

# MARKETING DIGITAL

Comunicação e Marketing  
na Indústria Farmacêutica

Aula 11

# HOJE NO MENU



**VANTAGENS  
DE CADA CANAL**



**CONTENT  
REPURPOSING**



**PLANO DE  
MKT DIGITAL**

# HOJE NO MENU



**VANTAGENS  
DE CADA CANAL**



**CONTENT  
REPURPOSING**



**PLANO DE  
MKT DIGITAL**

# VANTAGENS BLOG?



# BLOGGING



Facilidade em sermos encontrados (SEO)  
Plataforma totalmente controlada por nós  
Possibilidade de ligar a outras componentes do site, como loja online  
Estatísticas detalhadas sobre quem nos visita

## **ÓTIMO PARA...**

Angariar e-mails  
Conteúdos longos

Ganhar autoridade e credibilidade

**VANTAGENS  
FACEBOOK?**



# FACEBOOK



Rede social com maior número de utilizadores

Aceita todo o tipo de conteúdos

Fornece estatísticas detalhadas e imensa informação sobre os utilizadores

Privilegia os conteúdos com maior sucesso

## **ÓTIMO PARA...**

Estar onde as massas estão

Publicidade hiper-segmentada (critérios demográficos, geográficos e comportamentais)

# VANTAGENS TWITTER / X?



# TWITTER / X



Algoritmo tem pouco destaque  
Permite pesquisar por palavra-chave  
Possibilidade de participar em qualquer conversa  
Podemos ser frequentes (por exemplo, recorrendo ao “Content Curation”)  
Adesão às *hashtags*

## **ÓTIMO PARA...**

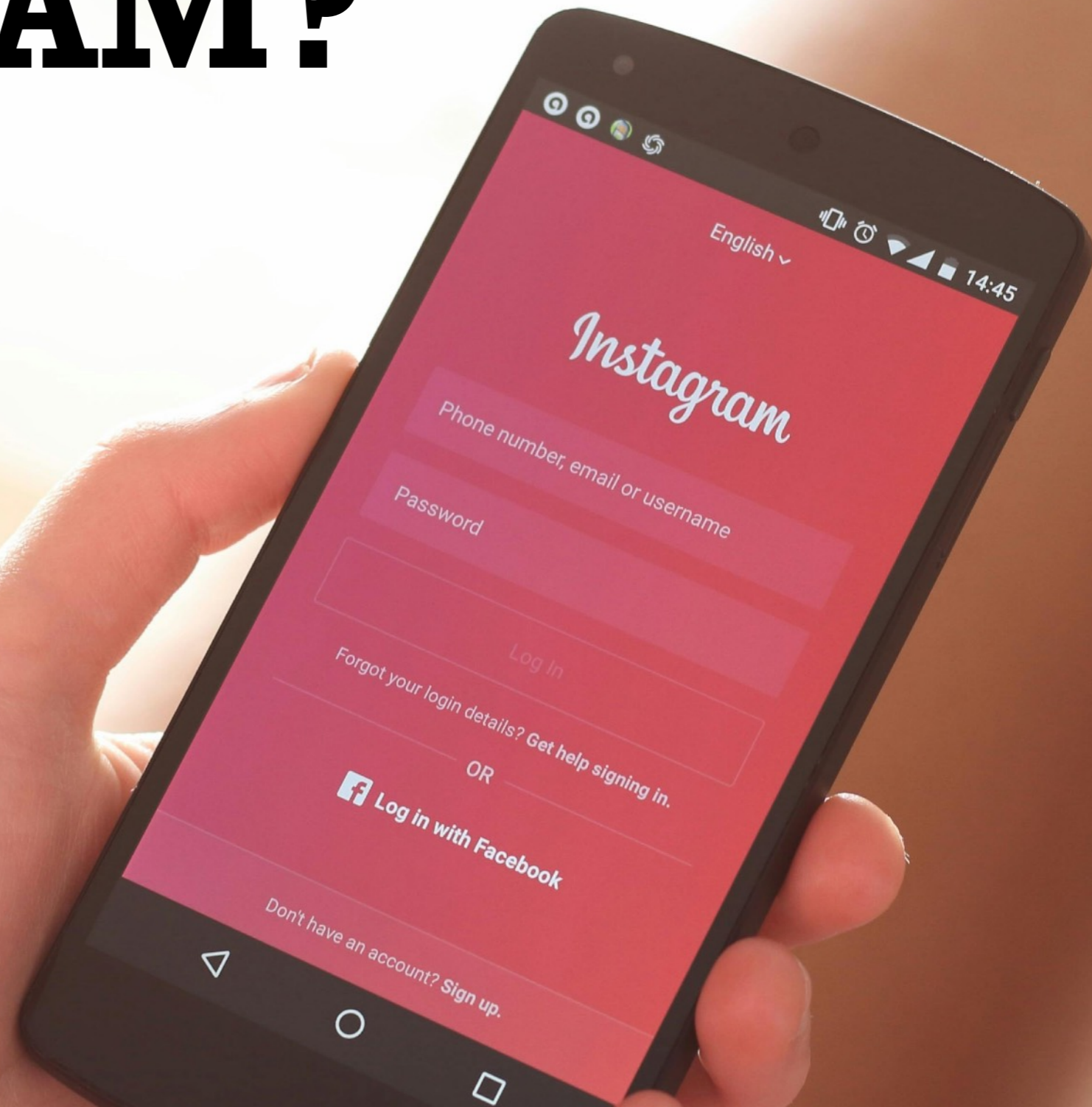
Social Listening

Encontrar tendências

Serviço de apoio ao cliente

Eventos e programas de TV

# VANTAGENS INSTAGRAM?



# INSTAGRAM



Muito popular entre a comunidade + jovem  
Adesão às *hashtags*  
Rede muito visual e fantástica em *mobile*  
*Stories/Reels* são uma boa forma de manter a atenção  
Utilizadores gostam de seguir marcas por não esperarem muito conteúdo promocional aqui

## **ÓTIMO PARA...**

Aumentar a ligação para com a marca  
Passatempos para animar a comunidade  
Mostrar como uma marca pode ser criativa

# VANTAGENS VÍDEO?



# VIDEO



Formato visualmente mais forte  
Popular até para ouvir música  
YouTube é o 2º maior motor de pesquisa  
Algoritmo TikTok/Reels/Shorts ajuda a  
alcançar os não-seguidores organicamente  
Live Streaming → domina a atenção

## **ÓTIMO PARA...**

Ajudar a comunidade  
Fornecer entretenimento  
Estar “em direto” com os fãs  
Reviews de produtos/*Social Proof*

# VANTAGEN PODCAST?



# PODCASTING



Ouvinte dedica-nos quase toda a sua atenção

Ouvinte disponível para nos ouvir durante mais tempo

Possibilidade de ser consumido enquanto o ouvinte realiza outras tarefas ligeiras

## **ÓTIMO PARA...**

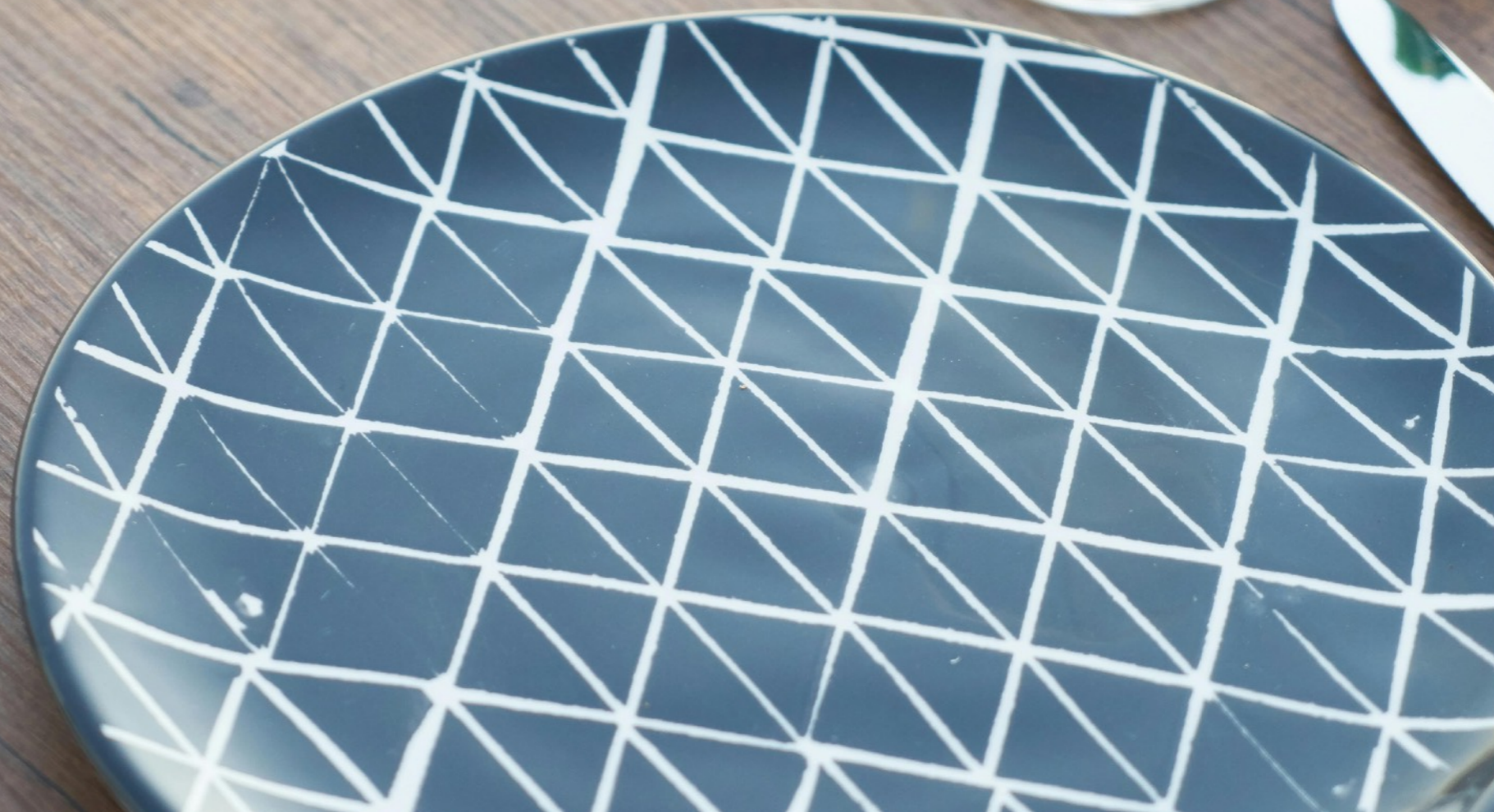
Entrevistas

Ganhar a confiança do ouvinte

Ganhar autoridade e credibilidade

(com *guest podcasting*)

# **VANTAGENS APPS DE LOCALIZAÇÃO?**



# LOCATION APPS



Dar a conhecer novos locais/sugestões  
Saber a opinião sincera de quem nos visitou

Conveniência de obter toda a info relevante de um local após uma pesquisa (Google My Business)

## **ÓTIMO PARA...**

Fornecer informação sobre locais físicos  
Mostrar que nos preocupamos com a nossa reputação online

# **VANTAGENS EMAIL MIKT?**



# EMAIL MARKETING



Controlo sobre a nossa mensagem  
Estatísticas detalhadas sobre a nossa lista

Um *subscriber* é mais valioso que 1 *like*/  
*follow*

Maior garantia de permanência no mundo online

## **ÓTIMO PARA...**

Garantir um *reach* elevado

Automatizar comunicações

(para criar *awareness* ou ensinar a utilizar)

# HOJE NO MENU



**VANTAGENS  
DE CADA CANAL**



**CONTENT  
REPURPOSING**



**PLANO DE  
MKT DIGITAL**

# CONTENT REPURPOSING

A “ARTE” DE ADAPTAR CONTEÚDOS ÀS  
VÁRIAS PLATAFORMAS



# ALGUMAS IDEIAS



## BLOG POST ÉPICO

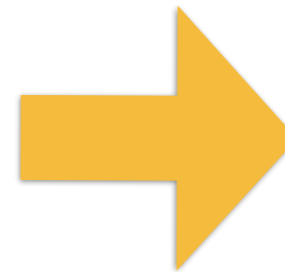


# ALGUMAS IDEIAS

**BLOG POST**



Medium



Artigo no  
LinkedIn

**RELATÓRIO  
ESTATÍSTICO**



Twitter



Infográfico no  
Pinterest

**VIDEO  
Q&A**



Podcast



Transcrição no  
blog

**CURSO  
POR EMAIL**



E-book



Screencasts  
(Video)

# REPURPOSING

## 1 EXEMPLO



### 10 Mandamentos de Social Media

3 de Outubro, 2014 | por Bruno Brito

Em 2014, uma marca já não se pode limitar a ter o seu website. Tem de estar presente nas redes

1 blog post



SlideShare

### 10 Mandamentos de Social Media

1. Definirás objectivos e estratégia
2. Adaptarás a mensagem à plataforma
3. Ouvirás a comunidade
4. Responderás em tempo útil
5. Não falarás só de ti
6. Jogarás com o contexto
7. Serás consistente e frequente
8. Avaliarás os resultados
9. Serás dono dos teus sucessos... e dos teus erros
10. Não construirás a tua casa em terra alugada

brunobrito.pt

LinkedIn

A close-up photograph of a lush green lawn with a dark horizontal band across the middle containing white text.

# **EVERGREEN CONTENT**

# EVERGREEN CONTENT

## CONTEÚDOS QUE SÃO SEMPRE RELEVANTES PARA A AUDIÊNCIA E QUE NUNCA PASSAM DE MODA

São:

- artigos muito úteis
- tipicamente mais longos
- consultados várias vezes
- atualizados com frequência

Não são:

- artigos noticiosos
- artigos sobre a última tendência
- estatísticas/relatórios que ficam desatualizados

### ARTIGOS ESPECIALMENTE ÚTEIS PARA INICIADOS

Ótimo para criar uma ligação com nova *lead*  
Geralmente acompanhado de material “opt-in”,  
como um e-book fazendo *subscribe*

# ALGUMAS DICAS

1

Recorre às estatísticas para determinar quais são os teus conteúdos mais populares.

2

Respeita as "regras" e o público-alvo de cada plataforma.

3

Explora novos canais, mas foca-te nas plataformas que são importantes para o objetivo — nem sempre "mais" é melhor.

4

Atualiza os teus conteúdos para que permaneçam relevantes.

5

Aproveita estes conteúdos "premium" para angariar *leads*.

# HOJE NO MENU



**VANTAGENS  
DE CADA CANAL**



**CONTENT  
REPURPOSING**



**PLANO DE  
MKT DIGITAL**

# PLANO DE MKT DIGITAL



1. Definir objetivos e estratégia (timeline)
2. Definir objetivos para cada canal
3. Definir periodicidade
4. Definir conteúdos
5. Criar calendário
6. Avaliar resultados
7. Definir o que pode ser melhorado
8. Implementar mudanças

# 3 RAZÕES PARA ESTAR



## **SALES**

Aumentar  
vendas



## **SAVINGS**

Reduzir  
custos



## **SUNSHINE**

Fazer com que os  
clientes se sintam bem

# DEFINIR OBJETIVOS



## **ESTE MÊS QUERO...**

Responder a todas as questões de apoio ao cliente no prazo de 12 horas

Ajudar 20 *leads*, participando em conversas

## **E AINDA...**

Aumentar o meu número de seguidores em 3%

Obter 50 *retweets*

Alcançar 150 *clicks* para o meu blog

Estabelecer esta *#hashtag*

# PERIODICIDADE



1 dicas  
1 entrevista  
1 guest post



10 fotos  
1 vídeo  
20 stories



implementação  
monitorização



5 posts  
5 fotos  
1 vídeo



2 vídeos



40 tweets  
10 retweets



1 episódio



1 newsletter

# ALTERNA CONTEÚDOS



## TEUS

Avisos  
Promoções  
Novidades



## PARCEIROS

Eventos  
Parcerias  
Notícias da indústria



## COMUNIDADE

Dicas  
Passatempos  
Material dos Fãs

# CALENDARIZAÇÃO

## 2ª FEIRA

- 9h - Artigo publicado no blog
- 10h - Tweet a divulgar artigo
- 12h - Post no Facebook a divulgar artigo
- 16h - Vídeo de Q&A
- 16h - Retweet indústria
- 19h - Tweet a divulgar vídeo
- 21h - Post no Facebook a divulgar vídeo

## 3ª FEIRA

- 9h - Episódio semanal do *podcast* publicado
- 9h - Publicado vídeo desse mesmo *podcast*
- 11h - Imagem no Instagram no estúdio
- 14h - Pergunta no Facebook
- 15h - Retweet indústria
- 17h - Post no Facebook e Twitter a divulgar novo episódio

## 4ª FEIRA

- 11h - Newsletter
- 14h - Regras do passatempo no blog
- 14h30 - Hashtag Twitter e Instagram #passatempo
- 14h30 - Divulgação passatempo Facebook
- 17h - Retweet indústria
- 18h - *Guest blogging*
- 21h - Divulgação *guest post* FB e Twitter

# DÚVIDAS?

