



REGIONE AUTONOMA DE SARDEGNA
REGIONE AUTONOMA DELLA SARDEGNA



COLÓNIA DE PESCADORES E AQUICULTORES Z-03
CNPJ: 13.960.117/0001-69
Filial a FAPESCA-BA

Ditta Vincenzo Satta



PREFEITURA MUNICIPAL DO SALVADOR - BAHIA

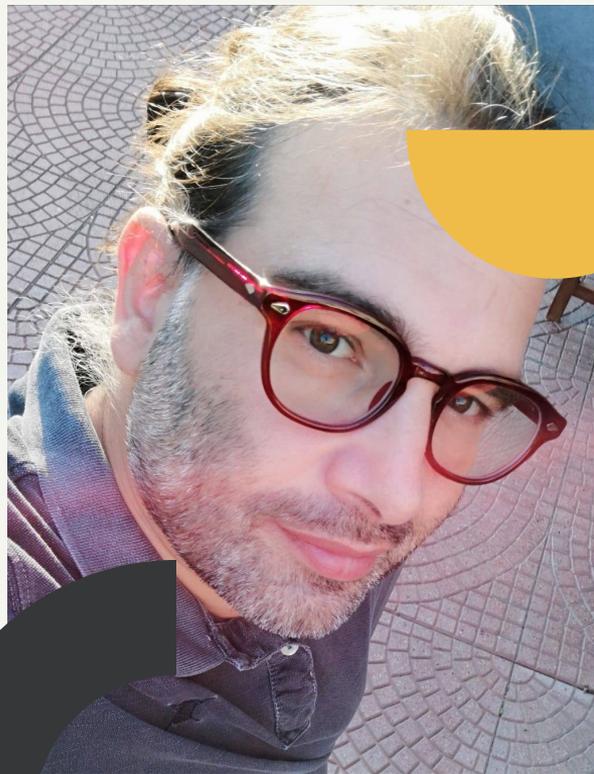


COMUNE DI CAGLIARI

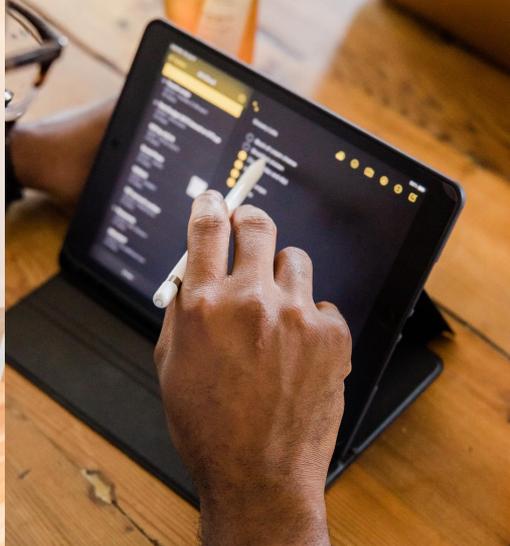




Comunicação, promoção e marketing online



Daniele Puddu



**Uma
sociedade
cada vez
mais digital**

JAN
2021

DIGITAL AROUND THE WORLD

ESSENTIAL HEADLINES FOR MOBILE, INTERNET, AND SOCIAL MEDIA USE

INTERNET USER NUMBERS NO LONGER INCLUDE DATA SOURCED FROM SOCIAL MEDIA PLATFORMS, SO VALUES ARE **NOT COMPARABLE** WITH PREVIOUS REPORTS

TOTAL
POPULATION



7.83
BILLION

URBANISATION:

56.4%

UNIQUE MOBILE
PHONE USERS



5.22
BILLION

vs. POPULATION:

66.6%

INTERNET
USERS*



4.66
BILLION

vs. POPULATION:

59.5%

ACTIVE SOCIAL
MEDIA USERS*



4.20
BILLION

vs. POPULATION:

53.6%

8

SOURCES: THE U.N.; LOCAL GOVERNMENT BODIES; GSMA INTELLIGENCE; ITU; GWI; EUROSTAT; CNNIC; APJII; SOCIAL MEDIA PLATFORMS' SELF-SERVICE ADVERTISING TOOLS; COMPANY EARNINGS REPORTS; MEDIASCOPE. ***ADVISORIES:** INTERNET USER NUMBERS NO LONGER INCLUDE DATA SOURCED FROM SOCIAL MEDIA PLATFORMS, SO VALUES ARE **NOT COMPARABLE** TO DATA PUBLISHED IN PREVIOUS REPORTS. SOCIAL MEDIA USER NUMBERS MAY NOT REPRESENT UNIQUE INDIVIDUALS. **◆ COMPARABILITY ADVISORY:** SOURCE AND BASE CHANGES.

we
are
social

 Hootsuite®



90%

dos agregados familiares na UE em 2019 tinham acesso à Internet



88%

a percentagem de quem tem acesso a uma rede de banda larga.



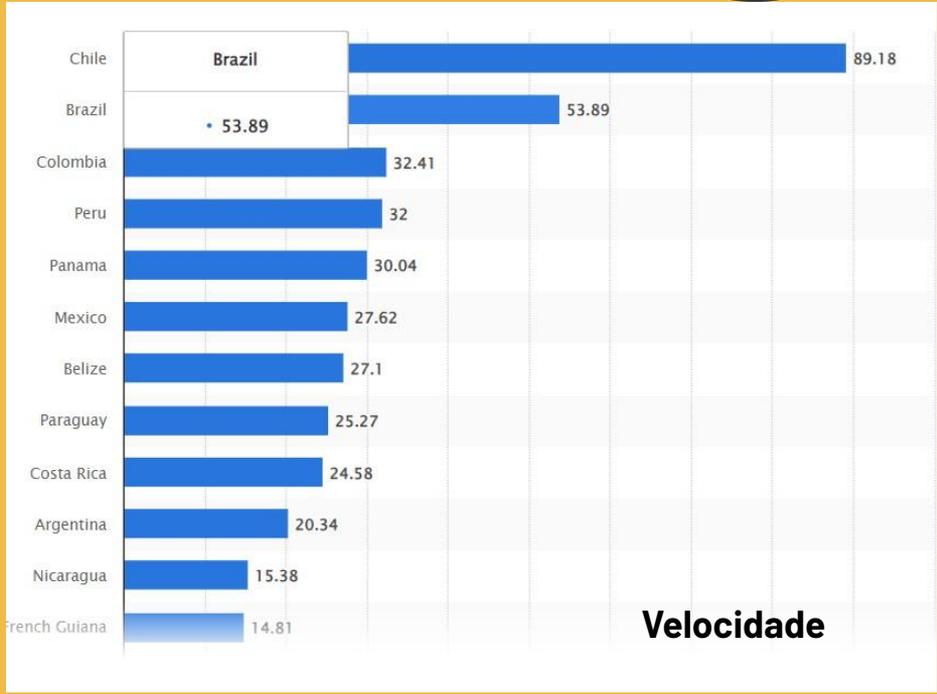
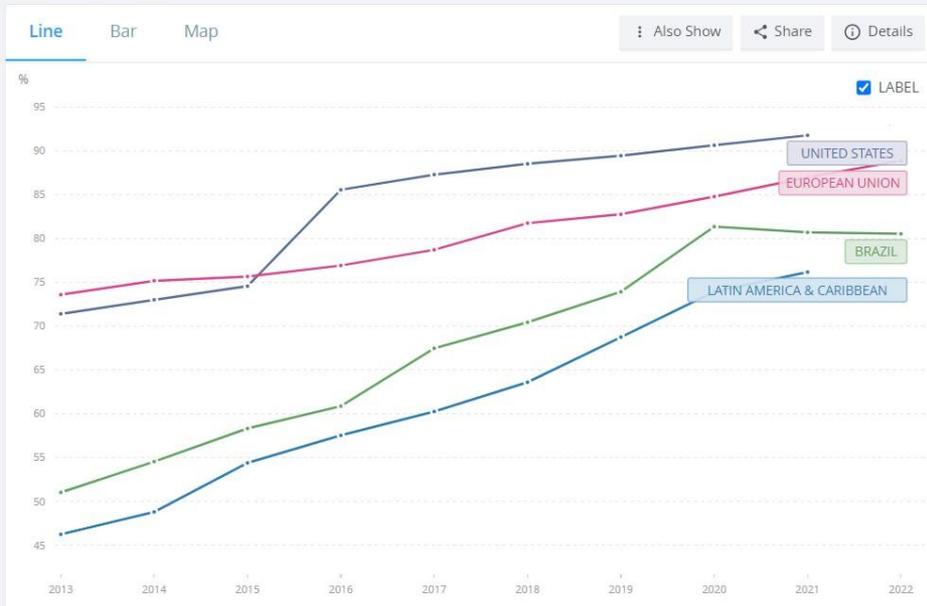
60%

A percentagem de pessoas entre os 16 e os 74 anos na UE-27 que encomendaram ou compraram bens ou serviços através da Internet em 2019

Individuals using the Internet (% of population) - Latin America & Caribbean, Brazil, United States, European Union

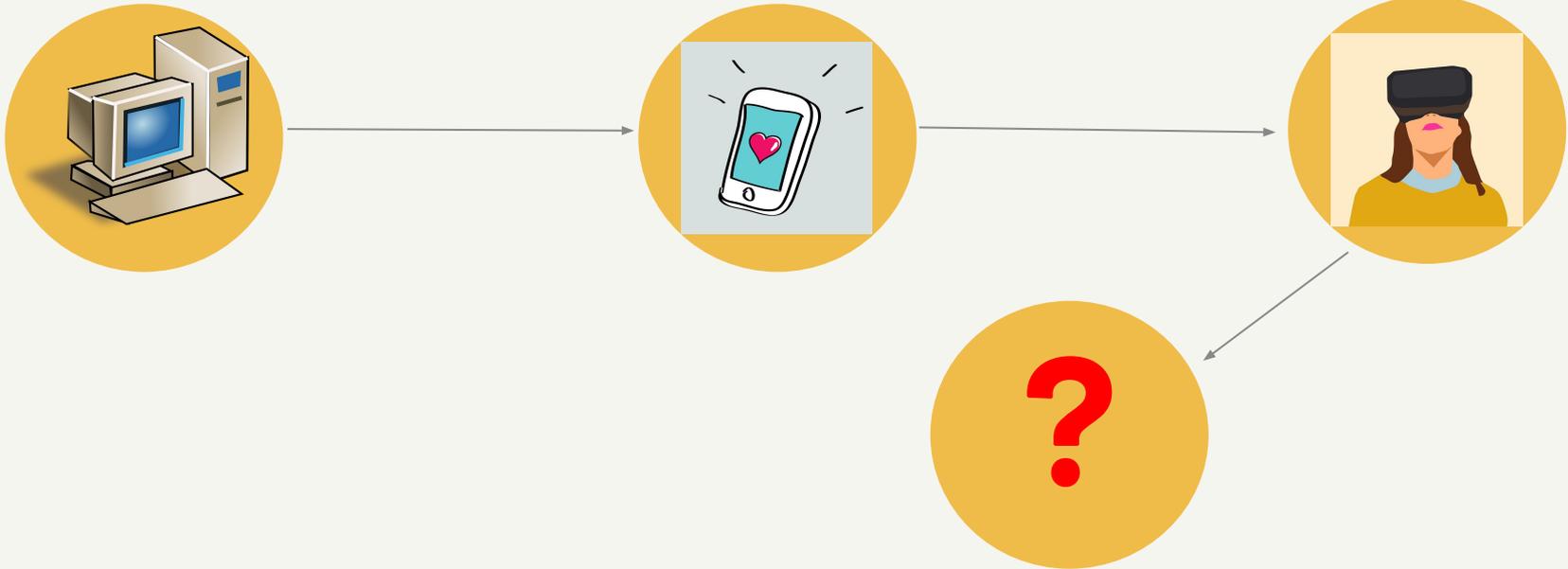
International Telecommunication Union (ITU) World Telecommunication/ICT Indicators Database

License: CC BY-4.0



<https://data.worldbank.org/>

O desenvolvimento da internet



”

Muita informação!

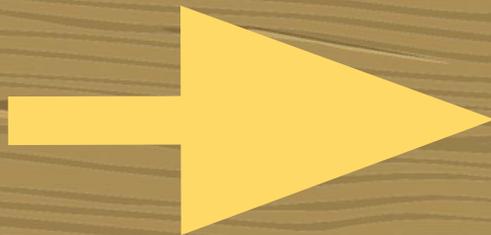
O que fazer ?

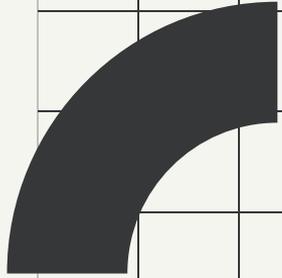
Em quem acreditar?

Como ser encontrado?



Hôtel Le Dunes





Online Marketing



O marketing digital refere-se a todas as técnicas de marketing utilizadas na mídia e nos canais digitais: Esta é a nossa forma padrão de comunicação de massa:

- **Siti web**
- **Blogs**
- **Social Media**
- **Newsletter**
- **Publicidade on-line:**



Offline Marketing



E' la comunicazione sui mass media classici:

- anúncios em jornais,
- vendas na TV,
- anúncios no rádio,
- distribuição de informações publicitárias,
- campanhas publicitárias,
- marketing de rua,
- patrocínio de eventos

Qual é a diferença entre um blog e um site?

“Blogs são um tipo de site”

- Os blogs podem ser parte integrante de um site (um site pode ser uma seção de blog).
- O blog foi pensado para permitir que a sua empresa publique artigos, vídeos ou infográficos.
- O blog, também conhecido como, é atualizado regularmente com novas contribuições para informar e educar os clientes/visitantes



Plataformas para um site



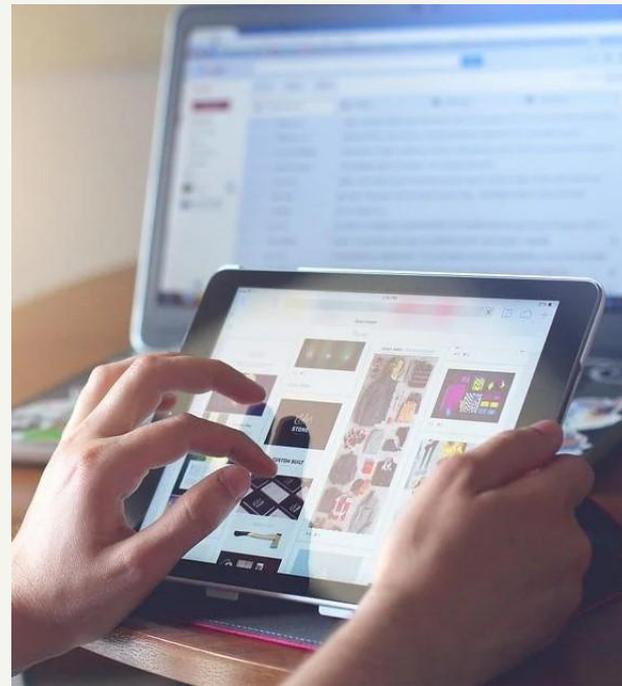
Wordpress (*download*)

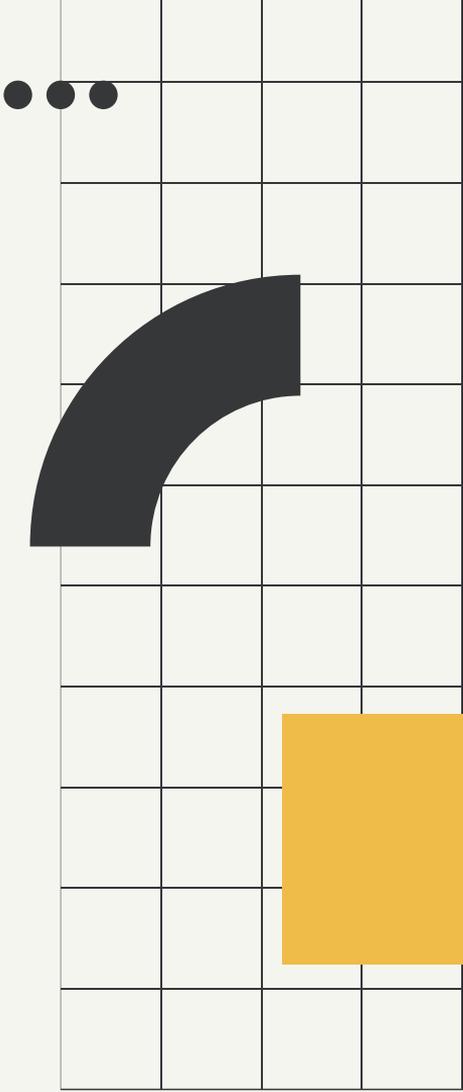


Wordpress.com



Wix





Lojas online (comércio eletrônico)



[Wordpress + WooCommerce](#)



[Wix Ecommerce](#)



[Shopify](#)



[Amazon](#) (você deve ter um número de telefone válido e um cartão de crédito com cobrança internacional para vender na Amazon)

[Link útil](#)

Mídias Sociais (1)



Facebook

- Média de usuários de mesa: 2,9 bilhões
- Idade média: 30-60+ anos



X

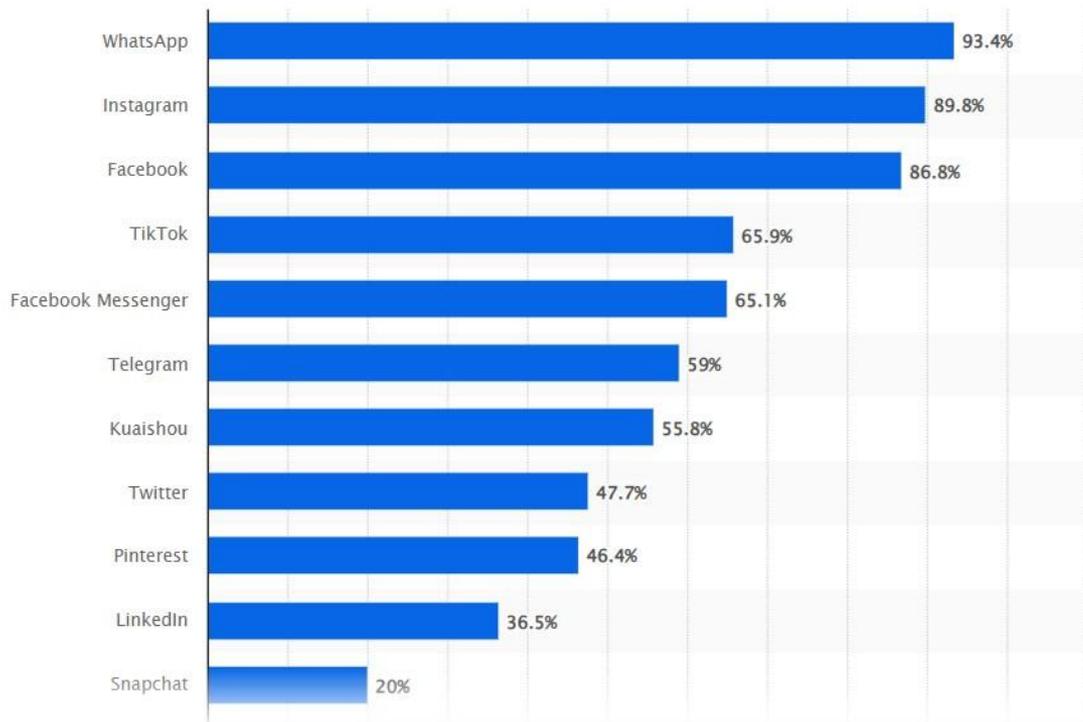
- Média de usuários de mesa: 330 milhões
- Idade média: 35-50+ anos



LinkedIn

- Média de usuários de mesa: 260 milhões
- Idade média: 25-45 anos

Most popular social media platforms in Brazil as of 3rd quarter 2022, by usage reach



[Expand statistic](#)

DOWNLOAD



PDF



XLS



PNG



PPT



SOURCE

DETAILS

FAQ

Sources

DataReportal; We Are Social; Meltwater; GWI

Survey by

DataReportal; GWI

Published by

DataReportal; We Are Social; Meltwater

Source link

[Digital 2023: Brazil, page 55](#)

Release date

February 2023

Citation formats

[View options](#)

In cooperation with



10 CONSEJOS SOBRE NETIQUETA

1 Al otro lado también hay una persona. Sé respetuoso.

La comunicación está sujeta a posibles malentendidos. Sé comprensivo. Utiliza emoticonos para expresar mejor tus ideas. **2**

3 Los debates son una buena manera de mostrar tu opinión. Hazlo en un tono sano y educativo.

Modera el uso de las mayúsculas, pues se considera que estás gritando. **4**

5 Controla tu privacidad para estar más seguro en la red.

De la misma manera, también debes respetar la privacidad de las demás personas. **6**

7 Utiliza las opciones de denuncia cuando se trate de situaciones justificadas.

Sé moderado en la autopromoción de tus eventos, negocios, etc. A nadie le agrada el spam. **8**

9 Muestra tu lado bueno, adoptando los mismos estándares que rigen las relaciones en la vida real.

La red la formamos todos. Comparte tu conocimiento con los demás (blogs, foros, redes sociales...). **10**

Netiquette

Marketing de mídia social



Social Media Marketing refere-se a todas as técnicas para dar a conhecer o seu negócio ou promover as suas ofertas nas redes sociais.

Na verdade, Social Media Marketing são todas as ações de marketing que você implementa nas plataformas sociais: *Facebook, Twitter, LinkedIn, Instagram, Youtube, Tik Tok* etc.

Metas de marketing de mídia social



- Promover a sua oferta em canais de publicidade,
- Chamar novos públicos promovendo seu conteúdo gratuitamente,
- Rede de clientes,
- Garante resposta rápida ao cliente,
- Mostre sua experiência,
- Aumenta sua notoriedade na Internet,
- Mova-se na web

[Link útil](#)

Veja abaixo as vantagens de contratar serviços de social media

- ✓ Gerenciamento completo do seu perfil
- ✓ Conversão de seguidores em cliente
- ✓ Produção de conteúdo
- ✓ Aumento de alcance
- ✓ Aumento de seguidores
- ✓ Aumento das vendas

Uau, eu quero já!

Não, deixa pra lá!



salve o post



nbmidia • Segui



nbmidia 116 sett
Qual você escolhe? Crescer profissionalmente no digital, ou permanecer na mesma?

Entre em contato com a NB Mídia e solicite já seu orçamento!

#nbmidia #socialmedia #orcamento
#empreendedorismo #belem
Vedi traduzione



tetshop_ 116 sett



Mi piace: 1 Rispondi



Piacea a **ingrid_menezes** e altri
30 GIUGNO 2021



Aggiungi un commento...



Marketing de mídia social

-

Vantagens Links Úteis

Link útil

Inbound



VS



Outbound



Communication
interactive avec
l'audience



Les prospects
sont divertis ou
instruits



Retour sur
investissement
pérenne



Les prospects
s'intéressent à la
marque



Communication
à sens unique



Les prospects
sont seulement
spectateurs



Retour sur
investissement
rapide



Prospects
interrompus par
la publicité

Inbound vs Outbound Marketing

**Quais são as diferenças
entre um perfil e uma
página do Facebook?**

Uma conta no Facebook?



Uma conta, sem Facebook? Uma pessoa que conta com o Facebook é uma pessoa que conta. Este está à sua disposição, com o seu nome ou apelido ,ou com um nome, emblema; (mesmo se o Facebook tente obrigar cada utilizador a usar o seu nome verdadeiro e completo).

A voz que você acessar contará como endereço de e-mail e você saberá que sua voz será ouvida ao se cadastrar.

Sua conta permite adicionar interessados, como amigos, e contactá-los para mensagens privadas. Um indivíduo pode ouvir o propósito de sua publicação: privada (eu, amigos, amigos de seus amigos) ou pública.

[Link útil](#)

Uma página no Facebook?



A primeira e principal diferença é que não dá para criar uma página no Facebook sem ser perfeito!

Uma página do Facebook é sobre uma marca, um produto, uma empresa, uma personalidade famosa, etc. Uma página que visa promover algo irá devolvê-la ao ponto central de uma comunidade.

Como profissional, está no seu site, não no Facebook. Como você sempre conta com o Facebook, todos podem acessar o conteúdo da sua página. Não é possível postar de forma privada.

[Link útil](#)

Crie uma página que não esteja no Facebook



Estas páginas permitem que empresas, marcas, organizações e figuras públicas partilhem as suas notícias e comuniquem com os seus membros.

Quanto aos perfis, as páginas podem ser personalizadas adicionando histórias, eventos e muito mais.

Os usuários que visitam ou seguem uma página podem ver suas postagens no seu feed.

[Link útil](#)

Para criar uma página:

Acesse facebook.com/pages/create.

Insira um nome de página e categoria. Você também pode adicionar uma biografia à sua página.

Clique em Criar página.

Se quiser personalizar sua página, você pode adicionar sua biografia, uma foto de perfil e uma foto de cabeça.

Clique em Concluído.

Ou quem não posta no Facebook?

O concorrente deve ser **único, de qualidade, útil ao leitor**, resolver problemas, dar ideias, entusiasmar. O concurso deve ser **empático**, emocional, estimulante, sóbrio, ético.

Os posts acima são aqueles que utilizam artigos, imagens, fotos, vídeos, live feeds, links, brindes e ofertas.

Normalmente, uma descrição de menos de 50 histórias é a solução ideal, mas como narrativa correta nem sempre é verdadeira.

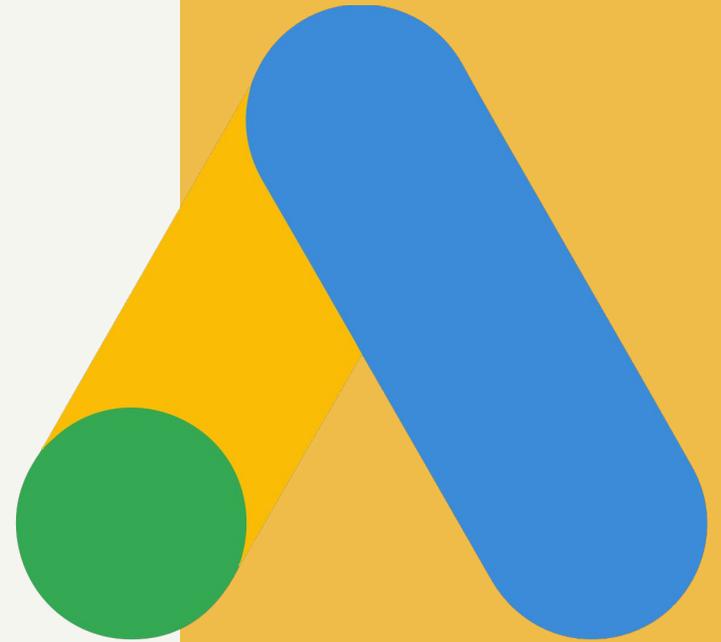


- Lidando com questões atuais,
- Sugerir uma pesquisa,
- Crie listas numeradas de citações
- Participar de hashtags recorrentes
- Criar um site ou conteúdo que inspire você,
- Revelar um segredo que não conhecemos, como pessoas irritantes
- Respondido pelo usuário
- Faça perguntas e chore enquetes
- Compare os memes...



Google Ads

(Publicidade em mecanismos de pesquisa)



Google Ads

Google ADS



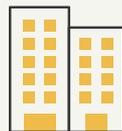
GERAR VISITAS AO SEU
SITE

Aumente as vendas, as reservas ou os registros online com anúncios online que levam as pessoas ao seu website.



RECEBA MAIS CHAMADAS

Receba mais ligações de clientes com anúncios que incluem seu número de telefone e um botão de chamada direta.



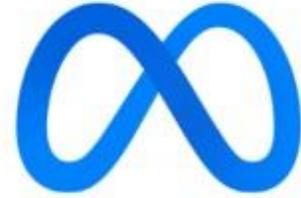
AUMENTAR AS VISITAS ÀS
LOJAS

Atraia mais clientes com listagens de empresas que ajudam os usuários a localizar sua empresa. Vídeo útil

Video útil



Facebook Business



**META
BUSINESS
MANAGER**

Publicità su Meta - Facebook Business

Plates-formes

Facebook

Instagram

Messenger

WhatsApp

Audience Network

Oculus

Workplace

Produits

Outils gratuits

Stories

Boutiques

Suite Facebook Business

Publicités

Publicités vidéo

Gestionnaire de publicités

Mesures

[Link útil](#)



Influencer marketing

NEW
MESSI
BURGER
EXPERIENCE THE TASTE OF VICTORY



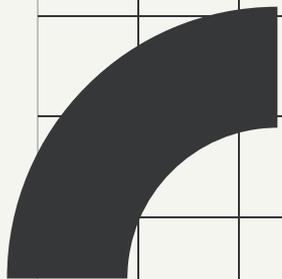
O que é marketing de influenciador?



O **marketing de influência** é uma estratégia de marketing que permite a uma empresa promover o seu produto ou serviço contando com a notoriedade de especialistas e personalidades reconhecidas no seu setor, influenciadores ou líderes de opinião, para que divulguem os conteúdos da marca aos seus clientes.

[Link útil](#)

Marketing de influenciador



Nanoinfluenciadores (influenciadores de nicho): menos de 10.000 assinantes, altas taxas de engajamento e conversão, preços baixos. Os nanoinfluenciadores são populares entre as empresas que procuram embaixadores em nichos de mercado.

Com uma taxa de engajamento muitas vezes superior à de outros tipos de influenciadores, eles também permitem atingir públicos extremamente direcionados.



Microinfluenciadores: entre 10 mil e 100 mil inscritos, público altamente segmentado e alta taxa de engajamento.



Macroinfluenciadores: vinculados a múltiplos públicos: de 100 mil a 500 mil inscritos, alta visibilidade.



Os megainfluenciadores: celebridades, artistas e atletas: mais de 500 mil assinantes, alcance significativo, baixa taxa de engajamento, preços altos

Marketing Digital (Planejamento)

■ Quem são meus clientes?

Qual é o meu mercado

demográfico? Quais são
as suas necessidades?

Quais são seus
comportamentos de
compra, principalmente
na internet?

■ Quais são suas

vantagens

competitivas? Quais
são seus objetivos?

■ Qual é o meu

orçamento? Tenho

recursos internos que

possam cuidar do

conteúdo? Devo

contratar ou
terceirizar?

”

Criar conteúdo relevante e exclusivo é um dos segredos do marketing digital





Funil Marketing

O funil de marketing B2B é uma metodologia eficaz para determinar o conteúdo que converterá visitantes desconhecidos de um site em leads identificados, depois em clientes potenciais e, em seguida, em leads qualificados em clientes

[Link útil 1](#)
[Link útil 2](#)

| Campanha | Estágios do Relacionamento | Objetivos | Estratégias |
|---|----------------------------|--|--|
| Aquisição Aumentar o conhecimento sobre problemas e soluções que você resolve e captar novos clientes | Conhecer | Informar sobre problemas e suas soluções | Propaganda, online e off-line; mídia social; SEO (motores de busca) |
| | Engajar | Aliciar para uma atividade | Marketing de conteúdo gratuito, blogs, podcasts e vídeos |
| | Assinar | Obter permissão p/ estabelecer conexões | Listas de e-mails, mídias, sites e seminários web ou presenciais |
| | Converter | Realizar uma venda de baixo risco | Demonstrações, serviços ou produtos de baixo preço |
| Monetização Fazer vendas lucrativas para clientes captados pelas campanhas de Aquisição | Entusiasmar | Encorajar e facilitar o uso da solução | Manuais para usar a oferta e obter o máximo de retorno |
| | Ascender | Aumentar a frequência, complexidade e valor da compra | Seminários sobre melhor uso e máximo de retorno das ofertas |
| Engajamento Aumentar a interação entre clientes e com a marca | Advogar | Fornecer testemunhos de boas experiências com o uso dos serviços | Histórias sobre soluções de problemas com o uso da oferta |
| | Prom over | Promover a marca e gerar confiança | Fazer perceber o ganho monetário ou de tempo com a promoção da marca |

Uma última dica!



Nestes slides há **palavras escritas em negrito**. Meu conselho é pesquisar essas palavras no Google, no idioma de sua preferência, e ler pelo menos os 5 primeiros artigos que encontrar! !

Grato pela atenção!!!

Para suas dúvidas, escreva para
mim no endereço de

e-mail

danemail@tiscali.it

