

P5-M12

Marketing nas Redes Sociais e Vendas

Para o setor da
Alimentação saudável



Conteúdos

1

Estratégia para as Redes Sociais

6

Quem – O quê – Quando – Onde – Como

2

Será que o meu negócio precisa de estar nas Redes Sociais?

7

É a nova montra que, se quisermos pode ser global!

3

Redes Socias em 5 passos

9

Criar valor para a sua marca

Conteúdos

4

Passo 1 – Quais as melhores ondas? 10

Procure as 5 maiores áreas de interesse das redes sociais

5

Passo 2 – Defina objetivos 16

Faça uma lista dos objetivos que deseja atingir

6

Passo 3 – Investigue a sua audiência 19

Conheça melhor as pessoas que o ouvem e que o vêem

Conteúdos

4

Passo 4 – Criar conteúdos

21

Criar bons conteúdos é a chave do sucesso

5

Passo 5 - Teste e quantifique

23

O que funciona e o que não funciona.
Um processo contínuo.

6

Leitura recomendada

27

Existem várias fontes de informação útil de como maximizar o seu impacto nas Redes Sociais e de como planear a sua atividade.

Estratégia para as Redes Sociais

O objetivo – Aumentar a visibilidade, o interesse e as vendas

Quem – O quê – Quando – Onde – Como

Quem - Use as redes sociais e o seu website para promover um produto e um serviço

O quê – Criar publicações online através do uso de imagens, video, texto, partilhas de informações de outros websites ou blogues, etc.

Quando – Uma presença online deve ser constante com publicações estratégicas no tempo que promovam o envolvimento dos eu público-alvo

Onde – Conheça os dados demográficos de cada Plataforma e escolha apenas as que estão alinhadas com as *personas* do seu público-alvo, coincidindo na idade, preferências, região, e interesses.

Como – Use palavras-chave, os logótipos das suas marcas, imagens de alta resolução, vídeos e links para outros conteúdos ou para o seu próprio website.

As Redes Sociais
são:

a nova montra do
seu negócio,

A ilha na grande
superfície,

O seu anúncio
televisivo,

O seu spot de
radio,

E muito mais,
à distância de um
clique!

Does my business need a SoMe strategy?

.....YES!!



Facebook



Twitter



Instagram



É preciso começar a pensar na sua estratégia de penetração nas Redes Sociais

Porquê?

As empresas precisam de estar onde os seus consumidores estão.

Num lugar acessível e fácil

Onde possam saber quais são os seus produtos

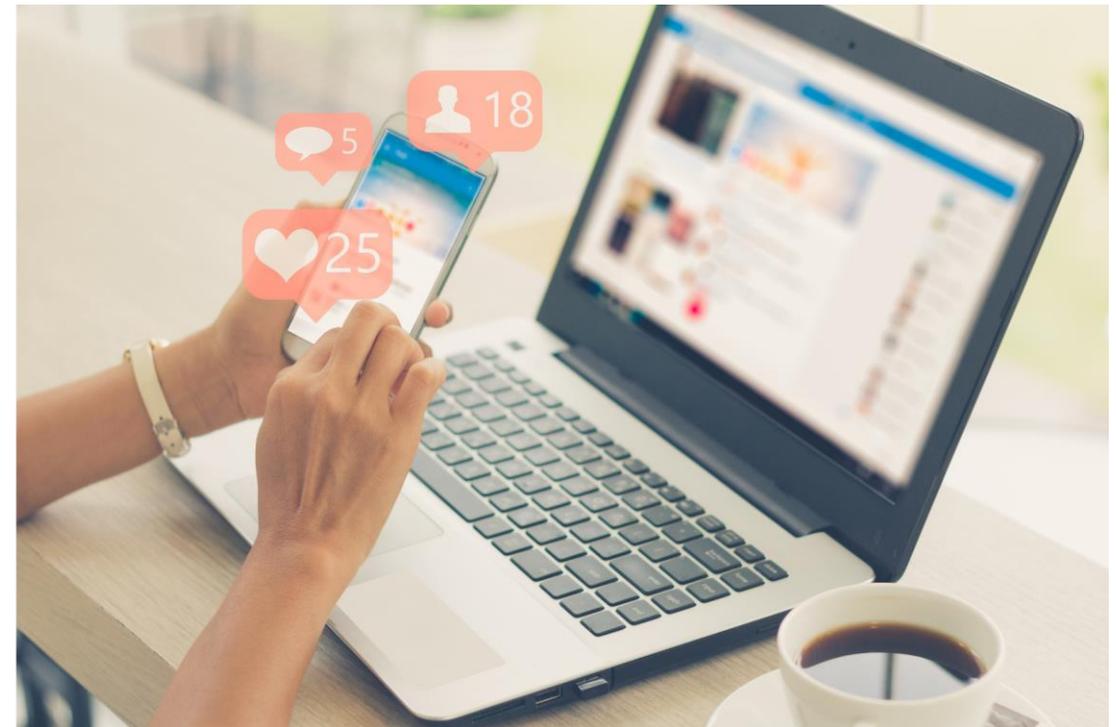
Onde possam encontrar os produtos que lhes interessam

Os consumidores estão nas Redes sociais

A presença nas Redes Sociais induzem à decisão de compra rápida

As redes sociais continuam a crescer

Não ter uma estratégia, coloca as empresas atrás dos seus competidores



A sua estratégia nas redes sociais em 5 passos

Crie valor para a sua marca

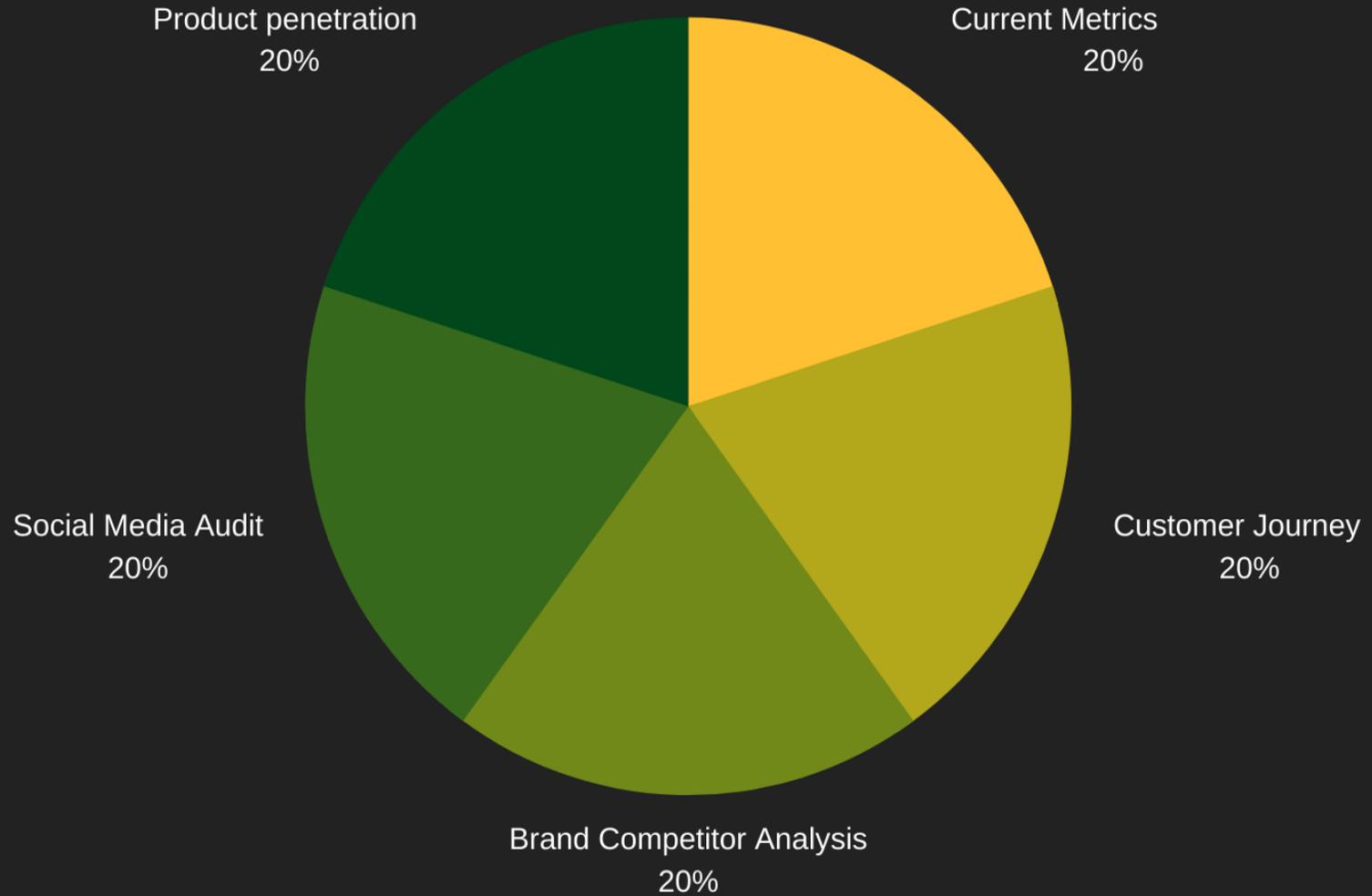
1. Análise
2. Objetivos
3. Encontre o seu público-alvo
4. Crie o conteúdo
5. Teste e avalie o impacto



STEP 1 - TAKE STOCK - ANALYSIS



Procure a 5 principais áreas de interesse nas Redes Sociais



Recolha e avalie os principais resultados da sua atividade nas Redes Sociais

Social Media Metrics

Brand Mentions

Audience Engagement

Brand Reach

Participation



Take stock of



Alguns aspetos a ter em conta:

Whats working

Metrics

Engagement
clicks, reactions,
video views

Whats not

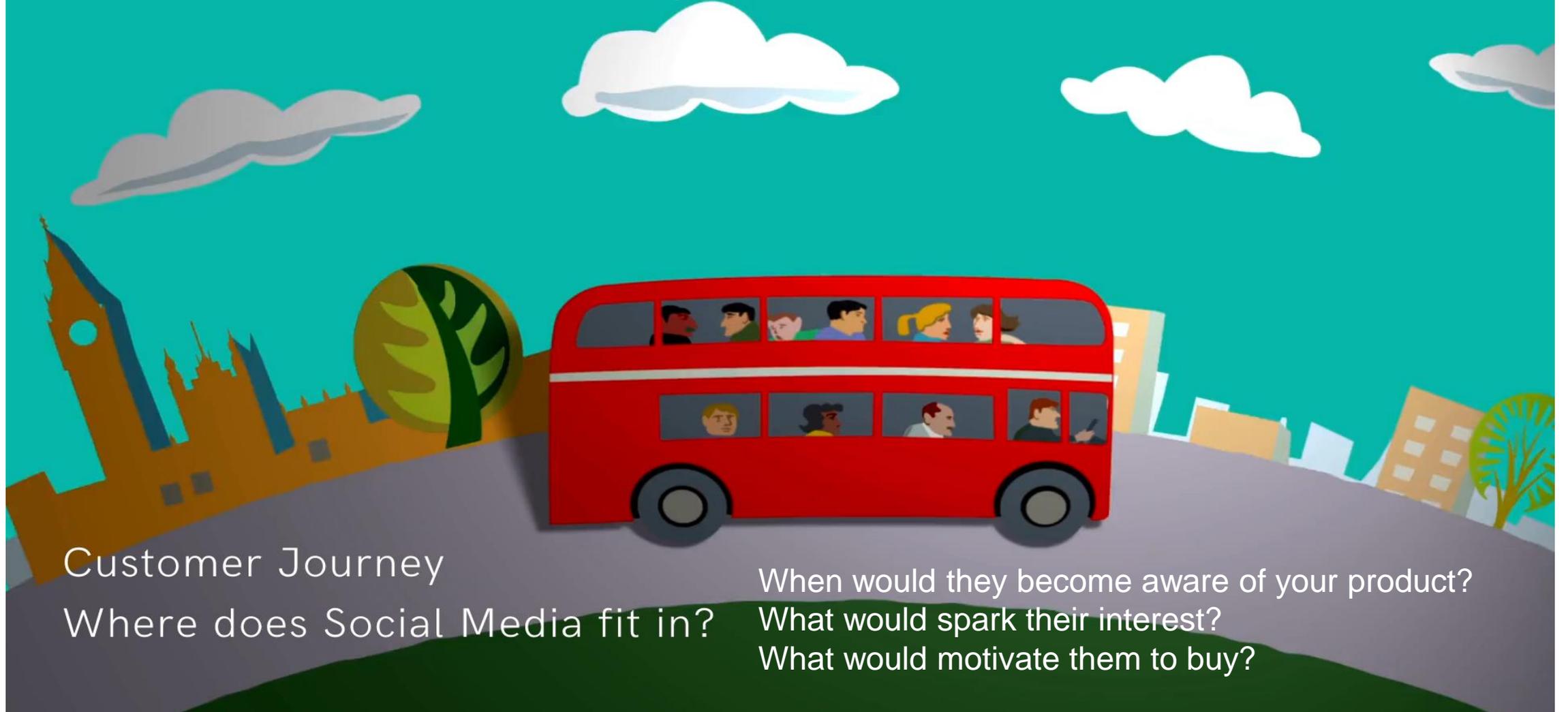
Audience
demographics
age, gender,
location

Improvement?

Referral traffic

Analytics, retweets,
pins, blog views etc

Aumentar a presença online das suas marcas



Customer Journey

Where does Social Media fit in?

When would they become aware of your product?

What would spark their interest?

What would motivate them to buy?

Analise os seus competidores

Identifique os seus competidores nas Redes Sociais

Em que **Plataforma** estão presentes?

Como usam as Redes Sociais?

Com que **frequência** fazem **publicações**?

Quantos **seguidores** têm?

Que tipo de **envolvimento** conseguem?

Quem interage com eles?

Que tipos de **conteúdos** partilham?



Social Media SWOT Analysis

Use tools such as Buzz Sumo, Sprout Social



Step 2 - Set Goals



Increase
Brand Awareness

Generate
Leads and Sales

Grow

Your Brands Followers

Increase
Community Engagement

Increase Website Traffic



- Brand perception
- What do you stand for?
- What sets you apart?
- What communication resonates with your audience?
- What style / content fits with your brand?
- Consistent across all Social Media



O processo AIDA

1. Capte a **Atenção**
2. Estimule o **Interesse**
3. Crie o **Desejo**
4. Promova a **Ação**



Saiba para quem vai falar

Step 3

Research Your Target Audience

Gather **Real World Data**
Find out who follows and who engages with you



Analysing existing social tools



Use data from your Audit



Look at website (Google) Analytics



Talk to customers



Use tools such as Buzz Sumo to research content



Who are they? Age, Gender ...

Interests - Desires

Create Audience Personas

Why ? & How to?

Where are they found online?

When are they online?

Why do they consume the content?

How they consume content?

How to use them?

Criar um bom conteúdo é a chave para o sucesso

Step 4 **Create Content** for Your Target Audience

...

Tell your brands story through your content

Which channels are you going to post on?

When are you going to post?

What type of content are you going to post?

How often are you going to post?

Create a Content Calendar

Quantas publicações serão suficientes?



Instagram

5-10 Posts

2 Weekly

Stories



Snap Chat

5-20 Posts



Facebook &
Linkedin

8-15 Posts



Twitter

21-70 Posts



Pintrest

35-70 Post



É um
processo
sempre
em curso

Step 5

Test and Measure

Trial and error

Use Templates

Be adoptable

Remember objectives

Monthly
reports with
weekly
monitoring

Evaluate
strategy after
one month and
content weekly

Establish
important metrics

...

Como medir o seu sucesso?

Social Media Metrics

**Increase
Brand Awareness**
Reach,
Views, Impressions, Engagement

Grow Your Brands Followers
Increase in followers on Social
Channels, Likes, Follows

Generate Leads and Sales
Number of leads and sales
from Social Media enquiries

Increase Community Engagement
Use Google Analytics to track
visits to your website

**Como
avaliar o
impacto
das suas
atividades?**

Analyze

the metrics, ask questions such as

How do these compare to metrics from our Social- Media audit?

Are they what you predicted?

How do they compare to competitors or related - products?

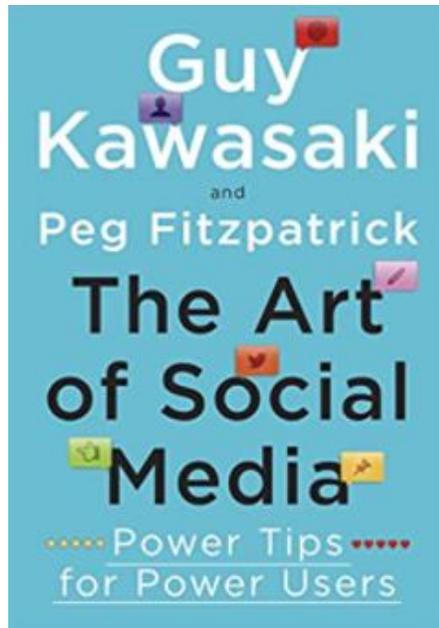
What can you do better? and - Do you need help?

Its an ongoing journey

But even the longest journey
begins with the first step!



Bibliografía recomendada





Este projeto é cofinanciado pelo programa INTERREG ATLANTIC e pela União Europeia através do FEDER





We hope that you have found this training module a useful and helpful support to your healthy food and drink innovation.

This training module is one of a number of training opportunities, organised into themed training programmes to support SME's (small & medium sized enterprises) in the participating regions of Wales, Northern Ireland, Ireland, Spain, Portugal and France to successfully bring new and reformulated healthy food and drink products to market.

The training was created by the partners within the AHFES project which is a quadruple helix Atlantic area healthy food eco-system for the growth of SME's funded by the European Union under the Interreg Atlantic Area Funding Programme.

This programme promotes transnational cooperation among 36 Atlantic regions of 5 European countries and co-finances cooperation projects in the fields of Innovation & Competitiveness, Resource Efficiency, Territorial Risks Management, Biodiversity and Natural & Cultural Assets.

For more information about other training available [please click here](#).

Acknowledgements

This is where you **give credit to** the ones who are part of this project.

Did you like the resources on this **template**? Get them for **free** at our other websites.

Presentation template by [Slidesgo](#)

Icons by [Flaticon](#)

Images & infographics by [Freepik](#)