

MARKETING DIGITAL

Publicidade e Marketing
Aula 11

HOJE NO MENU



**PORQUÊ
ALGORITMOS?**



**COMO
FUNCIONAM?**



**O QUE
FAZER?**

HOJE NO MENU



**PORQUÊ
ALGORITMOS?**



**COMO
FUNCIONAM?**



**O QUE
FAZER?**

FACEBOOK EM 2009

Welcome, Henry. You have  4 event invitations and  3 group invitations.

 News Feed

 London

 Public Profiles

 Photos

 Links

 Video

▼ More



What's on your mind?

Share



Theo Graham-Brown Stuck on riddle 25
<http://www.mcgov.co.uk/riddles>

17 minutes ago · Comment · Like



Henry Cooke new Facebook design has epic amounts of fail.

27 minutes ago · Comment · Like



Catherine Mellor realised that it wasn't three stretch limos coming to pick up a famous, it was a funeral

50 minutes ago · Comment · Like



Catherine Mellor ooh blimeys

Posted about an hour ago · Comment · Like

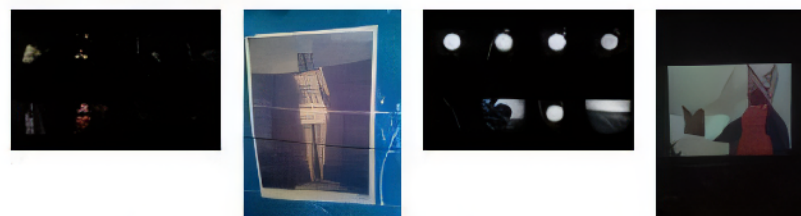


Natasha Wisdom ► (Silvan Schreuder) Happy Birthday my lovely XXXX

Posted about an hour ago · See Wall-to-Wall



Ben Bashford



Ben uploaded 9 photos to Flickr

Posted about an hour ago · Comment · Like

TODAY

See More



Martin Hewitt's birthday – Send a gift
Silvan Schreuder's birthday – Send a gift
Jemma Butler's birthday – Send a gift

HIGHLIGHTS

Advertise on Facebook



Facebook
Ads



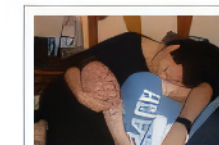
Reach over 175 million active users on Facebook. Learn how to connect your business to real customers through Facebook Ads.

Sponsored   



Sam's Taste Test ep.3
James Sharpe commented on this.

4



Simbob turns 30
2 friends are tagged.



leam, jan/feb 09
2 friends are tagged.



Movies
3 friends use this application.



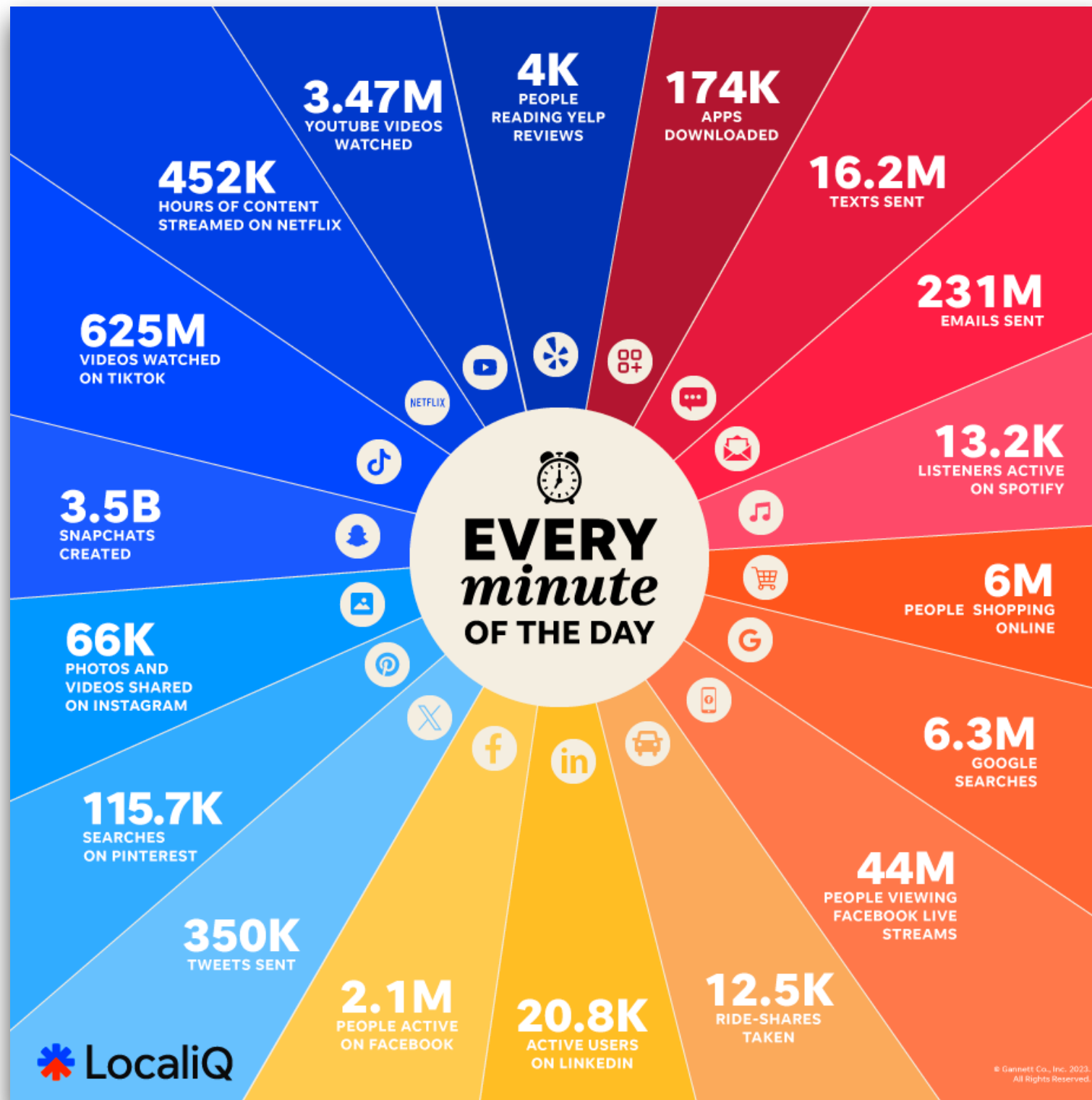
Save ITV Yorkshire
2 friends joined.



**PORQUE É QUE
PRECISAMOS DE
ALGORITMOS?**



HÁ DEMASIADO CONTEÚDO



HÁ DEMASIADO CONTEÚDO



Language ▾

Transparency Center

Policies

Enforcement

Security

Features

Oversight

Research tools

Reports

Home → Features

Our approach to Facebook Feed ranking

UPDATED NOV 28, 2023

“Personalizamos os Feeds dos nossos 2 mil milhões de utilizadores através de sistemas de aprendizagem automática de última geração para classificar conteúdos. **Uma vez que a maioria das pessoas tem mais conteúdos no respetivo Feed do que os que seria possível explorar numa sessão, os sistemas de classificação ajudam a garantir que as pessoas veem os conteúdos que têm mais valor para elas.**”

TEMPO É DINHEIRO



+

**PESSOAS
SATISFEITAS**



+

**PAGEVIEWS/TEMPO
NA PLATAFORMA**



+

**RECEITA EM
PUBLICIDADE**

ISTO PRIVILEGIA AS MARCAS?



AMIGOS VS MARCAS

O QUE PREFERES VER PRIMEIRO?



June 29, 2016

News Feed FYI: Helping Make Sure You Don't Miss Stories from Friends

By Lars Backstrom, Engineering Director

Facebook was built on the idea of connecting people with their friends and family. As we say in our [News Feed values](#), that is still the driving principle of News Feed today. Our top priority is keeping you connected to the people, places and things you want to be connected to — starting with the people you are friends with on Facebook. That's why today, we're announcing an upcoming change to News Feed ranking to help make sure you don't miss stories from your friends.

We've heard from our community that people are still worried about missing important updates from the friends they care about. For people with many connections this is particularly important, as there are a lot of stories for them to see each day. So we are updating News Feed over the coming weeks so that the things posted by the friends you care about are higher up in your News Feed.

Will This Impact My Page?

Overall, we anticipate that this update may cause reach and referral traffic to decline for some Pages. The specific impact on your Page's distribution and other metrics may vary depending on the composition of your audience. For example, if a lot of your referral traffic is the result of people sharing your content and their friends liking and commenting on it, there will be less of an impact than if the majority of your traffic comes directly through Page posts. We encourage Pages to post things that their audience are likely to share with their friends. As always, Pages should refer to our [publishing best practices](#).

January 11, 2018

News Feed FYI: Bringing People Closer Together

By *Adam Mosseri*, Head of News Feed

Facebook was built to bring people closer together and build relationships. One of the ways we do this is by connecting people to meaningful posts from their friends and family in News Feed. Over the next few months, we'll be making updates to ranking so people have more opportunities to interact with the people they care about. Mark outlined this in a post today.



What is the update?

Today we use signals like how many people react to, comment on or share posts to determine how high they appear in News Feed.

With this update, we will also prioritize posts that spark conversations and meaningful interactions between people. To do this, we will predict which posts you might want to interact with your friends about, and show these posts higher in feed. These are posts that inspire back-and-forth discussion in the comments and posts that you might want to share and react to – whether that's a post from a friend seeking advice, a friend asking for recommendations for a trip, or a news article or video prompting lots of discussion.

We will also prioritize posts from friends and family over public content, consistent with our News Feed values.

“We will also prioritize posts that spark conversations and meaningful interactions between people. To do this, we will predict which posts you might want to interact with your friends about, and show these posts higher in feed. These are posts that inspire back-and-forth discussion in the comments and posts that you might want to share and react to - whether that's a post from a friend seeking advice, a friend asking for recommendations for a trip, or a news article or video prompting lots of discussion.

We will also prioritize posts from friends and family over public content, consistent with our News Feed values.”

GLOSSÁRIO - SOCIAL MEDIA

IMPRESSIONS

Nr. de vezes que a publicação foi apresentada na *feed*.

REACH (ALCANCE)

Nr. de utilizadores únicos que visualizaram a publicação.

FOLLOWERS

Nr. de contas (pessoas e marcas) que seguem o teu perfil.

LIKES

Nr. de gostos que uma publicação recebeu.

REACTIONS

Nr. de reacções (*Love, Angry, Sad...*) que uma publicação recebeu.

SHARES/RETWEETS

Nr. de vezes que a publicação foi partilhada pelos seguidores.

ENGAGEMENT

Total de interações que a publicação recebeu.

SAVES/BOOKMARKS

Conteúdo guardado para ver mais tarde.

MENTIONS

Nr. de vezes que o nosso perfil foi mencionado por outros.

DM (DIRECT MESSAGE)

Mensagem enviada em privado para o perfil.

CLICKS

Nr. de cliques que um *link* recebeu.

BOOST POST

PAGAR PARA AUMENTAR O ALCANCE DAS PUBLICAÇÕES

Audience

Who should see your ad?

Advantage audience

This audience is based on your Page details and will automatically adjust over time to reach more people who have interests related to your business.

Audience details

Location - living in: Portugal: Avenida Dom António Correia de Sá 11A, Sintra (+30 mi) Lisbon District

Age: 18 - 65+

People who match: Interests: Tattoo Lovers, Strength training, PC Magazine, Half marathon, Electronic Gaming Monthly or PlayStation (console)

Advantage Detailed Targeting: On

People you choose through targeting

People who like your Page

People who like your Page and people similar to them

People in your local area

Create new

Duration

Days

7



End date

Apr 19, 2023

Total budget

Estimated 0 - 6 Accounts Center accounts reached per day

€14.00 

€1.00



€500.00

HOJE NO MENU



**PORQUÊ
ALGORITMOS?**



**COMO
FUNCIONAM?**



**O QUE
FAZER?**

COMO É QUE ELE ADIVINHA?

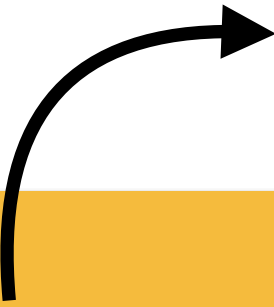


O EXEMPLO DO FACEBOOK



ALGORITMO DO FACEBOOK

ONDE NOS DEVEMOS FOCAR



1. INVENTÁRIO

Conteúdo disponível
para apresentar ao
utilizador

2. SINAIS

Considerações sobre
cada conteúdo
publicado

3. PREVISÕES

Considerações sobre a
reacção da pessoa ao
conteúdo em questão

4. RANKING - NOTA FINAL

1. INVENTÁRIO

“Primeiro, reunimos o teu inventário recente: **todas as potenciais novas publicações ou publicações com nova atividade, que podes ver quando abres o Facebook**. Isto inclui todas as publicações partilhadas:

- 1) pelas pessoas com quem estabeleceste contacto como "amigos"
- 2) pelas Páginas que segues
- 3) pelos Grupos a que aderiste, e exclui conteúdos sinalizados por desrespeitarem os nossos Padrões da Comunidade.”

Fonte

2. SINAIS

“Em seguida, para cada uma destas publicações, consideramos milhares de "sinais" para fazer previsões sobre o que vais achar mais interessante.

Muitos destes sinais são informações que nos dás diretamente quando gostas de uma publicação ou a partilhas, contactas um amigo ou Grupo, ou comentas a publicação de uma Página. Outros são determinados com base nas ações que realizaste no Facebook.”

Fonte

2. SINAIS - EXEMPLOS

**HÁ SINAIS QUE TÊM MAIS IMPORTÂNCIA DO QUE OUTROS,
MAS TODOS CONTAM PARA A NOTA DA PUBLICAÇÃO**

SINAIS ATIVOS (POSITIVOS)

Reagir
Partilhar
Comentar
Seguir Página

SINAIS PASSIVOS (NEUTROS)

Clicar
Save Post
Ver foto/Vídeo
Ler Comentário

SINAIS NEGATIVOS

Hide Post
Snooze User
Unfollow User
Report Post/Page

A GRANDE CONCLUSÃO?

Tentar criar conteúdos que despertem a interação ativa
por parte da comunidade

3. PREVISÕES

“A partir daí, utilizamos estes sinais para fazer uma série de previsões personalizadas sobre os conteúdos que vais considerar mais relevantes e valiosos. Por exemplo, **os nossos sistemas prevêm a tua probabilidade de comentar uma publicação, a probabilidade de os teus amigos comentarem uma publicação se a partilhares ou a probabilidade de a publicação originar uma conversa ou debate.** Também utilizamos inquéritos para perguntar às pessoas se uma publicação "valeu a pena", e estes inquéritos são utilizados para fazer previsões sobre os conteúdos que vais considerar úteis. Também fazemos previsões sobre um conteúdo ser ou não problemático e se a sua distribuição deve ser reduzida. Todas estas previsões são combinadas no próximo passo para produzir a ordem final.”

Fonte

4. RANKING

“Quando o nosso sistema de classificação tiver calculado as classificações de relevância, o **penúltimo passo que damos é intercalar conteúdos recomendados**: adicionamos isto para te ajudar a explorar e descobrir mais sobre os teus interesses através de outras pessoas que os partilham, independentemente de já estarem em contacto. **Por fim, também incluimos anúncios no Feed**. Quando este processo é concluído, o teu Feed personalizado fica pronto!”

Fonte

ALGORITMO ANTIGO

EDGERANK

Σ

=



Afinidade

O valor da relação
entre o utilizador e
o produtor do conteúdo

x



Peso

O tipo de
publicação partilhada
(vídeos, fotos, *links*, texto)

x



Tempo

Há quanto tempo
o conteúdo
foi criado

AFINIDADE (AFFINITY)



**A RELAÇÃO QUE ESTABELECEMOS
COM AS MARCAS E PESSOAS DA
NOSSA *FEED***

- + *likes (ou reacções)*
- + partilhas
- + comentários

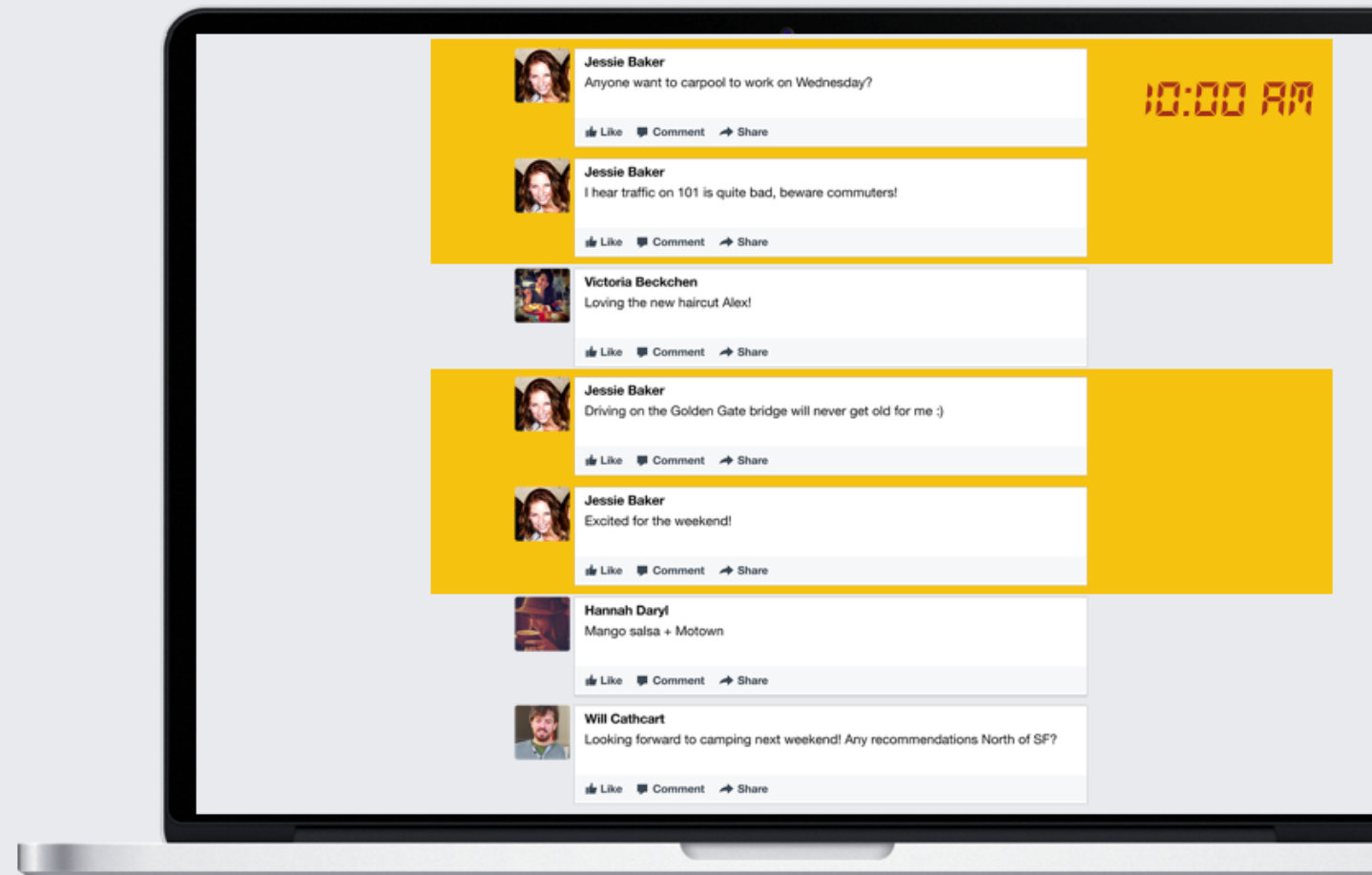
Maior o nosso interesse pela entidade
=

Maior a probabilidade de continuar a
receber conteúdos dessa fonte

AFINIDADE (AFFINITY)

E COMO AS RELAÇÕES SÃO DINÂMICAS...

O Facebook implementou, em 2013, o “Last Actor”, que controla continuamente as nossas interações com as últimas 50 pessoas/páginas.



PESO (WEIGHT)



O TIPO DE PUBLICAÇÃO PARTILHADA

Facebook prioriza:

1. Vídeos
2. Fotos
3. *Links*
4. Textos

No entanto, se um texto já levar muitos comentários/*likes*, poderá aparecer primeiro. Também dependerá do tipo de conteúdo que “mexe” com o utilizador.

TEMPO (TIME DECAY)



O TEMPO QUE A PUBLICAÇÃO JÁ TEM

Uma publicação antiga poderá nunca chegar a aparecer na nossa *feed*.

Para garantir que não perdemos publicações antigas importantes, o Facebook implementou o “Story bumping”, que traz para cima histórias antigas numa nova visita à rede social.

O QUE O FACEBOOK
NÃO GOSTA

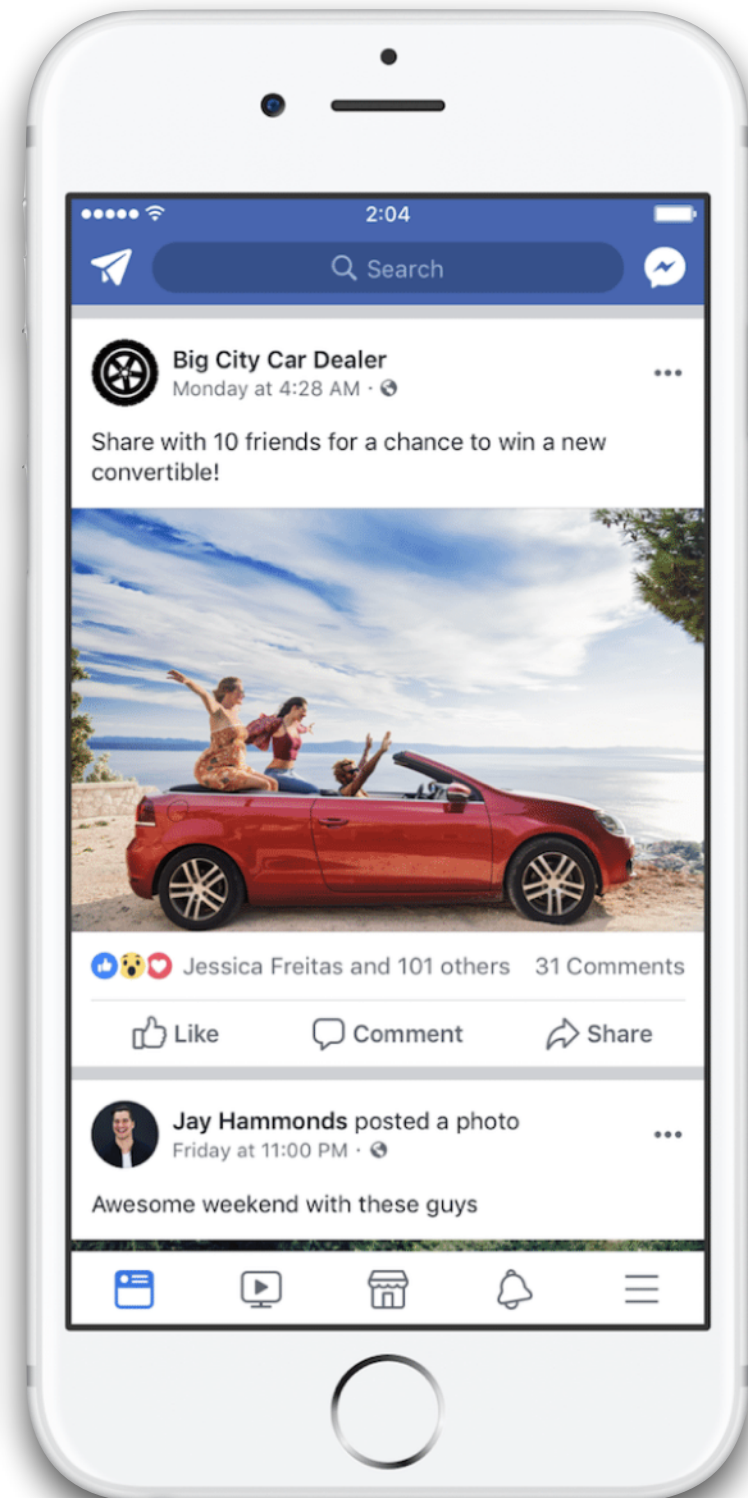
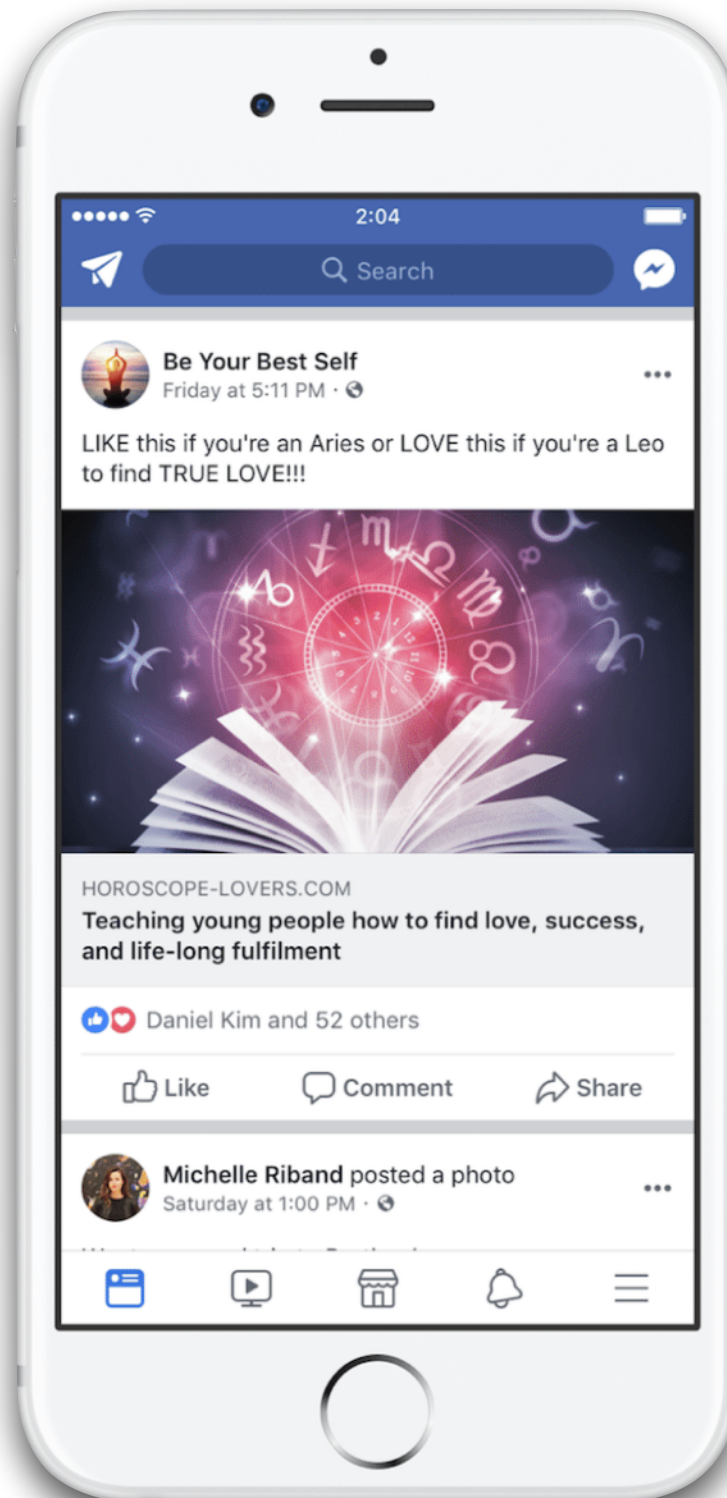
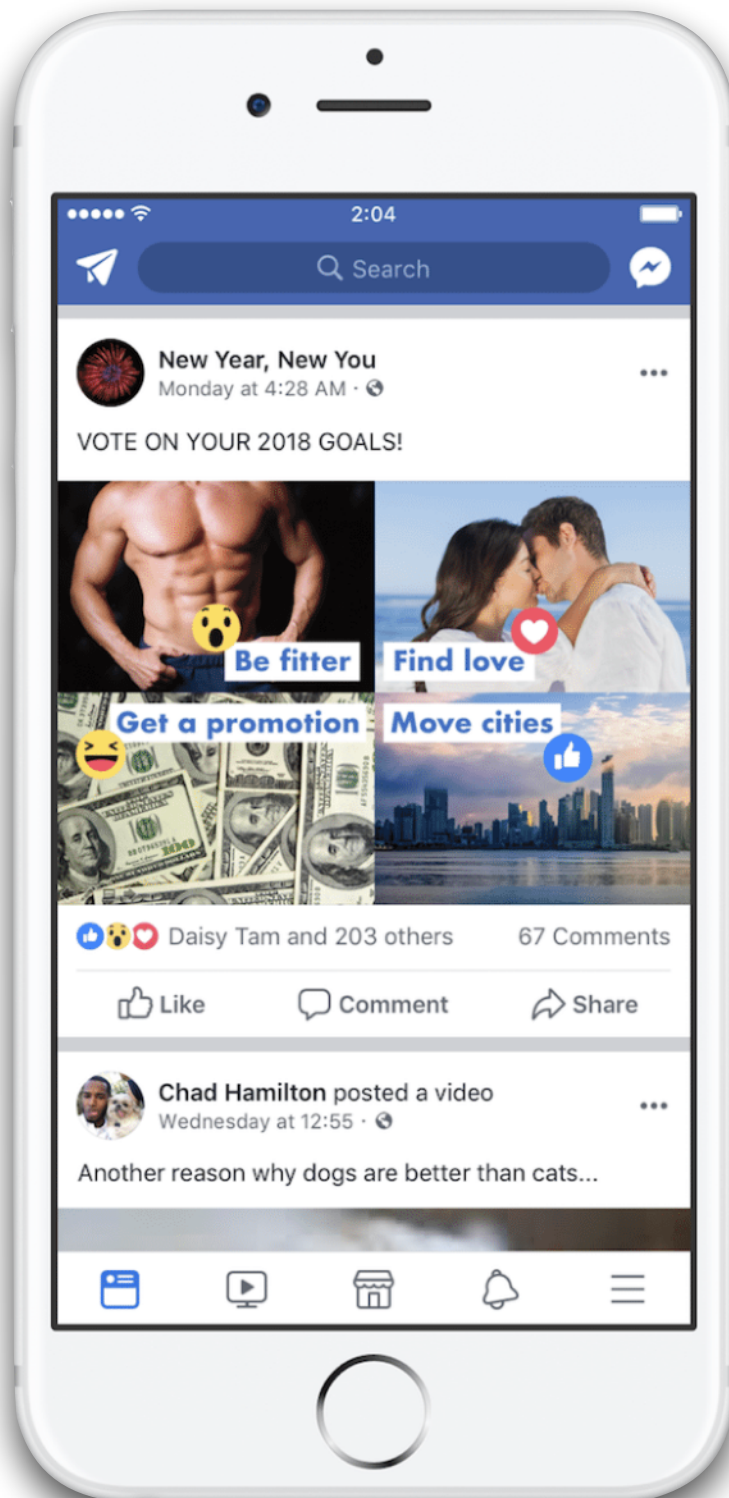


A EVITAR

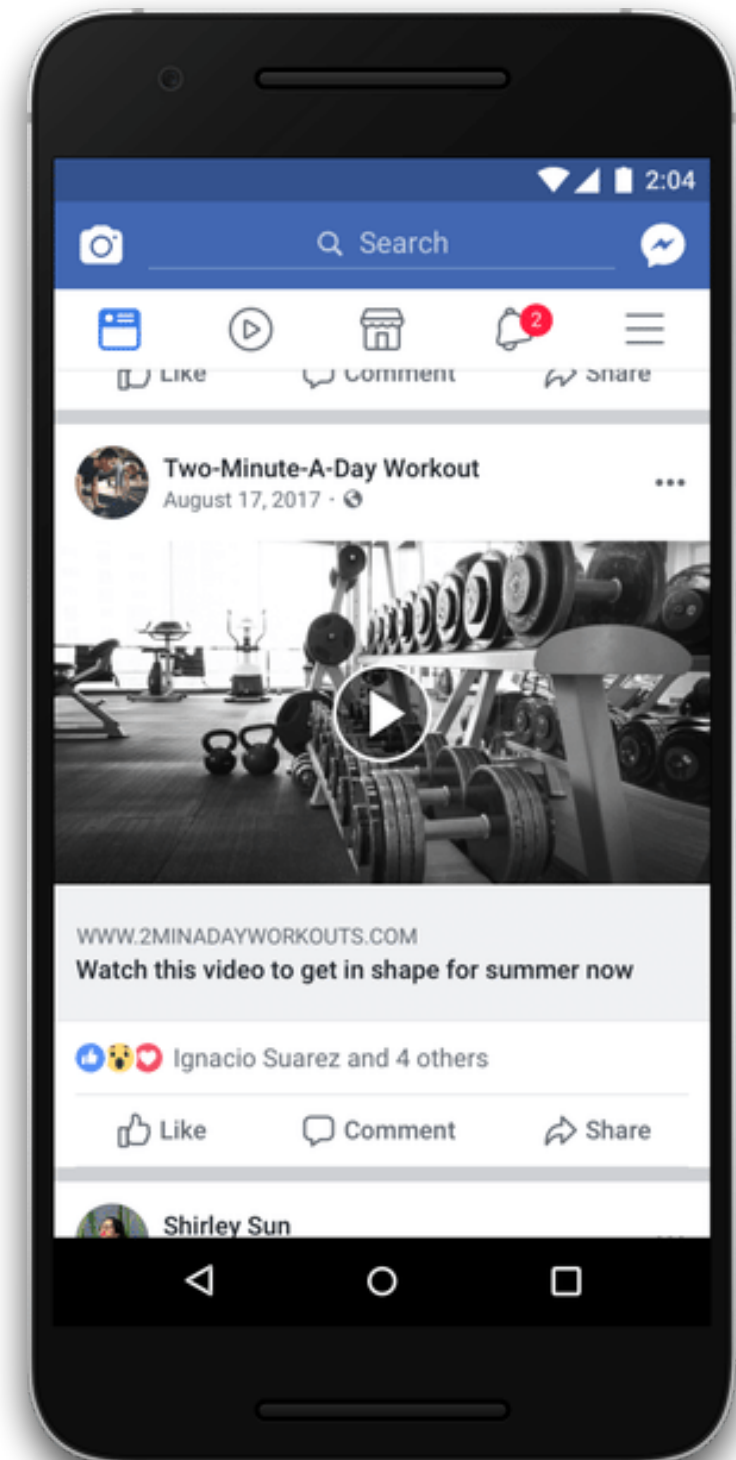
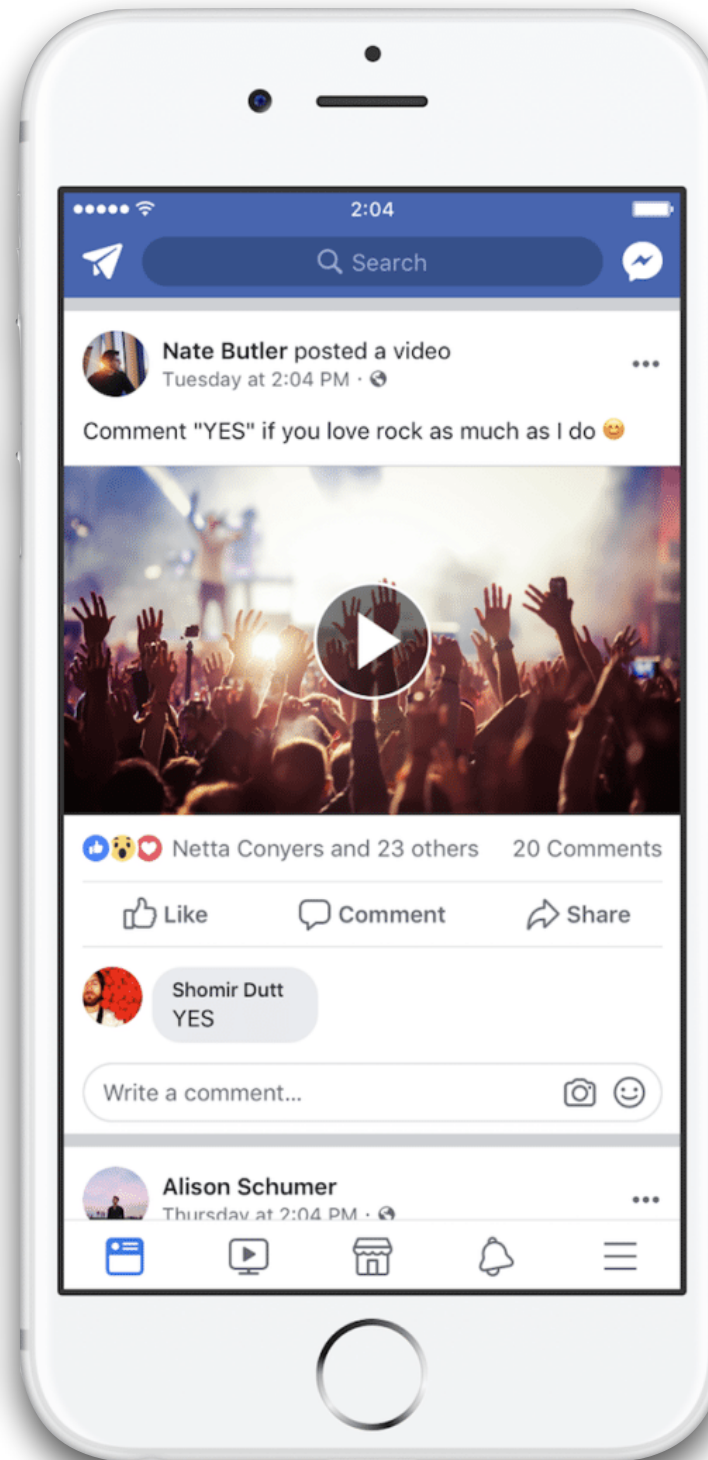
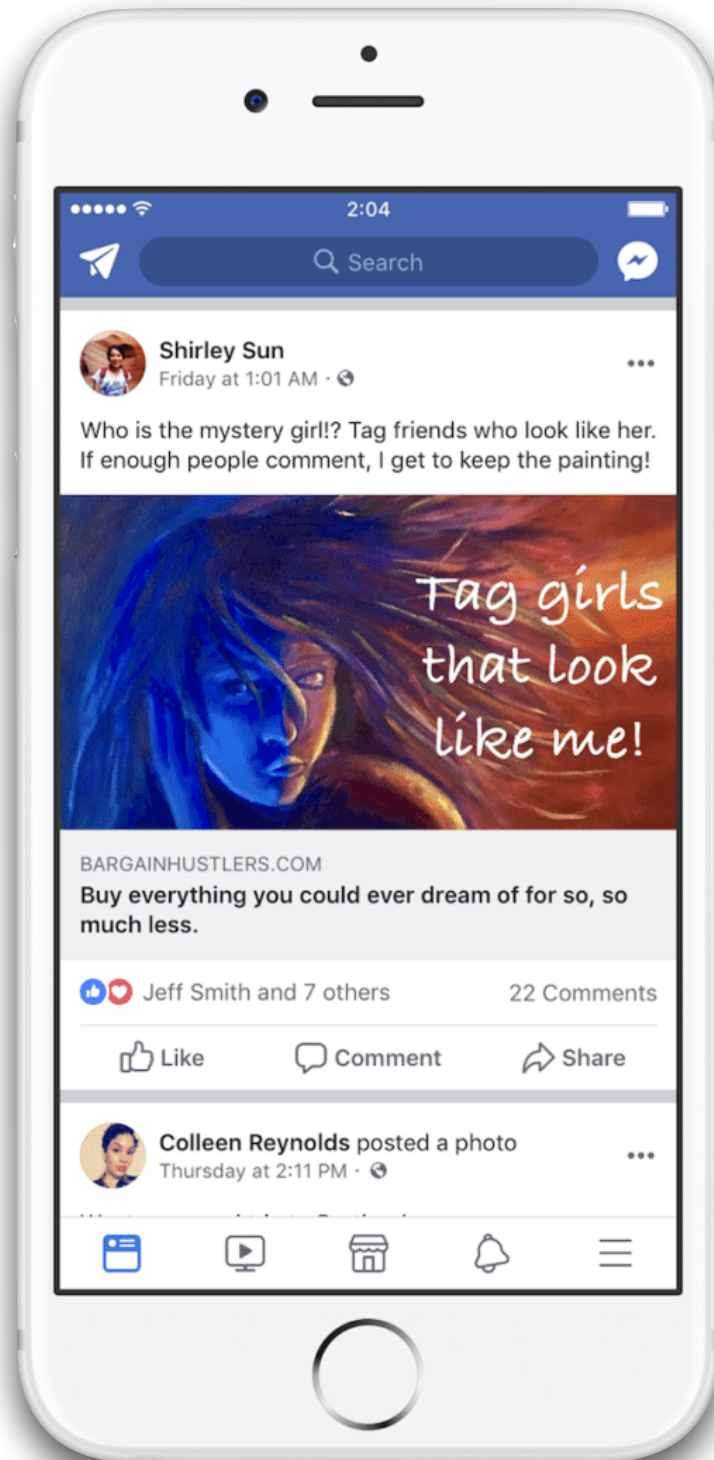


1. **Conteúdo que dificulta a promoção de uma comunidade segura** (ex: conteúdo que discute suicídio, distúrbios alimentares ou é sexualmente explícito).
2. **Conteúdo de baixa qualidade sobre saúde ou finanças** (ex: conteúdo que promove “curas milagrosas” ou investimentos “livres de risco”).
3. **Conteúdo que os utilizadores geralmente não gostam** (ex: *clickbait*, *engagement* artificial, concursos).
4. **Conteúdo associado a publicações de baixa qualidade** (ex: conteúdo noticioso que não inclui informações transparentes sobre a autoria).
5. **Conteúdo falso ou enganoso** (ex: notícias falsas).

VOTE/REACT/SHARE BAITING



TAG/COMMENT/VIDEO BAITING



LINKS DE SPAM

O FACEBOOK NÃO TOLERA O SPAM

× **I don't want to see this**
See fewer posts like this

 **Hide all from Leila**
Stop seeing posts from this person

 **Unfollow Basel Buy & Sell**
Stop seeing posts but stay in group

Report post

Turn on notifications

Help Us Understand What's Happening×

Why don't you want to see this?

☐ It's annoying or not interesting

☐ I think it shouldn't be on Facebook

☐ It's spam

Continue

Se um *link* compartilhado for várias vezes denunciado como *spam*, ou se o mesmo já pertencer à “lista negra”, não será divulgado.

HOJE NO MENU



**PORQUÊ
ALGORITMOS?**



**COMO
FUNCIONAM?**

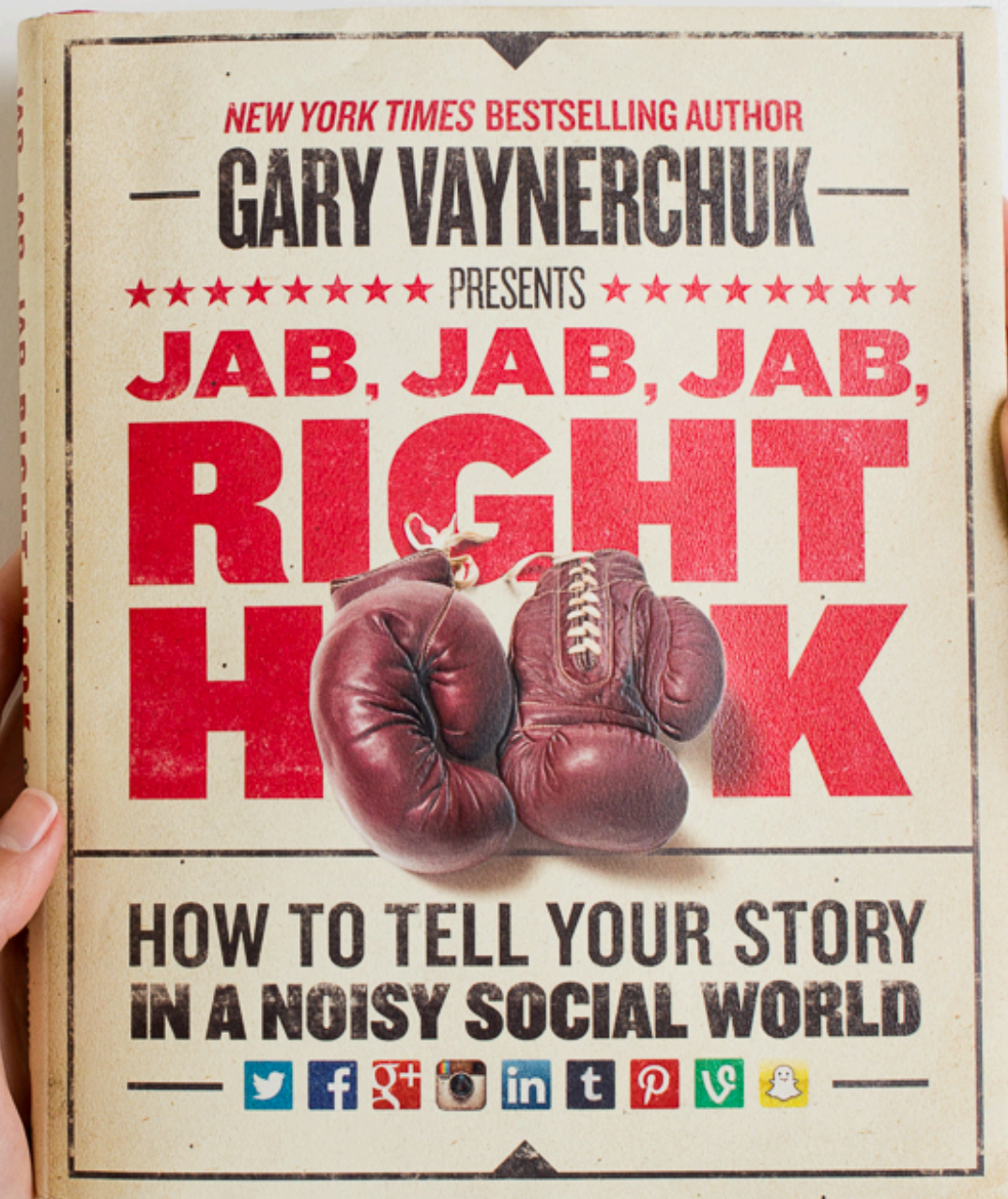


**O QUE
FAZER?**

**O QUE POSSO
FAZER PARA
ME OUVIREM?**



JAB JAB JAB, RIGHT HOOK



JAB JAB JAB, RIGHT HOOK

“When people think about Facebook, Twitter, Tumblr, Pinterest, Instagram—all those platforms—they just see a lot of noise. They’re not sure what social media is, and they don’t think it really sells stuff.

I find their views similar to boxing. You know, most people don’t get boxing. They see just a bunch of guys or gals punching each other in the face. It seems barbaric to them. But the people who know boxing the best compare it to chess. It’s referred to as the sweet science. It takes a lot of expertise.

When I think about how to sell stuff on social media, I see a science. I see a science of what time to post, which picture to post, and how to post. Do you need a full graphic? Do you need to do a video or pictures or written words? Do you use a hashtag? It’s a science, my friend.

The jab, jab, jab, right hook part comes from give, give, give, and then ask, right? Bring value, bring value, bring value, and then ask. Don’t go on Twitter and Facebook and just post “Buy my book, buy my book, buy my book, buy my book.” Go out there and throw jabs. Ask, “How can I help you?” Look what you guys are doing with this podcast. You are giving amazing content and value to your audience. That’s jabbing.”

CADA PUBLICAÇÃO DEVE...



ENTRETER



EDUCAR

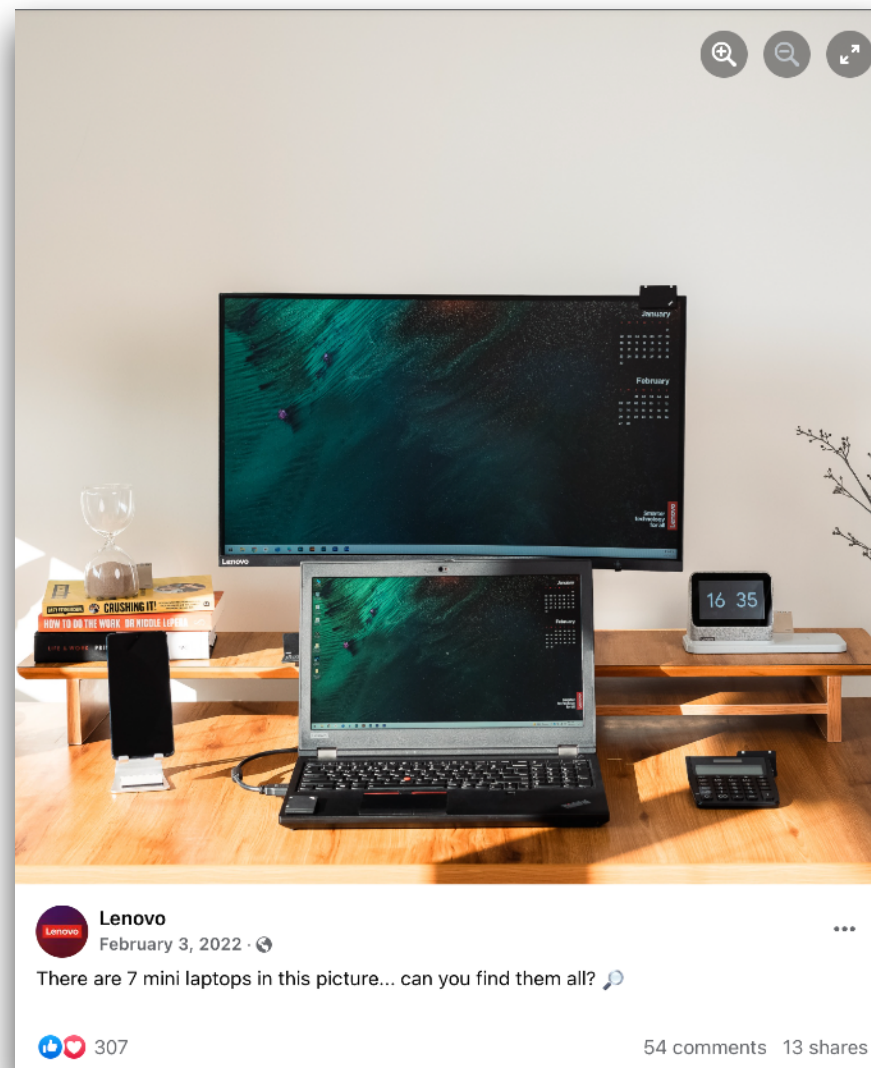
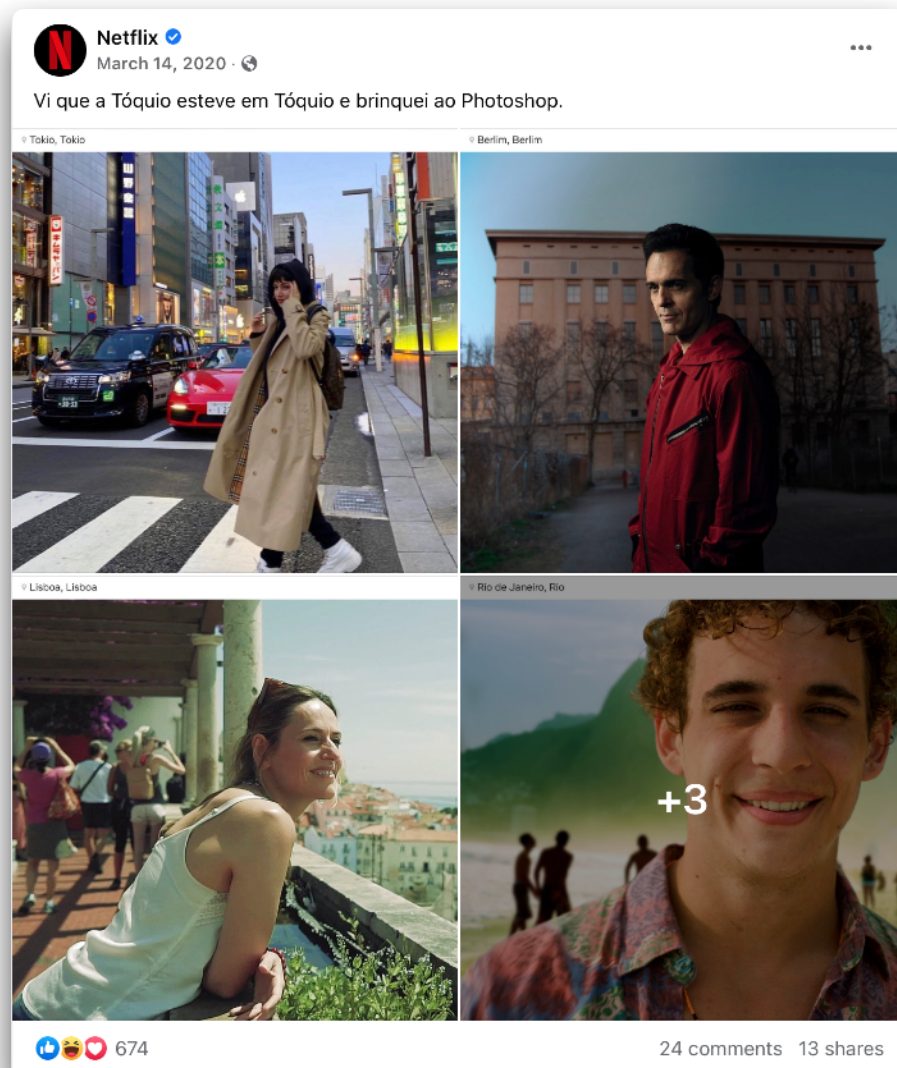


INSPIRAR



Fonte: Amy Porterfield

EXEMPLOS



EXEMPLOS

GoPro  May 21, 2020 · 

#GoPro user Valentin Lheureux immortalizing this perfect moment with his special someone.
 CamSur Watersports Complex

Capture your perfect moment with a GoPro! Grab one now in one of our authorized resellers.
We're always on a look out for awesome GoPro contents, submit yours at GoPro.com/Awards to be featured.

#GoProPH #wakeboard #CamSur #WaterSports #Cable



  55

1 share

Nike is in Melbourne, VIC, Australia.
January 28, 2018 · 

Outplay yourself.

[Roger Federer](#), Melbourne's defending champion and holder of 19 major titles, just beat his own record, by winning 20. #justdoit



  76K

12K comments 6K shares

adidas  May 28, 2020 · 

It's time to get to work with [Ashley Corral Performance Training](#) for today's ball-handling session.

-  Strength and Conditioning
-  Dynamic Dribbling
-  Change Of Pace Techniques

#hometeam



▶ 0:01 / 10:36



  8.1K

822 comments 491 shares

O QUE GERA CONVERSA

Datas Comemorativas

(ex: Dia das Mentiras, Dia dos Namorados, Dia da Mulher, Dia Mundial do Sono)

CALENDARR (2025)

DAYS OF THE YEAR

Acontecimentos

(ex: Óscares, Mundial de Futebol, The Dress, regresso de uma série)



Timing



Relevância

EXEMPLOS

Também fazes cerimónia
depois do filme?



CONTROL
Feel make Feel

Control Portugal
February 10, 2020 · 🌐
E ainda levas o prémio.



Polícia Segurança Pública
October 4, 2019 · 🌐
Dia Mundial do Sorriso + Dia Mundial do Animal!
Dois, num só! PSP 🐾🐾🐾

Lidl Portugal
March 19, 2020 · 🌐

Um Feliz Dia do Pai a todos os pais heróis, aos que estão no exterior a trabalhar, e aos que estão em casa com os filhos💙.
Aqui fica uma ideia de presente, para fazer com os seus pequenotes, sem ter que sair de casa 🍝.



EXEMPLOS

Contigo não é na rádio
mas é com frequência.



CONTROL
Feel more Feel

Control Portugal
February 17, 2020 · 🌐

Sintonizem-se bem.

1K 23 comments 51 shares

Polícia Segurança Pública ✓
April 24, 2022 · 🌐

Assinala-se hoje o Dia internacional do cão de busca e resgate 🐕
Neste dia, a PSP sublinha a enorme importância destes parceiros dos nossos Polícias | Grupo Operacional Cinotécnico - Unidade Especial de Polícia.

#policiasegurancapublica #policia #psp #uep #goc
#buscaesalvamento #cinotecnia
#buscaeresgate #k9



1.7K 85 211



Lidl Portugal
February 25, 2020 · 🌐

É #Carnaval e todos sabem qual é o mais fresco de Portugal 🥰

613 5 comments 29 shares

LIDL
Mais para si.

DÚVIDAS?

