

SELANI

SOCIAL MEDIA
THINK

A Selavi tem uma novidade para você!

A SELAVI SOCIAL MEDIA THINK!

Evoluir e amadurecer de forma criativa está em nosso DNA.

No mercado de hoje, saber se posicionar nas mídias sociais é essencial para o negócio das empresas.

E quando dizemos “saber se posicionar” é ir além da criação e postagem de peças.

Estamos falando de posicionamento estratégico de marca, de reconhecimento de público, de definição de objetivos claros para serem utilizados nas redes sociais.

Estamos falando de inteligência criativa para a busca de resultados.



Mas porque é tão importante saber se posicionar nas redes sociais?

Confira os números:

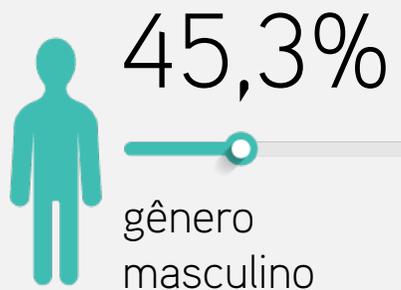
79,9%



dos Brasileiros estão nas redes sociais

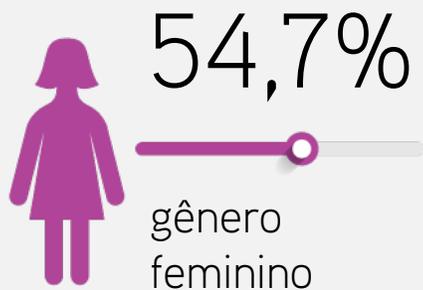


No Brasil, passamos em média **3 horas e 49 minutos** por dia navegando nas redes sociais. Esse número é **53%** maior que a média global.



45,3%

gênero masculino



54,7%

gênero feminino



61,5%

dos usuários de redes sociais no Brasil afirmam que usam as redes para buscar mais informações sobre **marcas e produtos**.

Como marca, é preciso estar ativo nas redes sociais!

Se posicionar de forma estratégica para alcançar objetivos!

Mas será que as redes sociais são todas iguais?

**A RESPOSTA
É NÃO!**

Hoje, cada rede está direcionada a um público-alvo diferente e conta com recursos diferentes para o alcance de objetivos específicos de comunicação.

Vamos conhecer algumas diferenças entre o **Instagram** e o **Facebook**!



○ **122,4 milhões**

○ de usuários no Brasil,

┌ **57%**

gênero feminino

43%

gênero masculino

┐ **31%**

18-24 anos

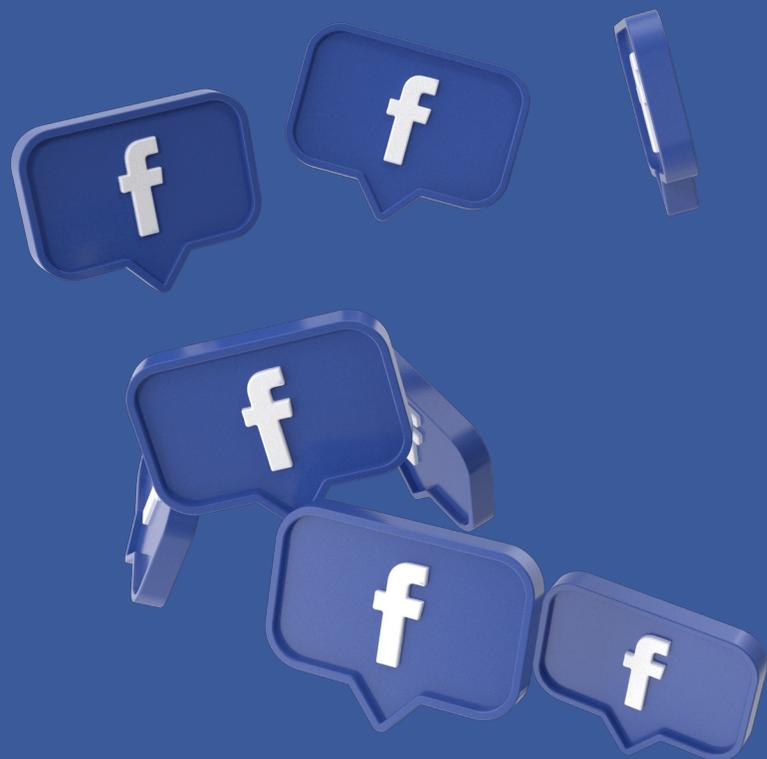
30%

25-34 anos

+++++

Quais as vantagens da rede

- Gera mais interação e engajamento que as outras redes sociais,
- Preferência de comunicação fotos e vídeos.
- Foco de conteúdo: Interação, relacionamento, memes, stories



○ **116,6 milhões**

○ de usuários no Brasil,

┌

53%

gênero feminino

47%

gênero masculino

B

U

76%

18-24 anos

84%

25-30 anos

79%

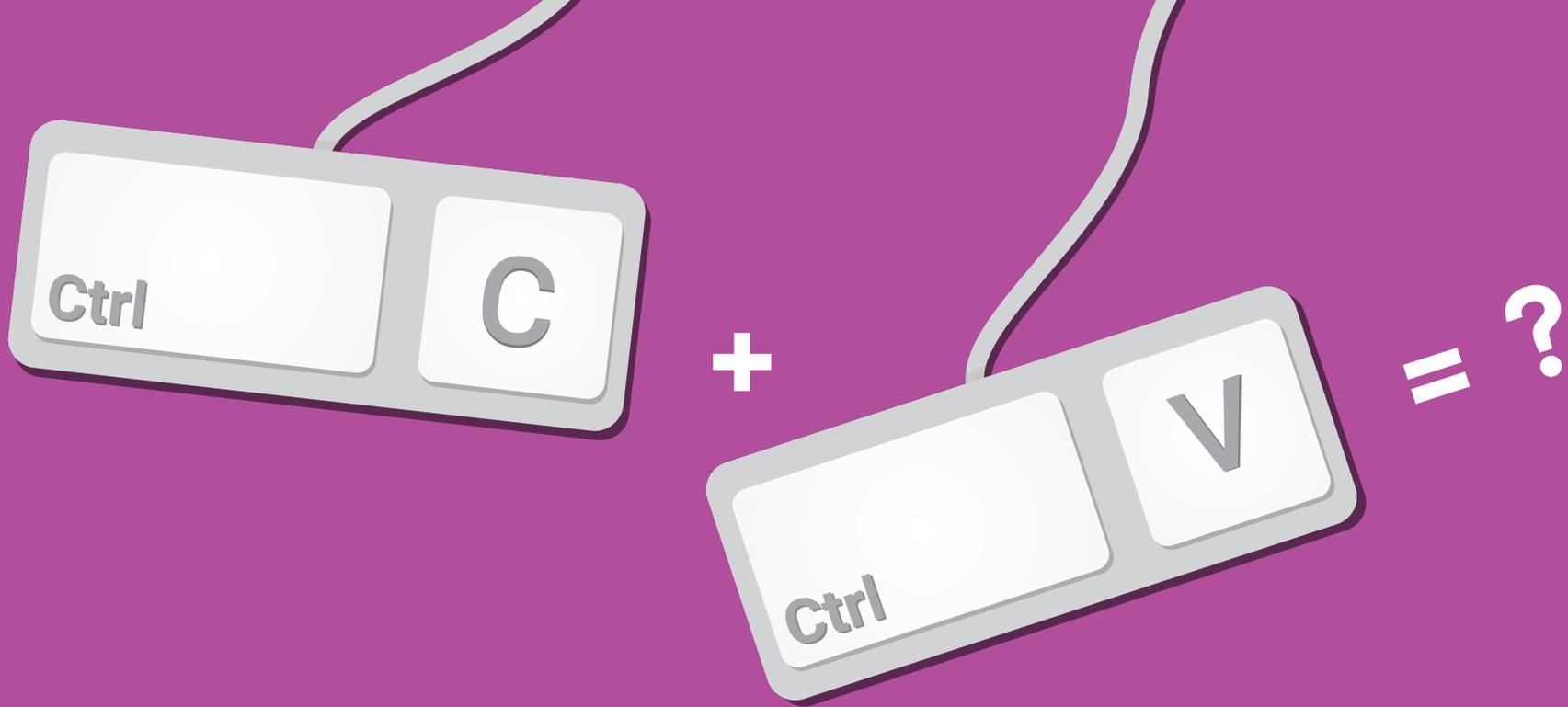
30-49 anos

R

+++++

Quais as vantagens da rede

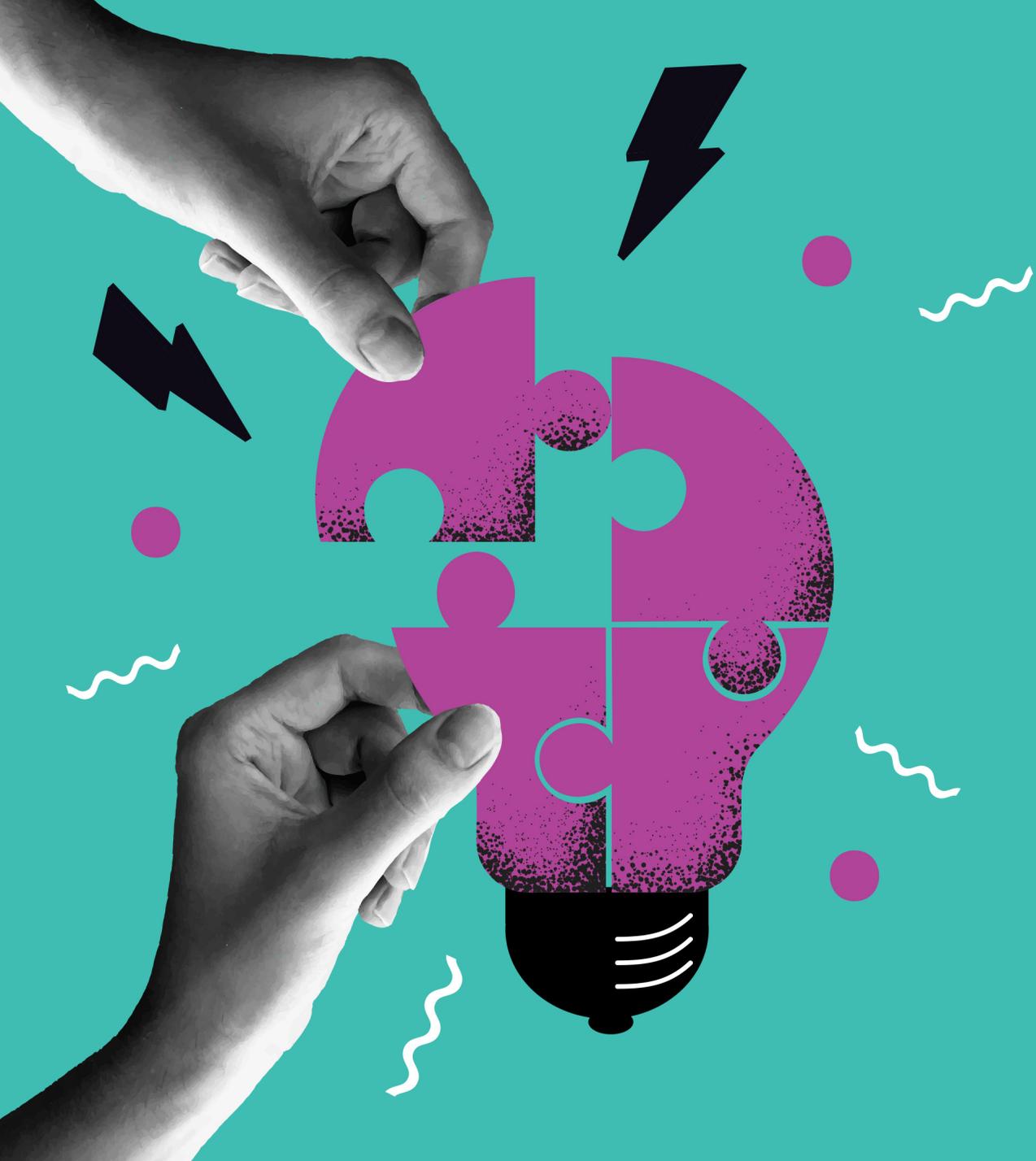
- Possibilidade de compartilhamento de links, notícias e formação de comunidades.
- Preferência de leitura e interação.
- Foco de conteúdo: produtos, blogposts, notícias, interação, engajamento, institucional



Percebe como um estudo estratégico da rede social pode mudar a forma da sua marca se posicionar e se pronunciar?

Pensar em estratégias diferentes que se encaixem no melhor que as redes tem a oferecer é fugir do tradicional **CRTL C + CTRL V** de posts.

**Nós te
ajudamos
com isso**



Além de pensar estrategicamente na escolha das redes sociais é importante também entender quem é a sua audiência!

Com quem você fala?

Com quem você quer falar?

Como você fala?

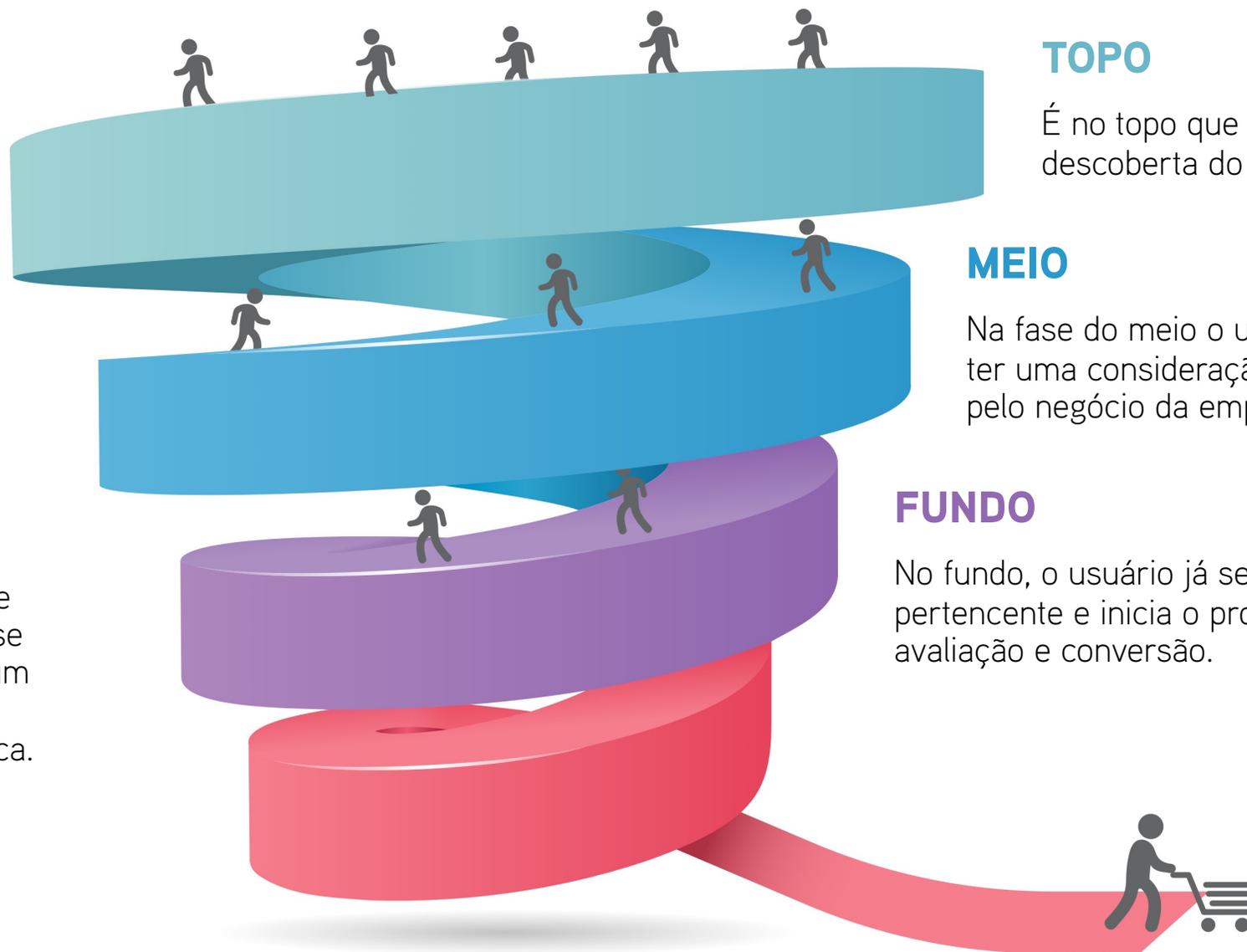
Para isso é necessário fazer um estudo de persona, definir um tom de voz e humanizar a conversa!

**Nós te
ajudamos
com isso**

Mas como tudo no marketing é processo, também é preciso entender e direcionar objetivos de acordo com a trajetória do usuário.

Para isso, trabalhamos inspirados no funil de conteúdo!

O funil de conteúdo representa a trajetória de um usuário comum até se tornar um interessado, um comprador e um “recomendador” da marca.



TOPO

É no topo que inicia o interesse e a descoberta do usuário pela marca.

MEIO

Na fase do meio o usuário já começa a ter uma consideração e uma intenção pelo negócio da empresa.

FUNDO

No fundo, o usuário já se sente pertencente e inicia o processo de avaliação e conversão.

FIDELIZAÇÃO

Usuário conquistado!
Se torna um consumidor frequente.

Traçar um mapa da jornada,
do Topo à Fidelização,
envolve planejar, analisar,
recalcular e testar.

Uma parceria firmada entre a
Selavi e o cliente em busca
dos melhores resultados para
o seu negócio!



Conheça agora os
serviços prestados
pela

SELANI
SOCIAL MEDIA
THINK



1. Plano de Comunicação de Social Media

Modelo de parceria para as empresas que procuram um planejamento de rede social, ou seja, um estudo completo do negócio e a criação de um plano estratégico a ser seguido.

Escopo de trabalho:

- Aprofundamento e definições dos objetivos (alcance, novos seguidores, engajamento, reconhecimento de marca, tráfego, venda ou captação de leads);
- Definição do público-alvo (com quem estou falando?);
- Estudo e definição da persona e tom de voz (com quem vou falar? Como vou falar? Sobre o que vou falar?);
- Análise dos pontos fortes da marca que serão trabalhados nas redes sociais;
- Definição dos pilares de comunicação (sugestão de pautas de conteúdo).

2. Gestão Completa das Redes Sociais (Instagram e Facebook)

Modelo de parceria para as empresas que procuram um trabalho estratégico completo para as redes sociais.

Escopo de trabalho:

- Plano de comunicação;
- Pesquisa de tendências e oportunidades;
- Criação de calendário editorial (a partir das pautas definidas no plano de comunicação)'
- Elaboração de briefings para criação;
- Apresentação de relatórios e análises.

3. Assessoria de Social Media

Modelo de parceria para as empresas que procuram um trabalho de assessoria das redes sociais. Um olhar atento e estratégico para o dia a dia do desempenho das redes já ativas do potencial cliente.

Escopo de trabalho:

- Pesquisa e monitoramento das redes sociais da marca;
- Pesquisa e monitoramento de tendências e oportunidades (semanal);
- Criação de calendários editoriais mensais em parceria com o cliente;
- Ideias e sugestões de pautas de conteúdo e possíveis parcerias;
- Apresentação de relatórios de resultados.

4. Social Listening

Modelo de parceria para as empresas que procuram um trabalho de escuta ativa e direcionamento de respostas às interações nas redes sociais com o objetivo de manter e/ou melhorar a relação com a audiência.

Escopo de trabalho:

- Monitoramento de interações nas redes sociais (conhecimento do público, inteligência criativa e controle de desempenho);
- Construção de árvore de respostas (em parceria com o cliente);
- Sugestão de novas pautas a partir da escuta ativa da audiência (ouvir o público para criar insights);
- Intervir e buscar soluções considerando as interações;
- Promover e sugerir estratégias para a marca nas redes sociais.

5. Criativo e Copy

Modelo de parceria para as empresas que procuram apenas a criação de peças e textos para as redes sociais.

Escopo de trabalho:

- Criação de peças de acordo com o formato sugerido pelo briefing do cliente;
- Criação de textos considerando o formato e as particularidades exigidas pelas redes sociais.

Escolha o modelo de trabalho que melhor se adapta as suas necessidades e entre em contato conosco!

Felizes de poder compartilhar essa novidade!

Equipe Selavi Social Media Strategy



Lucila Garcia

📞 11 9 8360 7445

✉️ lucilacortellazzi@gmail.com

