

Workshop FACEBOOK

O Facebook é uma das redes sociais mais utilizadas a nível mundial, sendo um importante componente estratégico de Web Marketing. Independentemente do público-alvo em questão, o Facebook é uma excelente plataforma de comunicação e divulgação de marcas e produtos na web, agregando inúmeras funcionalidades que fazem parte de qualquer plano de marketing digital.



Duração: 6 Horas

Objectivos Gerais

Dotar os formandos de conhecimentos e competências para a utilização eficaz do Facebook, enquanto parte do plano estratégico de empresas/marcas.

Objectivos Específicos

No final do curso, o formando deverá ser capaz de formular estratégias e ações de comunicação, promoção e fidelização no Facebook.

Destinatários/Pré-Requisitos

Profissionais e estudantes de Marketing, Publicidade, Comunicação, Branding e Web Design. Gestores de conteúdos online.

Conteúdos Programáticos

Introdução ao Facebook Marketing

- Caracterização do perfil de utilizadores: Mundial, Europa e Portugal.
- As aplicações empresariais do facebook: facebook pages, facebook advertising, sponsored stories e facebook plataforma.
- Princípios gerais de uma estratégia de facebook.
- Etapas para o planeamento de uma estratégia de facebook.

Facebook Pages

- Diferenças entre as Páginas de facebook e os perfis pessoais.
- Diferenças entre as Páginas de facebook e os grupos.
- Criação de uma Facebook Page
- Como começar.
- Definição de objetivos.
- Tipos de Páginas e subcategorias.
- Termos/condições de utilização das páginas de facebook.
- O painel de administração.
- Configuração geral de uma Facebook Page
- Publicar/despublicar Página.
- »Configuração da Cover Photo (capa): especificações técnicas,
- boas práticas e aplicações.
- »Configuração da Profile picture (foto de perfil):

- especificações técnicas, boas práticas e aplicações.
- » Informações gerais de uma página: boas práticas e técnicas
- de copywriting.
- »Criação de um endereço web de facebook: como criar, as
- vantagens e boas práticas.
- »Gestão de Administradores e Permissões
- »Gestão de Administradores: acrescentar/remover
- administradores e torná-los visíveis/invisíveis aos
- seguidores. Cuidados a ter e boas práticas.
- »Gestão de Permissões: boas práticas e aplicações.
- »Dinamização de uma Facebook Page
- »A Timeline (cronologia): características, boas práticas e
- aplicações.
- Criação de Milestones (marcos): boas práticas e aplicações.
- Formas criativas de dinamizar a timeline: case studies.
- Elementos sociais da timeline: lista de seguidores, publicações de amigos e outras publicações.
- Publicações (Stories): estado, links, imagens, vídeo e perguntas. Boas práticas e aplicações.

- Conceito de Edgerank
- O que é e como influencia o aparecimento das publicações no feed de notícias dos seguidores.
- Affinity Score, Edge Weight e Time Decay.
- Técnicas para promover o Edgerank de uma página e/ou publicação.
- Promoções no Facebook
- O que é uma promoção no facebook.
- Normas do facebook relativas à organização de promoções.
- Análise de exemplos de promoções.
- Aplicações utilizadas na gestão de promoções.
- Aplicações nativas das Facebook Pages
- Fotos, vídeos, eventos e notas.
- Integração de aplicações externas numa Facebook Page
- Como integrar e onde encontrar aplicações externas.
- Criação de separadores customizados, através de aplicações: separadores com HTML, com imagem, com microsite e de reencaminho.
- Angariação de novos seguidores para uma Facebook Page
- Técnicas e boas práticas para a angariação de novos seguidores, sem recurso à publicidade paga.

Facebook Insights: Métricas e Indicadores de Atividade

- As principais métricas e indicadores de atividade das páginas de facebook.
- Perfil dos Seguidores (demográfico, geográfico e comportamental);
- Alcance da Página (orgânico, pago e viral);
- Métricas de interação e envolvimento dos seguidores (tipos de interação e frequência de interação);
- Conceito de viralidade e sua importância.
- Indicadores gerais de atividade da página.
- Como interpretar as métricas.

Publicidade Paga no Facebook

- Conceitos gerais de publicidade paga no facebook: impressões, clicks, CTR, CPC, CPM e CPF.
- Tipos de publicidade paga no facebook: facebook advertising e sponsored stories.
- Como criar um anúncio de facebook advertising: boas práticas.
- Tipos de sponsored stories.
- Como criar uma sponsored story: boas práticas.
- Métricas e indicadores de atividade da publicidade paga no facebook.

Facebook Platform

- »Noções gerais e termos/condições de utilização.