



Conteúdo Programático

Redes Sociais

Marketing Digital



IN-CLASS



3.5 HORAS

Destinatários

Profissionais da área e interessados no tema (com ou sem formação em Marketing e Comunicação)

Nº mínimo de inscritos

10

Pré-requisitos

(Recomendação)

Frequência das ações:

- Introdução ao Marketing Digital
- Content Marketing e SEO

Certificação de técnicos:

[Clique aqui](#) para consultar os critérios de atribuição de créditos

Contactos

Angola/
(+244) 222 440 447
academy_ao@primaverabss.com

Cabo Verde/
(+238) 356 37 73
academy@primaverabss.com

Moçambique/
(+258) 21 303 388
academy_mz@primaverabss.com

Portugal/
(+351) 253 309 241
academy@primaverabss.com

Enquadramento

Numa perspetiva eminentemente prática, esta formação permite-lhe adquirir e consolidar conceitos relacionados com a importância das redes sociais como forma de interação com os públicos-alvo do negócio, quer numa perspetiva de notoriedade como de vendas.

A interação entre as marcas e as suas audiências aumentou com a proliferação das redes sociais. Aumentou também a responsabilidade das marcas para incorporarem as melhores práticas de comunicação, quer na promoção dos seus produtos e serviços, quer no atendimento a clientes, gerindo pedidos de informação ou mesmo reclamações.

As redes sociais são uma peça-chave para o sucesso do marketing digital; o Facebook, LinkedIn, Instagram, entre outras, têm especificidades próprias, e por isso não devem ser geridas da mesma forma. Nesta formação vai aprender a usar estes meios para chegar ao seu público-alvo.

Objetivos

No final desta ação de formação, os participantes estarão aptos a:

- Perceber a importância de uma estratégia de redes sociais;
- Conhecer as diferentes redes sociais e como cada uma poderá contribuir para o negócio;
- Organizar um calendário editorial para as redes sociais;
- Conhecer como gerir as redes sociais em contexto B2B;
- Definir objetivos, métricas e produzir relatórios de acompanhamento.

Plano de Formação (resumido)

1. Estratégia de redes sociais
2. Como cada rede social pode contribuir para o negócio
3. Digital Selling - o novo canal de vendas
4. Métricas e KPI's

Área de formação
Marketing e Vendas



Conteúdo Programático

Redes Sociais

Marketing Digital



IN-CLASS



3.5 HORAS

Plano de Formação (detalhado)

1. Estratégia de redes sociais

- Como avançar para uma presença nas redes sociais
- Vantagens & desvantagens de cada rede
- Objetivos de interação e de negócio
- Definir o plano de redes sociais

2. Como cada rede social pode contribuir para o negócio

- As redes sociais mais importantes
- Audiências
- Definir um calendário editorial
- Gestão interna ou subcontratação

3. Digital Selling - o novo canal de vendas

- Redes sociais num contexto B2B
- Abordagens e interação
- Fluxos de comunicação

4. Métricas e KPI's

- O que medir
- Produção de relatórios de acompanhamento

Contactos

Angola/
(+244) 222 440 447
academy_ao@primaverabss.com

Cabo Verde/
(+238) 356 37 73
academy@primaverabss.com

Moçambique/
(+258) 21 303 388
academy_mz@primaverabss.com

Portugal/
(+351) 253 309 241
academy@primaverabss.com