



# GESTÃO DE MARCAS

*através das*

# Mídias Sociais



**Lucas Charão Brito**



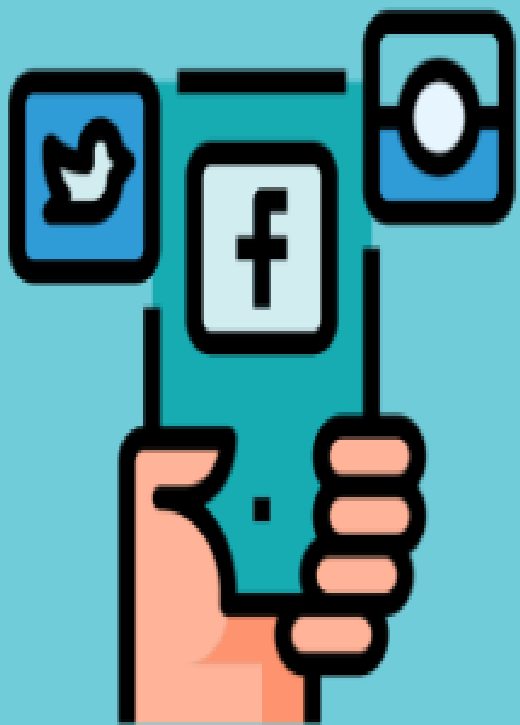
**GERENCIAR MARCAS ATRAVÉS DAS MÍDIAS SOCIAIS**  
envolve diversas etapas e é muito mais do que  
simplesmente fazer publicações.



O gerenciamento de **MÍDIAS SOCIAIS** contempla o processo de análise, definição de estratégia e linguagem, administração, produção de conteúdo, monitoramento e o relacionamento diário e ativo com o **PÚBLICO DA MARCA.**

COMO BOMBAR SUA MARCA

# **NAS REDES SOCIAIS**



- Faça um **PLANEJAMENTO DE POSTS;**
- Avise ao usuário o **SEU SEGMENTO ESPECÍFICO;**
- **CRIE UMA COMUNIDADE DE INTERAÇÃO** (tanto dos usuários com a conta, quanto de usuários com outros usuários).



psicologa\_janainaleao

Seguindo



2.462 publicações

94,2mil seguidores

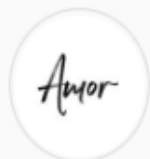
1.047 seguindo

Janaina Leão

Psicóloga e empreendedora. Trabalho com inteligência de vida e negócios. Através do autodescobrimento e ação estratégica você atingirá seu objetivo.

[www.janainaleao.meucvm.com.br](http://www.janainaleao.meucvm.com.br)

Seguido por alinebairross, viegas\_roberta, sabrina\_ungaretti e outras 8 pessoas



Amor



Procrastina...



Meu cresci...



Depressão



Respostas



Respostas

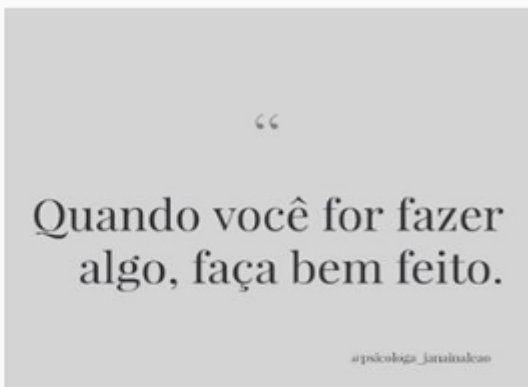
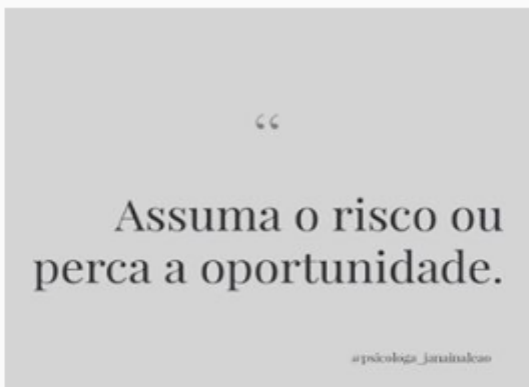
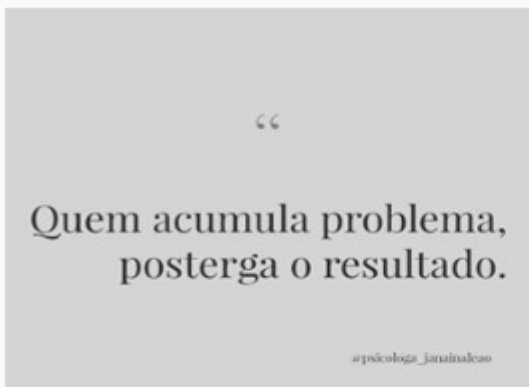


Respostas

PUBLICAÇÕES

IGTV

MARCA DO



**MOTIVOTRIL**  
POTENCIALIZADOR DE CRIATIVIDADE

FSG  
Centro  
Universitário

150MG


POSOLOGIA: CONTÉM DOSES DE ENDOMARKETING

**G** Medicamento  
Genérico

INDICADO:  
MBA EM GESTÃO DE PESSOAS,  
COMPETÊNCIAS E COACHING

DISTRIBUIDO POR DR. LUCAS CHARÃO

USO  
SEMANAL



**COACHVOTRIL**  
POTENCIALIZADOR DE ENGAJAMENTO

FSG  
Centro  
Universitário

150MG

POSOLOGIA: CONTÉM DOSES DE ENDOMARKETING

**G** Medicamento  
Genérico

INDICADO:  
MBA EM GESTÃO DE PESSOAS,  
COMPETÊNCIAS E COACHING

DISTRIBUIDO POR DR. LUCAS CHARÃO

USO  
SEMANAL



**HAPPYVOTRIL**  
POTENCIALIZADOR DE CRIATIVIDADE

FSG  
Centro  
Universitário

150MG


POSOLOGIA: CONTÉM DOSES DE ENDOMARKETING

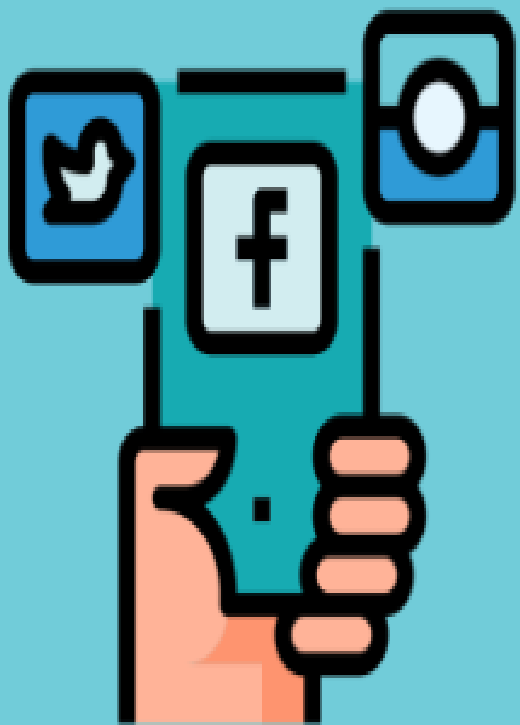
**G** Medicamento  
Genérico

INDICADO:  
CONTRA A REVOLTA EM SALA DE AULA  
E PARA O AUMENTO DA CRIATIVIDADE

DISTRIBUIDO POR DR. LUCAS CHARÃO

USO  
SEMANAL





Tenha um **ESTILO PRÓPRIO DE GERENCIAR A SUA REDE SOCIAL**, seja sempre usando alguma frase, colocando o logo em algum lugar específico, ou programações frequentes que façam o seus seguidores esperarem por isso.



[Página inicial](#)[Criar](#)[Tudo](#)[Publicações](#)[Pessoas](#)[Fotos](#)[Vídeos](#)[Marketplace](#)[Páginas](#)[Locais](#)[Grupos](#)[Apps](#)[Mais](#)**Nubank**

14 de março · 🌐

Gostar da Página



Nosso escritório reflete nossa cultura – e é por isso que ela é tão forte. No Nubank, animais de estimação são bem-vindos todos os dias. Quer saber tudo sobre isso? Explicamos mais em nosso blog ↓

[BLOG.NUBANK.COM.BR](https://BLOG.NUBANK.COM.BR)

**Cachorros no escritório: o que eles têm a ver com a cultura do Nubank? - Fala, Nubank**

7,5 mil

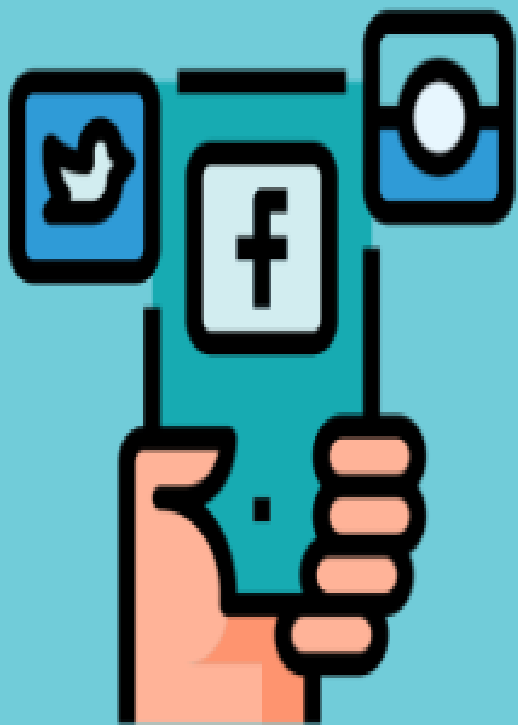
mil comentários 444 partilhas

Gosto

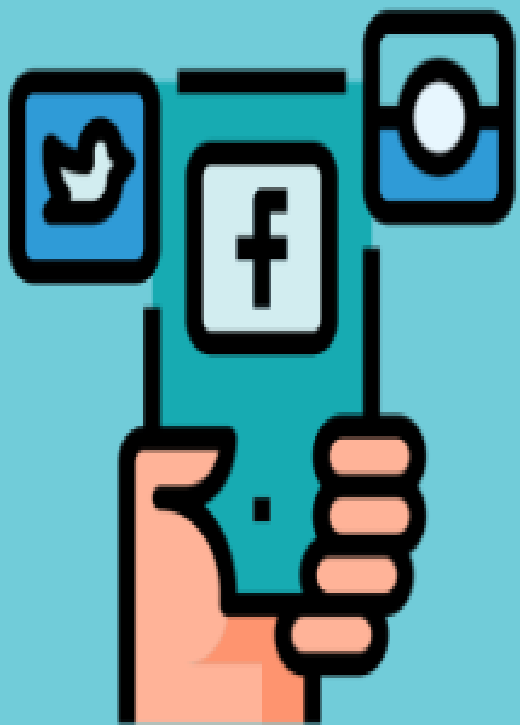
Comentar

Partilhar





Use hashtags, memes, **ASSUNTOS QUE CHAMEM A ATENÇÃO E QUE ESTÃO EM ALTA NA REDE.**



Use hashtags, memes, **ASSUNTOS QUE CHAMEM A ATENÇÃO E QUE ESTÃO EM ALTA NA REDE.**





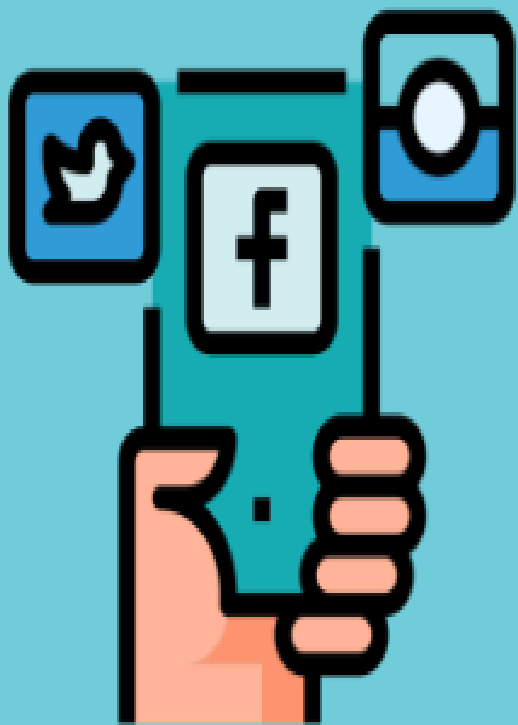
Burger King Brasil

5 de maio às 20:07 · 🌐

Se é pra falar de Picanha Churras, tem que ser zerando a internet!

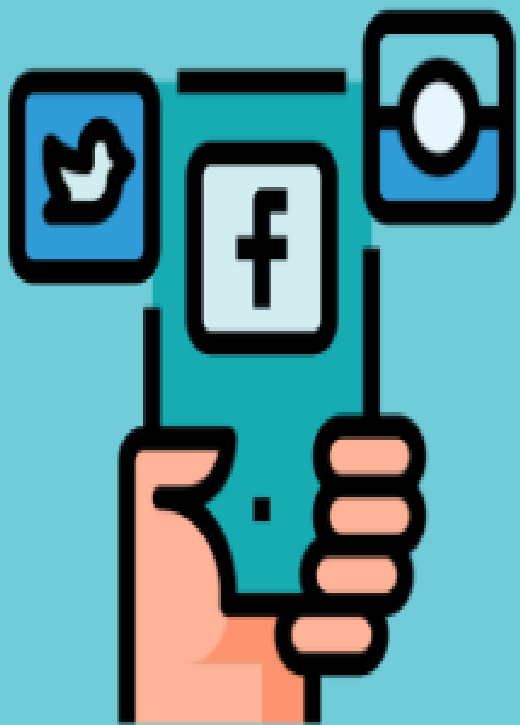


**VINAGRETTEN!**



Tenha um **CONTROLE DE INTERAÇÕES EM CADA POST**, assim analisando quais obtiveram maior interação ou compartilhamento.

Seja **SIMPLES E DE QUALIDADE** (na maioria das vezes, qualidade conta mais que quantidade).



**DIVERSIFIQUE AS FORMAS DE CONTEÚDO.** Por exemplo: se você decidir postar um dia sim e outro não, entre os dias de publicar escolha um dia para foto e no outro publique um infográfico, assim variando.

Caso a rede social escolhida for o Instagram, **APROVEITE O ESPAÇO DE *STORYS* PARA INTERAGIR AINDA MAIS COM O SEU PÚBLICO.**

# MARKETING É...

CHEGAR NO QUARTO DO  
HOTEL E ENCONTRAR ISSO.  
NÃO TEM PREÇO!!!



📍 ALTADOMO HOTEL

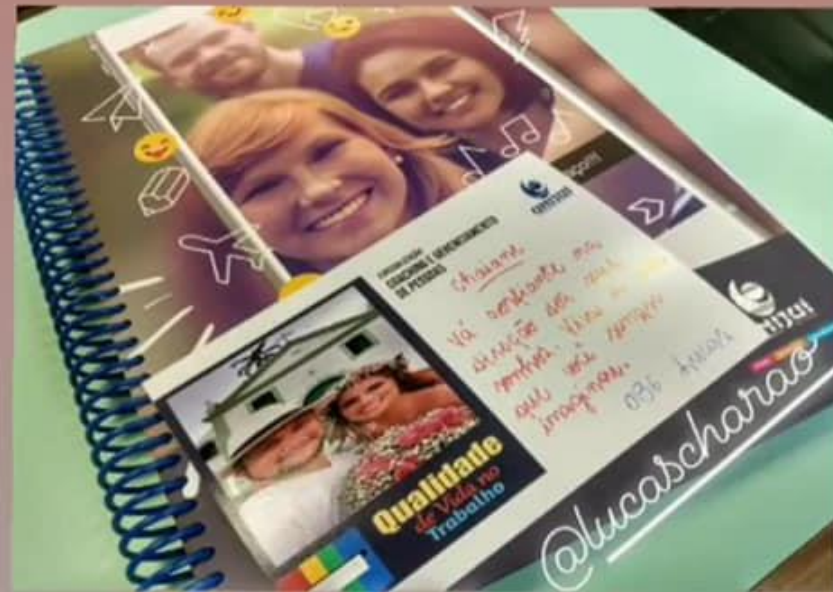
# MARKETING É...

CHEGAR NO QUARTO DO  
HOTEL E ENCONTRAR ISSO.  
NÃO TEM PREÇO!!!



📍 ALTADOMO HOTEL

Obrigada professor  
pelo carinho



be  
happy.

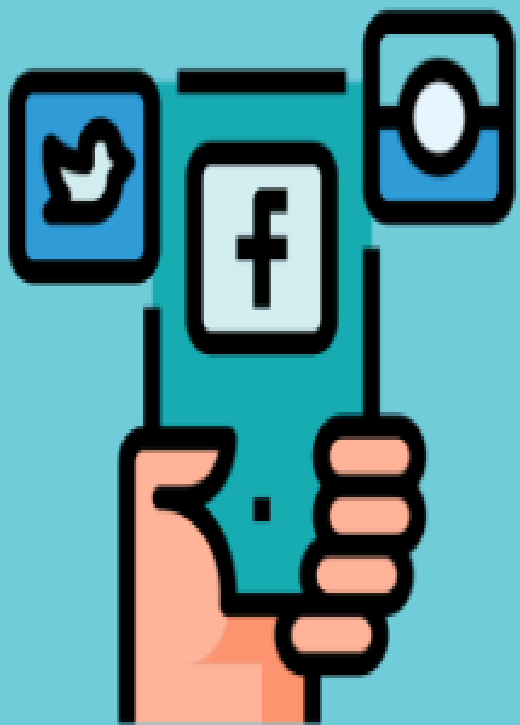
Visualizado por 136

Compartilhar

Destaque

Mais





**SEJA ACESSÍVEL.** Responda com certa rapidez, como também possibilite as respostas em seus storys e em seus posts, vale ressaltar que a forma como você responde em suas redes sociais é como se fosse um atendimento de vendas, cuide disso!



# Atividades e Processo de Avaliação



# Design Thinking



O **DESIGN THINKING** como uma abordagem, é considerada a capacidade para combinar **EMPATIA** em um contexto de um problema, de forma a colocar as pessoas no centro do desenvolvimento de um projeto; **CRIATIVIDADE** para **GERAÇÃO DE SOLUÇÕES** e razão para analisar e adaptar as soluções para o contexto.



*O que ele*  
**PENSA E SENTE?**

O que realmente conta, principais preocupações e aspirações

*O que ele*  
**ESCUTA?**

o que amigos dizem, o que o chefe fala, o que influenciadores dizem

*O que ele*  
**VÊ?**

ambiente, amigos, o que o mercado oferece

*O que ele*  
**FALA E FAZ?**

atitude em público, aparência, comportamento com outros

**DOR**

medos, frustrações, obstáculos

**GANHOS**

desejos e necessidades, formas de medir sucesso, obstáculos

PROCESSO CENTRADO NO SER HUMANO

MERGULHO NA NECESSIDADE DO USUÁRIO

# DESIGN THINKING

PROCESSO NÃO-LINEAR

DESEJABILIDADE

VARIEDADE

POSSIBILIDADE

CRIAR OPÇÕES

FAZER ESCOLHAS

SOLUÇÕES

DESAFIO

DO DESIGN DE PRODUTOS  
SOLUÇÕES

AS RESPOSTAS CRIATIVAS

EQUIPE MULTIDISCIPLINAR

PROCESSO DE CO-CRIAÇÃO

COM O PRÓPRIO PÚBLICO E ATORES

INSPIRAÇÃO

DESAFIO DO PROJETO

OBSERVAÇÃO

INTERPRETAÇÃO

IDEAÇÃO

ESPAÇOS ORBITAIS

BRAINSTORMING

FORMAÇÃO IDEIA

IMPLEMENTAÇÃO

PROTÓTIPO

EXPERIMENTAÇÃO

APRENDIZADO

REPETIÇÃO



# Problemen

Wat voor problemen ervaart de klant tijdens het traject?

# Opportunities

Waar en zie je mogelijkheden om de klant beter te ondersteunen?

# Inzichten


Welke nieuwe inzichten heb je ontwikkeld en het gebruik en de leefwereld van de klant?

# Noden

# Thema's

# Systemen

Online -  
INFORMATIE  
DIE BIJFT

  
KUBBER-ROSS

Sis heeft  
niet terugvragen?

BIJWATHUK  
HUIS (NR.)

MENSEN  
HEBLEN MOES  
MAK MENSEN

Tenkbaar maar  
persoonlijke  
informatie  
"informatie van  
mensen"

NAZORG

Wat nu  
afwachten

Wat nu  
afwachten

Wat nu  
afwachten

Zie wat kan komen  
met factuur bepalingen  
- 2000  
- 2000  
- 2000  
- 2000

"DE WET"  
↓  
HET LEVEN

Laptop =  
Persoonlijk

Opdelen van  
brieven voor  
administratie  
→ TERPES

SIS KAART  
= in  
BANKING

1 in het  
HTE  
voorgesteld

'BREUG  
SCOP'


Wat nu  
afwachten

Wat nu  
afwachten

Wat nu  
afwachten

Veel documenten

"Blyvende  
administratie"  
- 2000  
- 2000

SAMENWERKING  
KSZ  


Ondersteuning  
MV?

Sis kaart  
= in  
BANKING

Zo wordt  
BANKING  
BANKING

Wat nu  
afwachten

Wat nu  
afwachten

Wat nu  
afwachten

Wat nu  
afwachten

LANGE  
NASLEEP  
ADMIN

OVERLIGEN  
NIET GEGELD  
IN CONTACT

Partij  
Forum

"NETWERK"

Sis kaart  
= in  
BANKING

Op is het  
BANKING  
→ BANKING

Wat nu  
afwachten

Wat nu  
afwachten

Wat nu  
afwachten

Wat nu  
afwachten

INFORMATIE

Afstand  
klant  
in

DELA-  
LWS

BANKING

IDEAS

CREATIVE



# MARKETING

JUST MAKE THE BEST THINGS!

PLAN



To do list :

bookmark website  
or location



# TEAMWORK







# DIGITAL MARKETING



video



social media



blog



# Análise *de Concorrência*



# Análise *de Concorrência*

O livro [A Arte da Guerra](#) faz uma analogia entre a preparação e as batalhas de uma guerra com o ambiente corporativo. Traz informações muitíssimo relevantes para empresas que tem de lidar constantemente com a competitividade.



# Análise *de Concorrência*

Para vencer uma guerra, é preciso principalmente saber quem é seu adversário, ter informações verdadeiras sobre ele e sobre suas estratégias. Nos dias de hoje, é quase impossível não ter ao menos um concorrente vendendo um produto ou serviço similar e, mesmo que seja o caso, provavelmente não vai durar muito tempo.



# Análise *de Concorrência*

Lutar contra um inimigo invisível é muito desgastante, e por isso é tão importante mapear para onde está indo o dinheiro dos seus clientes.



# Análise *de Concorrência*

Seja para quem está começando um novo negócio ou para quem já tem uma marca consolidada, **conhecer os seus competidores é vital**. A análise da concorrência é uma prática comum do mercado e que pode ser feita de diferentes formas.



# Análise *de Concorrência*

É muito importante que você consiga fazer essa análise dos seus concorrentes de forma ampla. Ao estudá-la, você será capaz de descobrir muitos caminhos de como melhorar o seu posicionamento. Poderá investigar melhor cada uma das empresas que forem listadas para conhecer suas práticas e os resultados que vêm obtendo.





# Após quase falir, Lego se reergue com apoio de videogames

Jogos eletrônicos baseados nos blocos de montar são vitais para o crescimento da empresa, afirma analista

**Franquia tem dez jogos que venderam mais de 3 milhões de cópias; lucro da Lego cresceu 18% no início de 2013**

ALEXANDRE ORRICO  
DE SÃO PAULO

"Brincar com Lego" pode significar montar bloquinhos coloridos de plástico ou jogar videogame, dependendo de quantos anos você tem.

Depois de encarar um momento financeiro difícil em 2001 — ano no qual a Lego quase pediu falência —, a companhia dinamarquesa decidiu diversificar.

Começou a produzir para

pequenas de plástico. A Lego mistura os dois universos: em alguns países, ao comprar o game, o jogador leva também uma caixa com peças.

"Isso acaba por criar uma vontade na criança, acostumada com Legos digitais, a montar os tijolinhos também na vida real", diz Gottlieb.

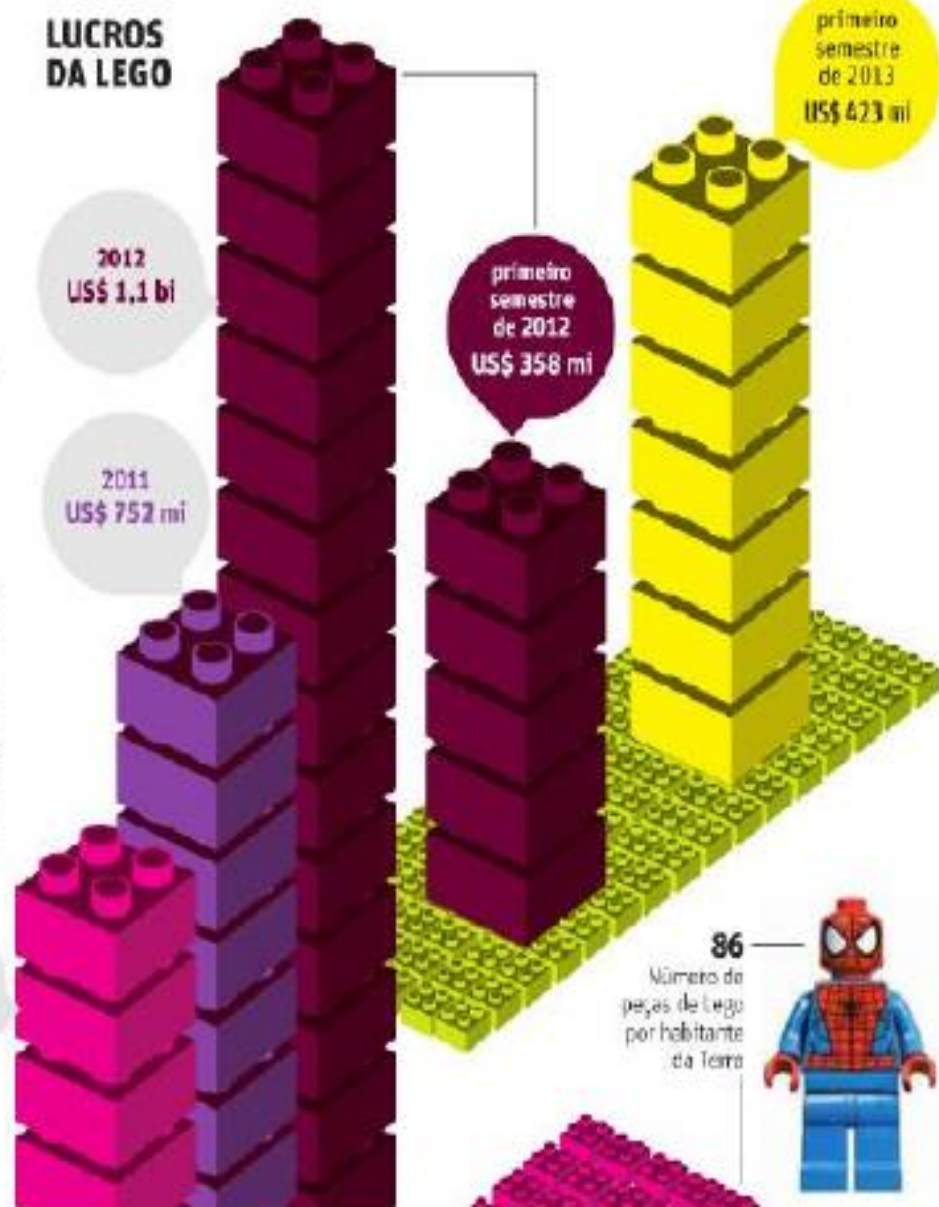
"No caminho inverso, há pessoas mais velhas que sentem-se atraídas pelos games por causa do sentimento nostálgico, por terem tido contato com o Lego físico quando criança. Os games foram uma boa jogada porque atacam nas duas frentes", completa.

## HERÓIS DE LEGO

Parte do sucesso dos jogos vem da parceria com fran-

quia América, Homem de Ferro, Hulk, Wolverine e mais de cem outros personagens, cada um com poderes próprios.

A primeira tiragem do game no Brasil virá acompanhada do Blu-ray do filme "Os Vingadores", e um pacote de blocos baseados no jogo começará a ser vendido na data de lançamento.



# DEFINIÇÃO DE CONCORRENTES



Primeiramente, identifique os seus **concorrentes diretos**, ou seja, aqueles que possuem produtos iguais aos seus e que disputam o mesmo mercado que a sua marca.

Em seguida, defina os seus **concorrentes indiretos**, que são aqueles que oferecem produtos semelhantes aos seus, ou que satisfazem a mesma necessidade ou desejo que o seu. Os concorrentes indiretos disputam o mesmo perfil de consumidor que você.

Ao definir os seus concorrentes diretos ou indiretos, é importante buscar identificar quais aqueles que competem de forma mais acirrada com o seu negócio. Podem ser empresas que estão localizadas geograficamente mais próximas ou que praticam estratégias de comunicação semelhantes à sua.

Tem tanta cafeína em um café grande,  
do tipo Mokka, da Starbucks....



...como em duas latas e meia de Red Bull



# TIPOS DE *Concorrentes*



# CONCORRÊNCIA DE MARCAS



Uma empresa vê suas concorrentes como outras empresas que oferecem produtos e serviços semelhantes aos mesmos clientes por preços similares, como exemplo pode-se citar uma empresa que produz carros para a população em geral, mas esta empresa não pode concorrer com empresas de carros de luxo.

JCDecaux



**nutella**<sup>®</sup>

EXPERIMENTE AS NOVIDADES

© 2013 AR é uma marca de propriedade da Ferrero S.p.A. Todos os direitos reservados para todos os usos. Não é responsável por danos ou danos materiais.

07:59

AR  
BOA



**RAIZ**

29°C

AR  
BOA



# CONCORRÊNCIA DE FORMA



**NETFLIX**

# CONCORRÊNCIA GENÉRICA



São todas as empresas com as quais você disputa o \$ dos seus clientes. Por exemplo: se você tem um hotel, você não estará competindo só com outros hotéis, pousadas e resorts. Você estará competindo ainda com uma loja de carros, com uma empresa de reformas, com uma imobiliária e assim por diante. O seu cliente terá de escolher o que ele vai fazer com o dinheiro que tem pois ele provavelmente não pode fazer tudo. Ele vai escolher entre viajar nas férias ou reformar o apartamento. Entre trocar de carro ou comprar uma casa nova.

# Pesquisa revela que 81% dos jovens preferem viajar ao investir em cursos superiores



Por Giulia Bottini em 25/07/2019 - 08:34

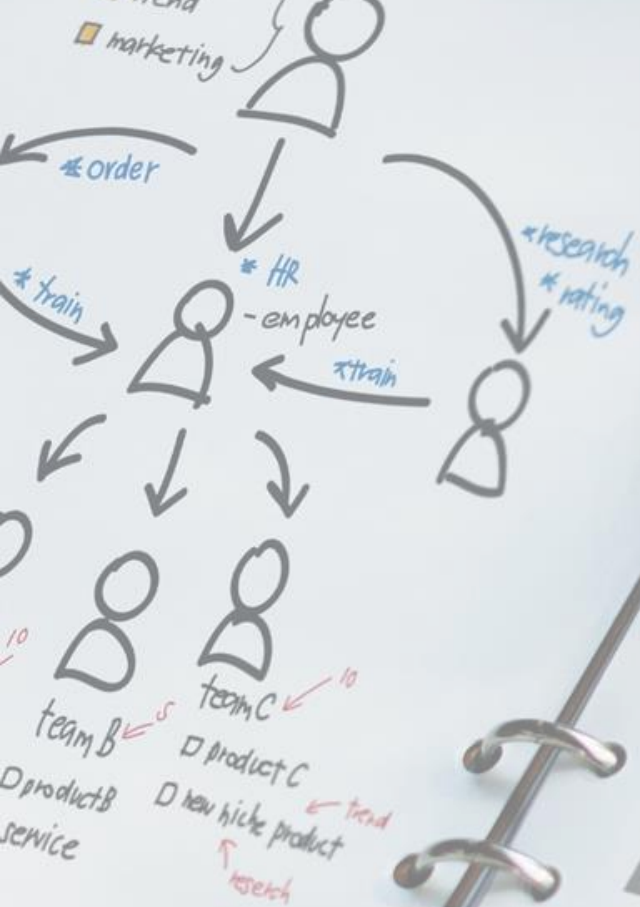




É evidente, entretanto, que as iniciativas conduzidas pelo seu negócio não devem ser unicamente pensadas de acordo com o que os concorrentes estão praticando.

# O que considerar em uma análise de concorrência?





# Como Fazer Análise de Concorrência

Por esta razão, assim que forem definidas as informações necessárias para o estudo, deve ser também definido o método ideal para a coleta, prevendo os custos e o tempo a ser dedicado pela equipe.





Este é o momento de, finalmente, realizar a análise sobre os concorrentes e sobre a sua atuação.

O ideal é que haja um período de tempo muito bem definido para isso, uma vez que estratégias de vendas, marketing e comunicação podem mudar devido a campanhas e a eventos sazonais – como Natal ou Férias, por exemplo.



# 5. Apresente Resultados Para as Áreas Envolvidas



Por fim, os dados devem ser consolidados em um estudo claro a ser apresentado para todas as áreas interessadas.



# SITES E REDES SOCIAIS

Entender a presença digital da marca concorrente também é muito importante. Avalie o site e a forma como as informações e produtos estão sendo apresentados ali.

Ex: A linguagem é mais jovem e coloquial ou formal?

Descubra todas as redes sociais que a marca está presente e identifique a forma de se comunicar em cada uma, o número de seguidores, o tipo e a frequência das postagens e o engajamento do público com os posts.



## FERRAMENTAS DE ANÁLISE DE REDES SOCIAIS

Ao contar com ferramentas como o Social Mention, você consegue encontrar as principais menções feitas sobre as empresas do seu mercado.

# AVALIAÇÕES E COMENTÁRIOS

Descubra o que os consumidores estão falando sobre os concorrentes. Pesquise por comentários e avaliações em sites de venda, redes sociais, fóruns, Reclame Aqui e outros.

Além disso, é muito importante notar como as empresas se posicionam diante das avaliações. Elas respondem, solucionam o problema ou deixam o cliente sem resposta?

# PUBLICIDADE

Quais são as estratégias de publicidade da empresa?  
Em quais veículos ela anuncia?  
Qual o foco da campanha?  
Quais formatos?  
Investe em mídia online paga?

Tudo isso precisa ser levado em conta na sua análise da concorrência para que você possa se planejar e agir.