

Especializado Social Media Marketing

- **Formato do curso:** Presencial
- **Localidade:** Lisboa
- **Data:** 13 Jan. 2021 a 24 Mar. 2021
- **Preço:** 1495€
- **Horário:** Pós-laboral - 2ª, 4ª e 6ª, das 18h30 às 21h30
- **Duração:** 90 horas

Social Media Marketing (SMM), ou marketing em media social, é a área de marketing digital responsável pelas estratégias e técnicas que envolvem a utilização de redes sociais, para a comunicação de marcas, relacionamento com clientes, acções virais, entre outras. Esta vertente do marketing online está focada na relação com uma determinada comunidade, privilegiando a interação com o público-alvo e a relevância da informação disponibilizada, o que promove por sua vez, a partilha e o reenvio da mesma de forma exponencial, pela audiência.

Destinatários

Profissionais e estudantes de marketing, publicidade, comunicação, branding e web design Gestores de conteúdos online – são o foco da formação em gestão redes sociais.

Pré-requisitos

Para participar no curso de gestão de redes sociais, são necessários conhecimentos gerais de navegação na Internet.

Objectivos

A formação em Social Media Marketing pretende dotar os participantes dos conhecimentos e noções necessários para definir e implementar um plano estratégico de SMM nas principais plataformas existentes.

Metodologia

Presencial ou live training.

Programa

Fundamentos de Social Media Marketing

- O papel das Redes Sociais no Marketing Digital
 - O Novo paradigma da comunicação
 - Social Media vs Social Networking
- Diversidade de Redes Sociais
 - Redes Sociais horizontais e verticais
 - As principais Redes Sociais
 - Plataformas de integração de Redes Sociais
- Estratégia nas Redes Sociais
 - Definição de objetivos e metas
 - Estratégia dos 5Ts
 - Formas de atuar
 - Boas Práticas
 - Métricas e Indicadores de Retorno
- Noções Gerais de Community Management
 - A figura de Community Manager: tarefas, responsabilidades, aptidões e atitude
 - Ferramentas de Gestão de Comunidades
 - Boas práticas e formas de atuar

Workshop: Community Management

- O que é Comunidade.
- Políticas de Social Media.
- Protocolos.
- O Community Manager e o seu papel na instituição.
- Criação de uma comunidade e dinamização.
- Definição do tom e estratégia.
- Boas Práticas.
- Estratégia.
- Perfis.
- Planeamento.
- Monitorização.

Facebook Marketing

- Facebook Pages
 - Criação de uma Facebook Page
 - Configuração geral de uma Facebook Page

- Gestão de Permissões
- Gestão de Administradores
- Gestão de Conteúdos
 - Tipos de Publicação: texto, link, imagem, video e marco.
 - Boas práticas e exemplos para a criação de publicações
 - O Algoritmo do Facebook
 - Estratégia e Definição da Política de Conteúdos
- Separadores/Aplicações das Páginas de Facebook
 - Aplicações Nativas: Fotos, vídeos, eventos e notas
 - Integração de aplicações externas numa Facebook Page: Woobox, Shortstack e outras.
- Técnicas e boas práticas para a angariação de novos seguidores, sem recurso à publicidade paga
- Noções Gerais de Facebook Marketing
 - Introdução ao Facebook Marketing.
 - As aplicações empresariais do Facebook: Facebook Pages, Facebook Ads e Facebook Platform.
 - Princípios gerais de uma estratégia de Facebook.
 - Etapas para o planeamento de uma estratégia de Facebook.
 - Páginas de Facebook, Perfis Pessoais e Grupos: especificidades, diferenças e método de conversão.
- Facebook Insights: Métricas e Indicadores de Desempenho
 - Métricas ao nível de página (Page Level Data)
 - Métricas ao nível de publicações (Post Level Data)
 - Como interpretar as métricas
 - Exportação dos Facebook insights para Excel

Facebook Ads (Publicidade no Facebook)

- Introdução à Publicidade no Facebook
 - Noções gerais: objetivo, público-alvo, localização, criatividade e pagamento.
 - Anatomia de uma campanha de Facebook Ads: Campanha, Grupo de Anúncios e Anúncio.
 - Segmentação com Facebook Ads: por localização, demografia, interesses e/ou comportamentos.
 - Modalidades de Pagamento.
- Promoted Posts, Gestor de Conteúdos e Power Editor
- Audiências Avançadas:
 - Custom Audiences.
 - Lookalike Audiences.
- Métricas e Indicadores de Desempenho
 - Registo de conversões.
- Relatórios

Twitter Marketing

- Porquê o Twitter?
 - Dados de utilização
 - Twitter enquanto rede social e plataforma digital
 - Conceitos Gerais
- Regras Básicas:

- Formas de atuar
- Criação de uma conta no Twitter
- Personalização de uma conta no Twitter.
- Plataformas de integração: Hootsuite e Tweetdeck
 - Ligação com outras redes.
- Publicidade no Twitter
 - Twitter como ferramenta de Marketing
 - Aplicações empresariais do Twitter
 - Integrar o Twitter numa estratégia de comunicação digital
 - Definição de objetivos e metas.
- Tendências de Mercado
- Ferramentas de Monitorização

LinkedIn Marketing

- Introdução
 - História rápida
 - LinkedIn em Números
 - Como as Pessoas Pensam/Usam o LinkedIn
 - Marcas a Seguir
- Visita Guiada
 - Principais Funcionalidades
 - Tipos de Conta
 - Funcionalidades: LinkedIn Free vs. Premium Tools
- Conta Pessoal
 - Normal vs. Creator
 - Secções do Perfil
 - Boas Práticas na Criação de um Perfil All-Star
 - Prospecção
 - Estratégia de Conteúdos
- Conta Empresarial
 - Company, Career e Showcase Page
 - Boas Práticas
 - Estratégia de Conteúdos
 - Criar um Anúncio
- Métricas e Análise de Desempenho

Instagram Marketing

- Noções Gerais de Instagram Marketing
 - A evolução do Instagram (em números).
 - Características de uma comunicação visual eficaz (Foto & Video).
- Presença Empresarial no Instagram
 - Criação de uma conta no Instagram.
 - Definição de uma estratégia focada para a sua empresa.

- Gestão da presença.
- Criação de passatempos e concursos.
- Boas práticas para aumentar a sua comunidade.
- Como medir o sucesso das suas atividades com o Instagram.

Youtube Marketing

- Noções Gerais de Youtube Marketing
 - O valor do vídeo no marketing e na comunicação
 - O que é o Youtube
- Criação de um canal no Youtube
 - Estratégia de Youtube Marketing
 - Criação de um canal
- Personalização e Funcionalidades do Youtube
 - Interatividade no Youtube
 - Legendas
 - Genéricos
 - Analytics
 - Listas privadas
 - Streaming ou eventos em direto
 - Creator Studio
 - Audio para vídeos
 - Editor de vídeo
- Criação de playlists por áreas de interessa da marca.
- Boas práticas.

Projeto Prático

- Definição de um plano de Social Media Marketing.