessidades e objetivos diferentes.

Para você saber quais as redes ideais para o negócio do seu cliente, você precisa saber quais são as **necessidades e objetivos** do seu cliente.

Se for tentar ganhar leads para uma manicure no Linkedin, talvez você fique igual a ela

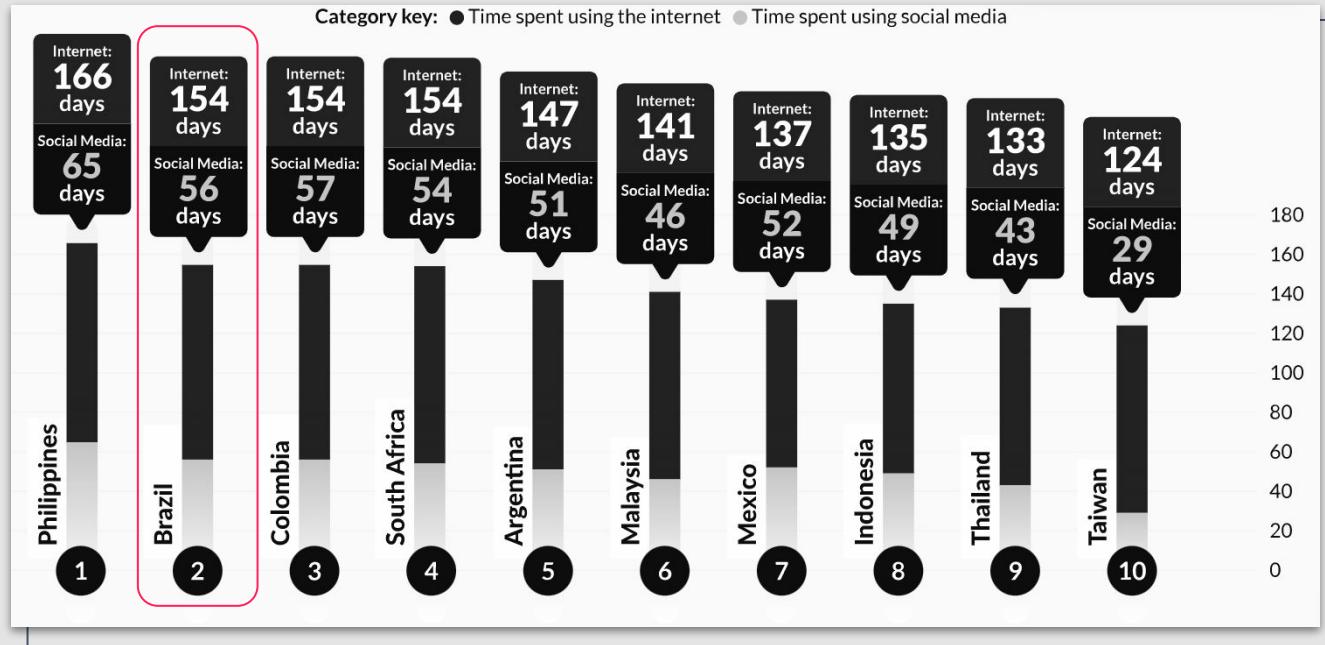


A profissão social media



O objetivo dessa aula é entender o crescimento da profissão e as habilidades necessárias para ser um bom Social Media.

O Brasil ocupa o segundo lugar no ranking de países que mais gastam tempo na internet



3h41 por dia

Principais razões para usarem as redes sociais são:

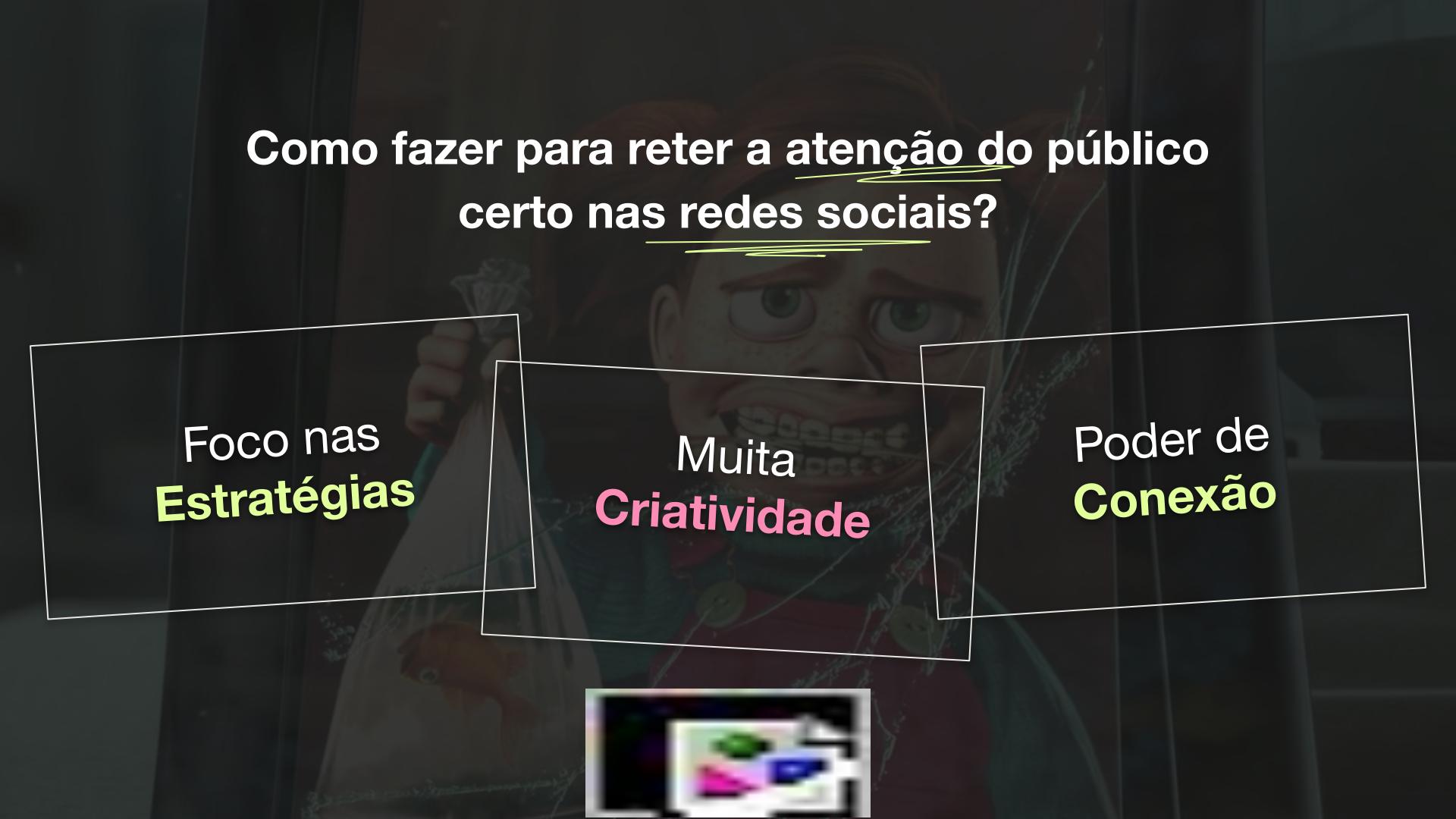
-
- 1º** Manter contato com os amigos e a família 65%
 - 2º** Ler notícias 57%
 - 3º** Encontrar produtos para comprar 46%
 - 4º** Encontrar conteúdo 45%
 - 5º** Procurar coisas para fazer ou comprar 44%

Mas, apesar do grande uso, a atenção do ser humano é curta...

Tempo médio de atenção.



Peixinho Dourado

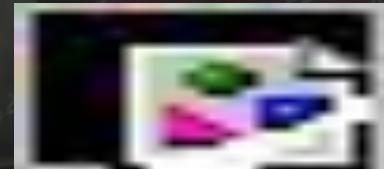


Como fazer para reter a atenção do público certo nas redes sociais?

Foco nas
Estratégias

Muita
Criatividade

Poder de
Conexão



Como fazer para reter a atenção do público certo nas redes sociais?

Sendo
Social Media



**O (a)
profissional
de Social
media é
quem...**

Gerencia as redes sociais de uma marca

Planeja estratégias de acordo com os objetivos da marca

Cria conteúdos relevantes e pertinentes para o objetivo da marca

Gera diálogo e relacionamento com o público da marca

Cria oportunidades de vendas

E quais são as habilidades necessárias esperadas desses profissionais?

- .pessoas ágeis
- .multidisciplinares
- .capazes de reagir a mudanças
- .com iniciativa própria



Excelente **escrita, leitura, interpretação** de texto e síntese



Criatividade para inovar e não ter medo de **fazer diferente**



Curiosidade para buscar soluções ou ferramentas para aprimorar seu trabalho



Gostar de redes sociais e **estar atento às tendências e oportunidades**



Organização de demandas, prazos e entregas



Raciocínio analítico sem medo de análise de dados

E gostar muito de estudar :)

Perspectivas do mercado de trabalho

O objetivo dessa aula é entender melhor as perspectivas do mercado de trabalho com redes sociais.

Como já vimos, as pessoas passam muito tempo nas redes sociais, logo, as empresas começaram a *investir e ocupar esses espaços*.

Hoje, uma empresa ter redes sociais ativas não é mais *diferencial*, já virou uma *obrigação*. Mas quem faz diferente se destaca

O que faltam são *profissionais qualificados* para essa profissão tão jovem



75%

dos consumidores usam as redes sociais para buscar produtos.

*e 41% preferem comprar pelas redes sociais **por terem acesso à avaliação de outros clientes***

Nós monitoramos e criamos conversas com os clientes!

78%

das pessoas preferem comprar nos sites ou aplicativos das lojas.

Nós levamos tráfego!

≡ Q **INÉGÓCIOS** ASSINE

AÇÃO

Marcas usam as redes sociais para cativar os consumidores

Com ações oportunistas, chamadas de marketing em tempo real, as empresas avançam sobre a internet para conquistar a massa digital. Há casos de imenso sucesso, mas tem cada fiasco...

≡ Q **MERCADO & CONSUMO**

Home > Destaque do dia

Como as marcas devem aproveitar as redes sociais para se conectar com o consumidor

A transformação digital no varejo e no consumo foi tema de uma das mesas da 10ª edição do Fórum Lide do Varejo e Marketing

≡ Q **meio&mensagem**



Juliano Fortini
Head de Digital Media & Data da
divisão de dispositivos móveis da
Samsung do Brasil

O papel das redes sociais na conexão entre marcas e a Geração Z

No marketing digital, a interação com as pessoas é um dos pontos mais importantes para se levar em consideração

Ta na mídia!



Ouça a Rádio
96,7FM



FOLHA de PERNAMBUCO

LEIA O
JORNAL
quarta
01/02/2023

POLÍTICA • ECONOMIA • BRASIL • MUNDO • CULTURA+ • ESPORTES • BLOGS & COLUNISTAS

EMPREENDEDORISMO

Social Media e sua importância para as redes sociais

Também conhecidos como Analistas de Redes Sociais, a profissão do Social Media teve aumento de 74% em 2020

Tá na mídia!

No mercado,

Como Social Media é possível trabalhar como Freelancer, em agências de publicidade ou em empresas de forma geral, tendo muito espaço e oportunidade cada vez maiores com o passar do anos!



Social Media

Freelas

Agência

Empresas

No mercado,

O profissional de digital é muito importante pois independente da área, a rede social já virou uma obrigação.

Todo mundo pode trabalhar nessa área! Desde que tenham as capacidades e vontade!
Por exemplo a Daiane que é Engenheira Florestal e eu formada em Imagem e Som.

Na Rocky.Monks temos profissionais de diversas formações como Turismo, economia, biologia, geografia, engenharia e também de publicidade e propaganda (*em bem menor proporção*)

Exercício

Colocar em prática os aprendizados do módulo

Exercício 1

Você irá selecionar **2 empresas** de sua preferência (uma já grande e estabelecida e outra pequena que está em crescimento) para fazer uma análise estratégica pensando em **quais redes sociais** elas **devem** estar presente e quais **não faria sentido** estar presente. Você precisa justificar suas escolhas usando como base os dados e informações que você aprendeu neste módulo.

Ps: Baixe o arquivo da aula, edite com as suas respostas e envie para nossos tutores ;)

thanks



Leticia Longo
Head de Social Media e Conteúdo