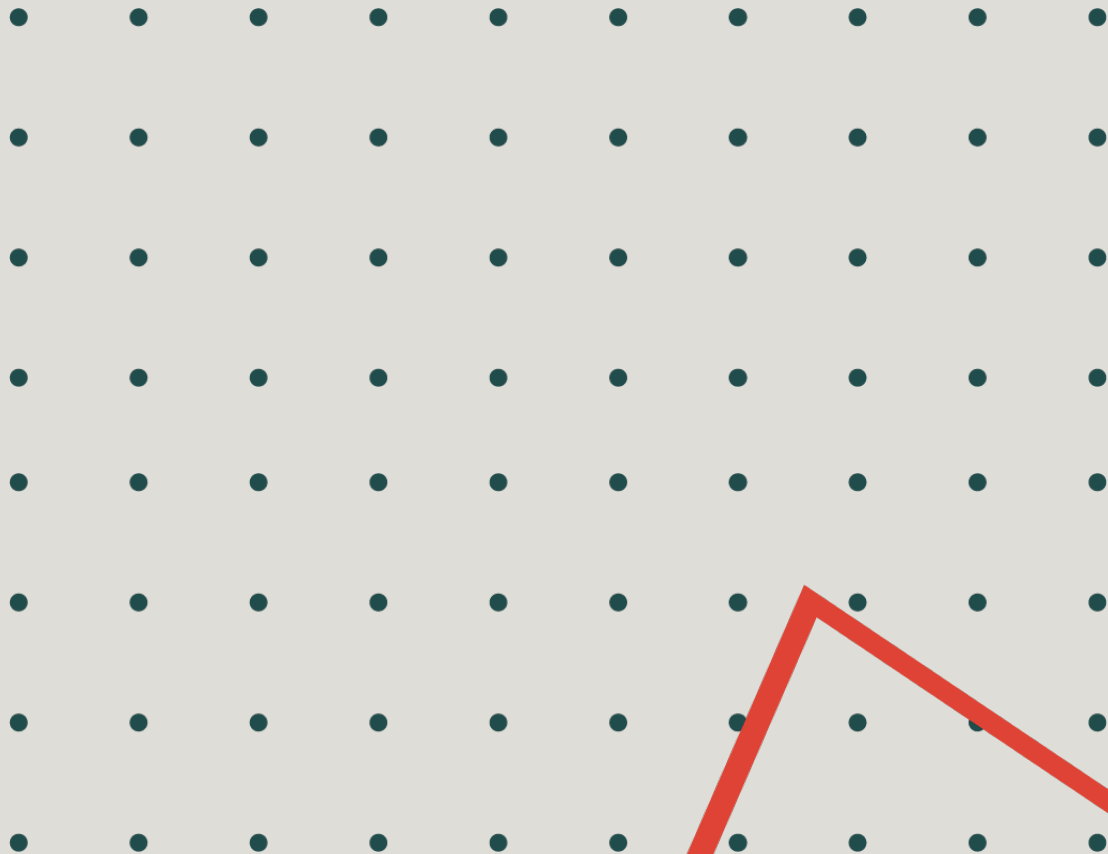




Uma iniciativa



Com o apoio



RAMPADIGITAL

autonomia digital para tod@s

RAMPA DIGITAL



M^a JOÃO NOGUEIRA

ESTRATÉGIA DIGITAL
CONTEÚDOS
COMUNICAÇÃO
MARKETING
FORMAÇÃO

STREAMING DE 12 DE DEZEMBRO



COMUNICAÇÃO NO DIGITAL

Especial Fundações

FUNDAÇÕES

CENTRO
PORTUGUÊS
DE FUNDAÇÕES



RAMPADIGITAL

ÍNDICE

Comunicação Digital versus comunicação Tradicional

Canais de Comunicação Digital

Conteúdo visual

Personalização da Mensagem

Feedback e Interatividade

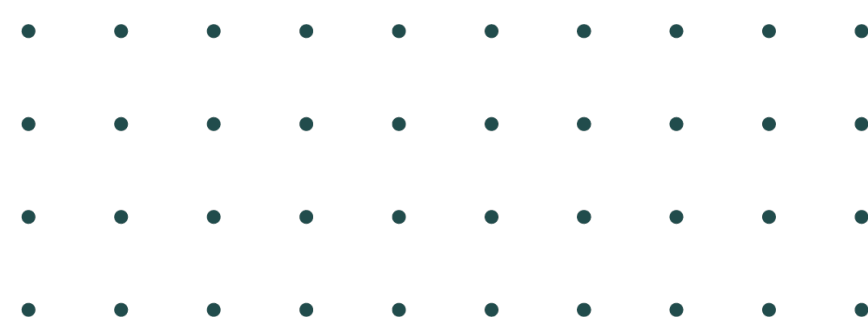
Monitorização de métricas (KPIs)

Segmentação de público e audiência

Tendências e inovações



DIGITAL VS TRADICIONAL



A comunicação digital difere da comunicação tradicional sobretudo pela sua natureza instantânea, interativa e global.

Enquanto a comunicação tradicional costuma ser unidirecional, massiva e com feedback limitado, a comunicação digital é bidirecional, segmentada, permite a interação imediata e alcança audiências globais de forma mais ágil e direta.



DIGITAL VS TRADICIONAL



PRÓS DA COMUNICAÇÃO DIGITAL

Interatividade: Facilita a interação entre empresas e consumidores, promovendo um diálogo mais próximo e significativo.

Agilidade e Velocidade: Mensagens podem ser compartilhadas instantaneamente, permitindo respostas rápidas e atualizações em tempo real.

Métricas e Análises: Oferece ferramentas para medir o desempenho das estratégias de comunicação, permitindo ajustes e melhorias contínuas.

Personalização: Possibilita a personalização das mensagens para atender às necessidades específicas de diferentes públicos.

Baixo Custo de Entrada: Em comparação com a comunicação tradicional, muitas das ferramentas de comunicação digital têm custos iniciais acessíveis.

Acessibilidade e Inclusão: Torna a comunicação mais acessível a diferentes grupos, incluindo pessoas com deficiências.

Inovação Constante: Está em constante evolução, permitindo a integração de novas tecnologias e formatos de comunicação.



CONTRAS DA COMUNICAÇÃO DIGITAL

Sobrecarga de Informações: O volume excessivo de mensagens, mails e notificações pode sobrecarregar as equipas.

Ruído de Comunicação: A multiplicidade de canais digitais pode criar ruído na comunicação, resultando em mensagens perdidas, inconsistentes ou mal interpretadas.

Dificuldade na Gestão da Reputação Online: Um comentário negativo nas redes sociais ou uma crise online pode prejudicar a reputação.

Riscos de Segurança Digital: A comunicação digital está sujeita a ameaças como hacking, leak de dados e ataques de phishing, exigindo medidas de segurança robustas.

Desafios de Integração de Ferramentas: Integrar várias plataformas e ferramentas de comunicação pode ser complexo.

Custos de Tecnologia e Manutenção: É preciso investir para manter e atualizar infraestruturas e software.

Desafios de formação e literacia tecnológica: A introdução de novas ferramentas de comunicação deve implicar formação.



CANAIS DE COMUNICAÇÃO DIGITAL

Uma estratégia de comunicação digital eficaz deve considerar variedade de canais, adaptando-se aos objetivos da organização e ao seu público-alvo.



CANAIS DE COMUNICAÇÃO DIGITAL

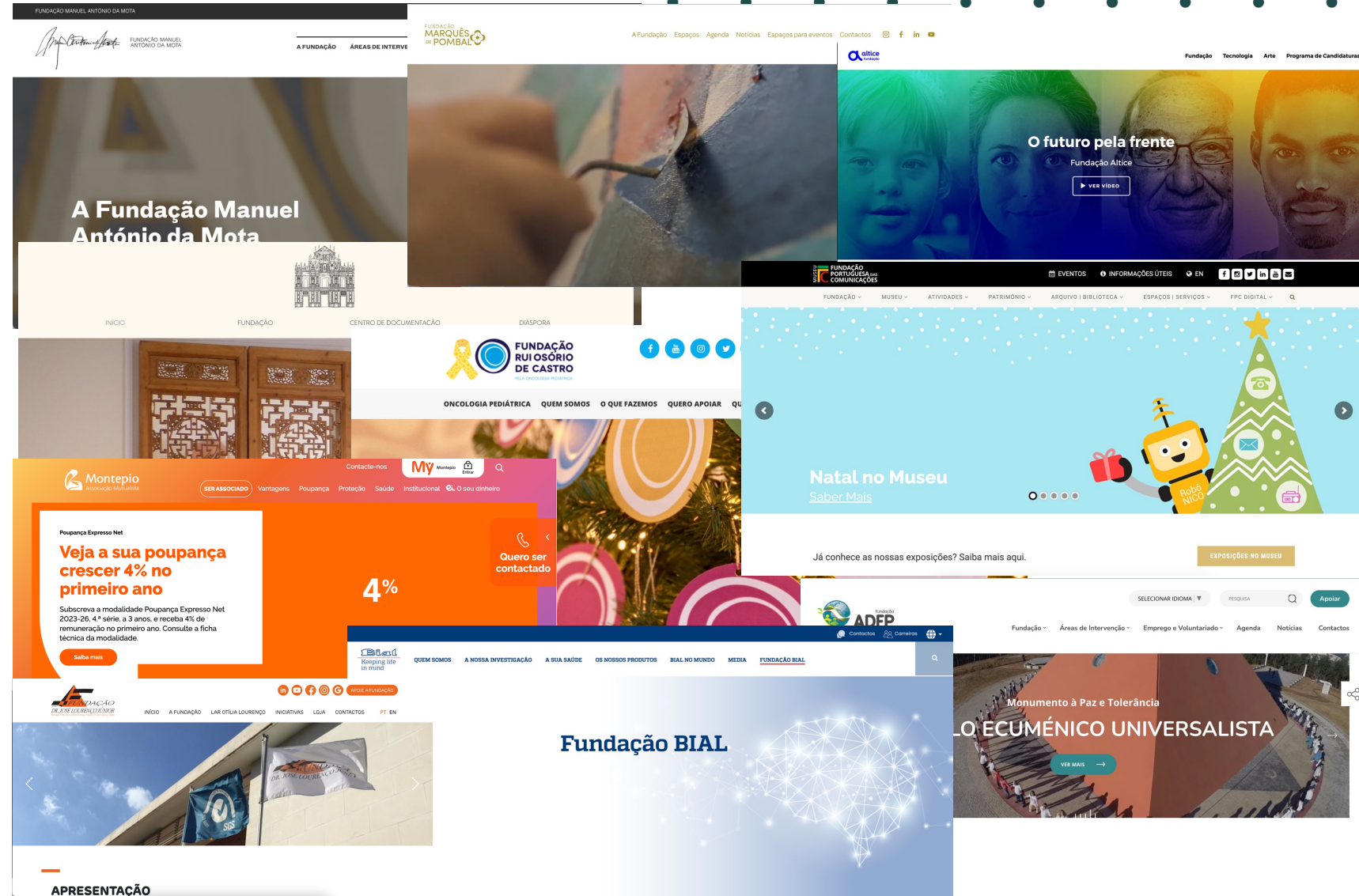
Site/Blog

Um ponto central para informações sobre a instituição. Missão, produtos e serviços, histórico, contactos, conteúdo relevante para o público-alvo.

Tem de ser responsive.

Tem de ter domínio próprio.

É fundamental para o SEO.



CANAIS DE COMUNICAÇÃO DIGITAL

Redes Sociais

Plataformas como Facebook, Instagram, Twitter, BlueSky, LinkedIn, TikTok, Youtube, e outras são ótimas para construir relações com as audiências, partilhar conteúdo, engajar o público e promover a marca.

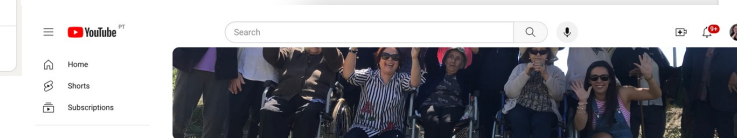
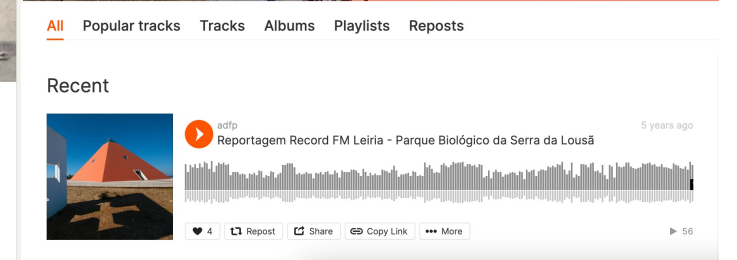
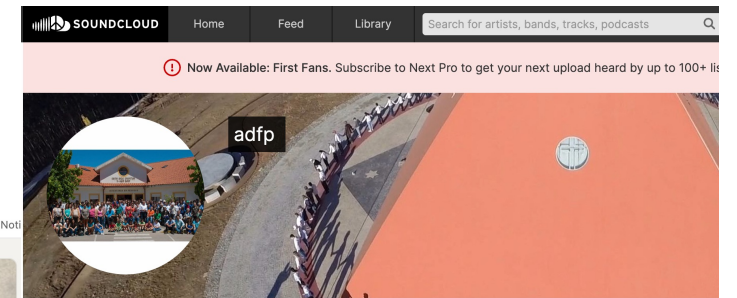
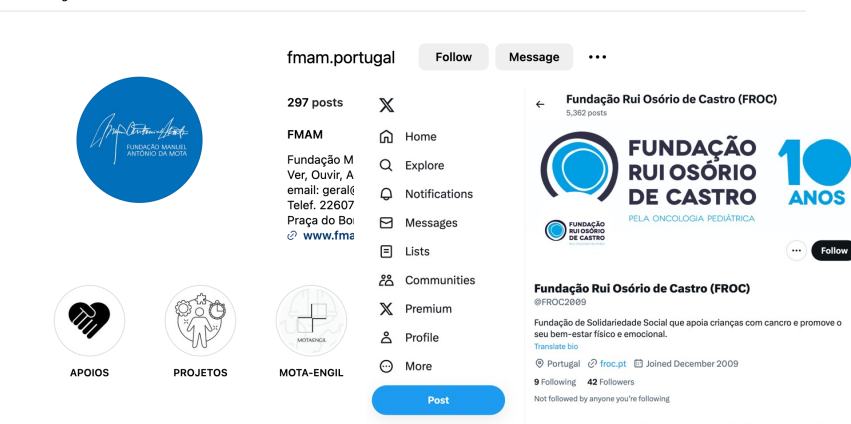
Principal utilidade – Canalizar tráfego para o site.

Escolher com parcimónia.

Conteúdo de qualidade.



Instagram



CANAIS DE COMUNICAÇÃO DIGITAL

Mail

Uma ferramenta poderosa para criar e manter relacionamentos diretos, enviar promoções, partilhar conteúdo relevante e segmentado para diferentes grupos de utilizadores e stakeholders.



SUBSCREVER A NEWSLETTER

Endereço de email *

☐ Aceito a Política de Privacidade

Subscreva

- ☐ Newsletter Mensal
☐ Convites
☐ Oferta educativa

CONTACTE-NOS

fundacaocasamacau@fcmacau.pt

+351 21 322 3440

Praça do Príncipe Real, 25, 1º Andar 1250-184 Lisboa

f i in

NEWSLETTER

Insira o seu email

Enviar

©2021 por Fundação Casa de Macau

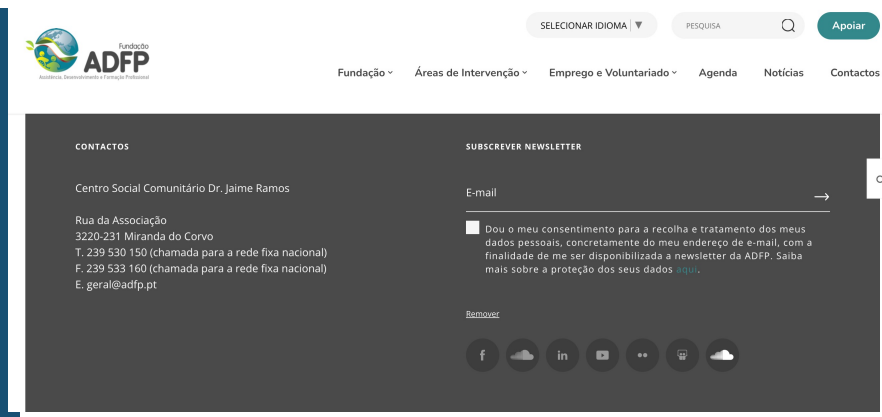
Marketmail - Pontual

Newsletter - Periódica

RGPD



RAMPADIGITAL



CANAIS DE COMUNICAÇÃO DIGITAL

Publicidade

Anúncios pagos em plataformas como Google Ads, Facebook Ads, LinkedIn Ads, entre outros, para alcançar um público específico.

Principal utilidade – Canalizar tráfego para o site.

Segmentação

Conteúdo



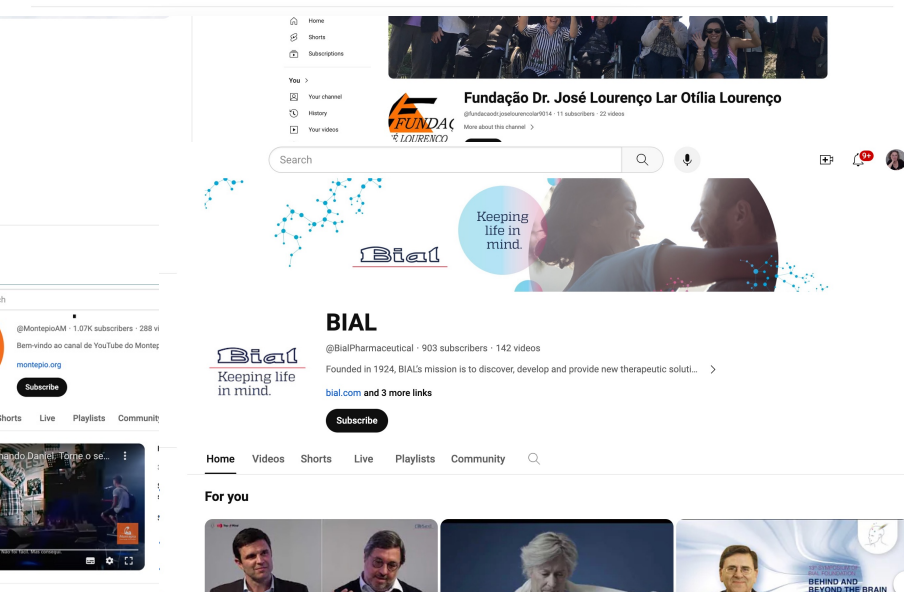
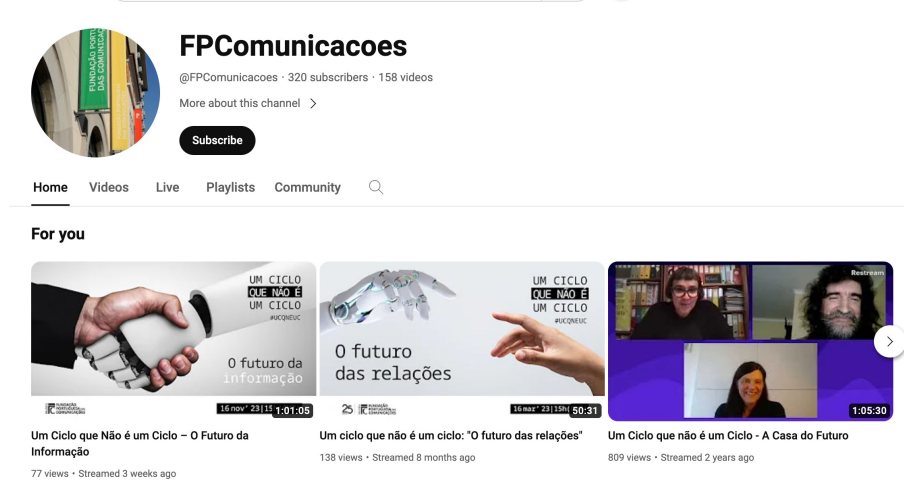
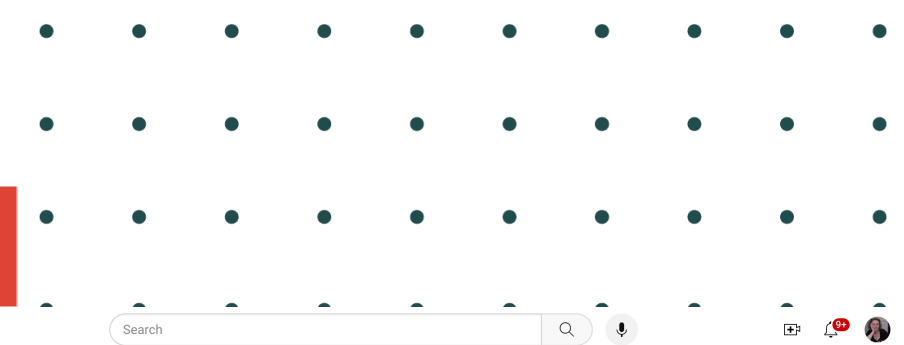
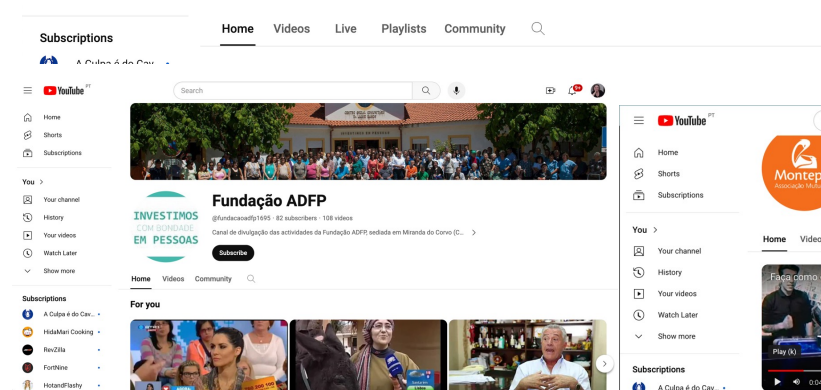
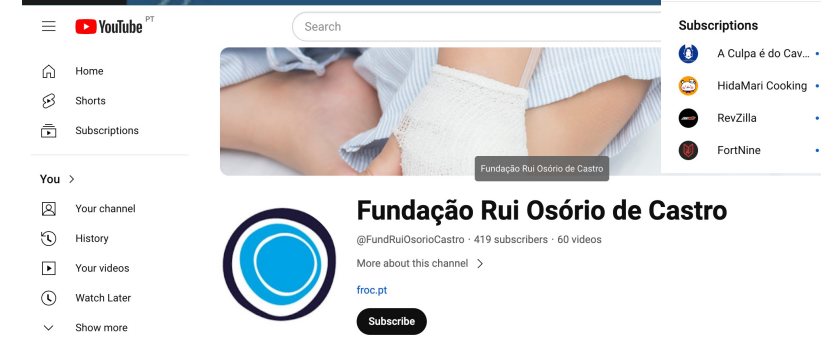
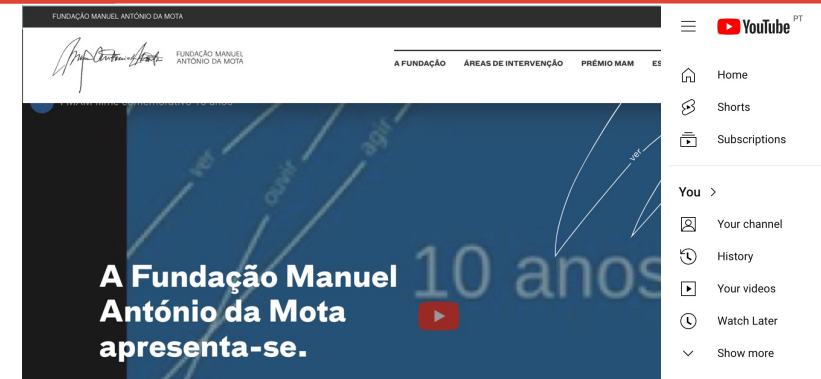
CANAIS DE COMUNICAÇÃO DIGITAL

Vídeos

Plataformas como YouTube e Vimeo são excelentes para partilhar vídeos informativos, tutoriais, depoimentos de clientes, entre outros.

Conteúdo de qualidade

Alojamento ≠ Difusão



CANAIS DE COMUNICAÇÃO DIGITAL

Podcasts

Uma forma de comunicação em crescimento, ideal para partilhar conhecimento, dar visibilidade a parceiros, a stakeholders, fazer entrevistas, partilhar histórias relacionadas com a marca e conteúdo relevante.

Conteúdo de qualidade (de preferência também em vídeo).

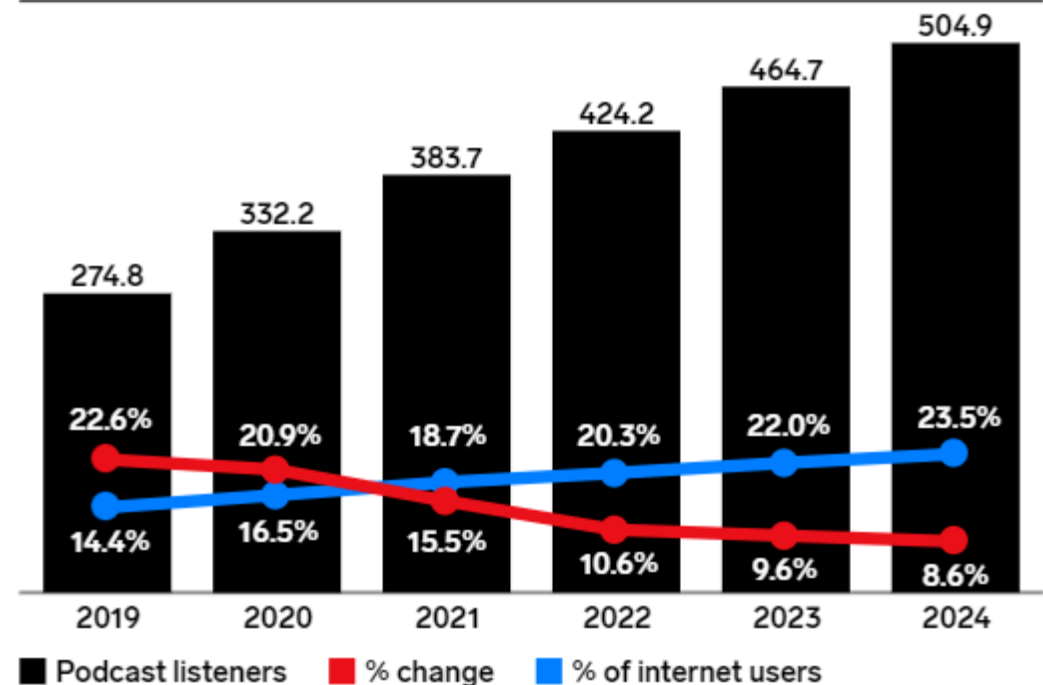
Dinâmica e periodicidade

Boa qualidade técnica



Podcast Listeners Worldwide*, 2019-2024

millions, % change, and % of internet users



Note: internet users of any age who listen to a podcast via digital stream or direct download on any device at least once per month; *includes Argentina, Australia, Brazil, Canada, China, Denmark, Finland, France, Germany, Italy, Japan, Mexico, Norway, South Korea, Spain, Sweden, UK, and US

Source: eMarketer, July 2021

CANAIS DE COMUNICAÇÃO DIGITAL

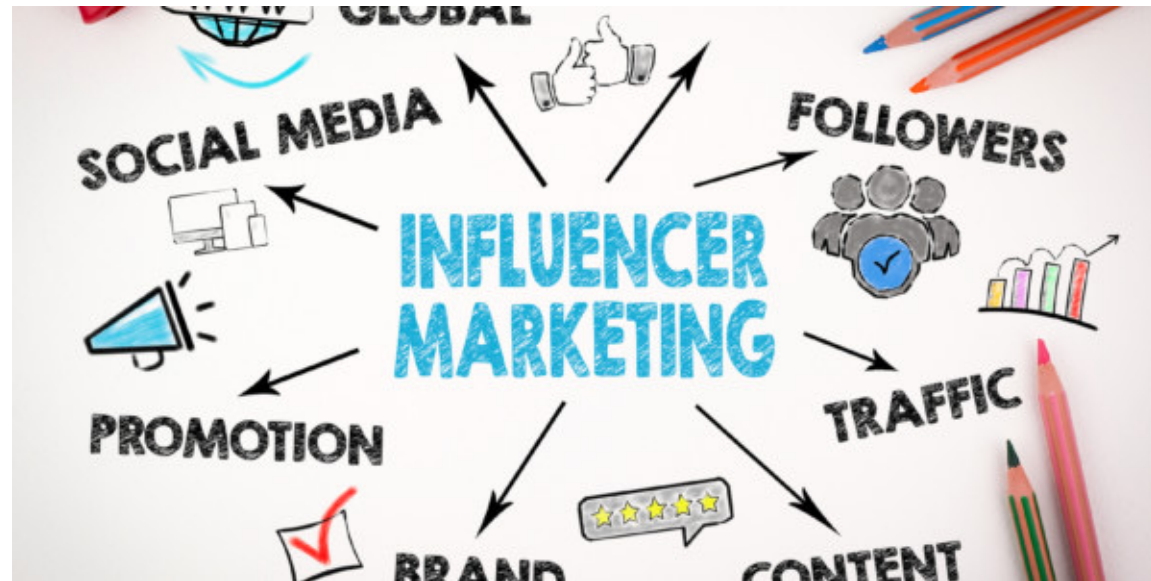
Comunicação de influência

Os influencers podem ser excelentes canais de comunicação, especialmente se forem selecionados e utilizados de forma estratégica e alinhados com os objetivos da empresa.

Credibilidade e confiança

Autenticidade e humanização

Amplificação do alcance



CONTEÚDO VISUAL

O conteúdo visual desempenha um papel fundamental na comunicação digital, sendo uma poderosa ferramenta para cativar, envolver e transmitir mensagens de forma rápida e impactante.

1. Atração Imediata: O cérebro humano processa imagens muito mais rapidamente do que textos.

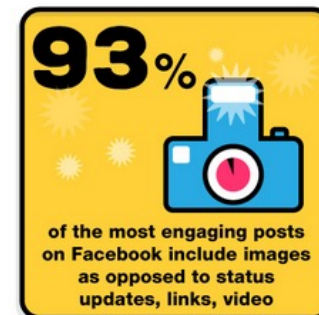
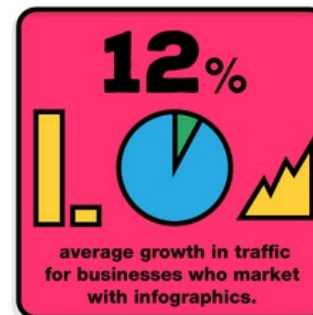
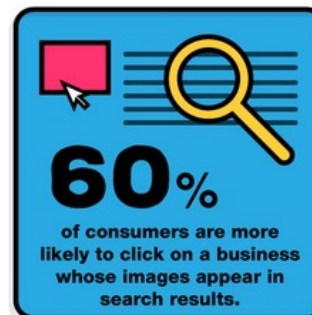
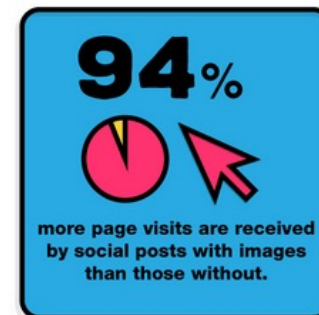
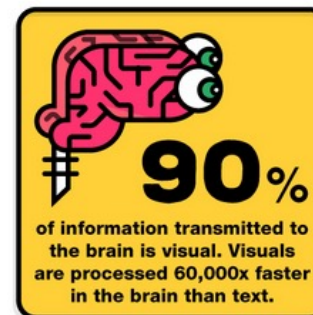
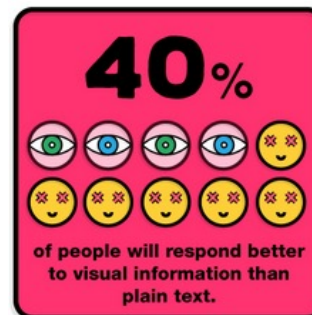
2. Facilidade de Compreensão: Imagens, vídeos e infográficos simplificam informações complexas.

3. Transmissão de Emoções e Histórias: Capacidade de evocar emoções e contar histórias.

4. Partilha: Vídeos e imagens impactantes têm maior potencial de viralizar.



WHY IS VISUAL CONTENT IMPORTANT?



PERSONALIZAÇÃO DA MENSAGEM

A personalização das mensagens na comunicação digital é uma das grandes vantagens em relação à comunicação tradicional, permitindo relações mais significativas e eficazes com a audiência. :

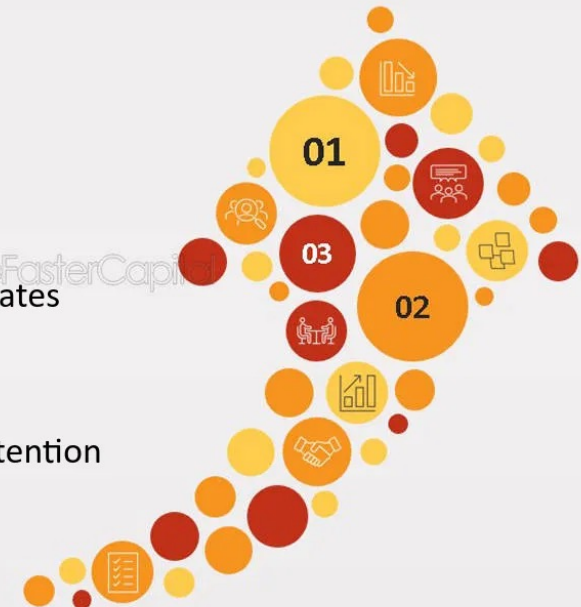
Mensagens Personalizadas: A partir da segmentação, é viável criar mensagens personalizadas e relevantes para cada grupo.

Geolocalização: Personalizar geograficamente.

Vantagens: Melhoria da experiência, retenção de audiência, lealdade.

Understanding the Importance of Personalization

- 01 | Enhanced Customer Engagement
- 02 | Increased Conversion Rates
- 03 | Improved Customer Retention



FEEDBACK E INTERATIVIDADE

O feedback instantâneo e a interatividade são componentes cruciais na comunicação digital para construir relacionamentos

Resposta Rápida e Eficiente: Responder rapidamente às perguntas, comentários ou preocupações dos utilizadores.

Engajamento e Diálogo Constantes: Diálogo constante entre a instituição e o público. Confiança.

Co-criação e melhoria: Envolver as pessoas no processo de criação, permitindo feedback direto sobre produtos ou serviços.

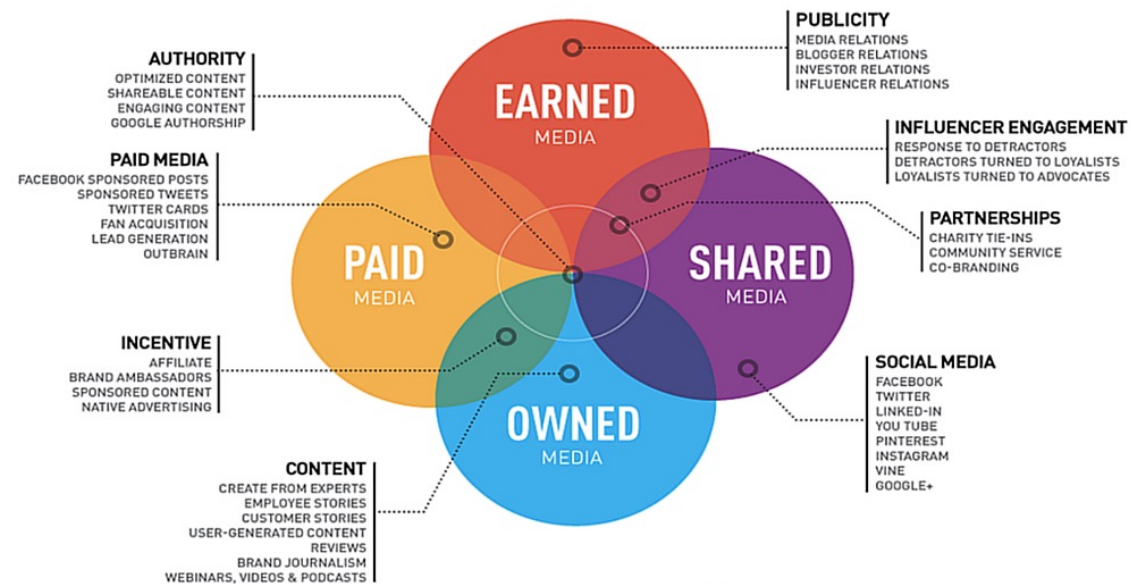


MONITORIZAÇÃO E MÉTRICAS

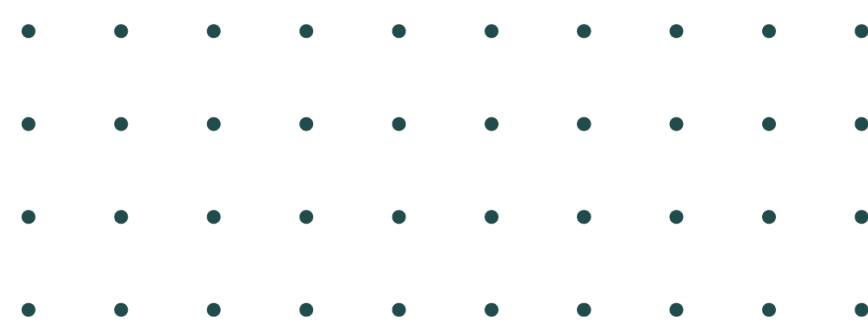
A monitorização de métricas (KPIs) na comunicação digital é essencial para avaliar o desempenho das estratégias implementadas.

Avaliação do Impacto: Métricas como engajamento (likes, comentários, shares) permitem medir de que forma o público interage com o conteúdo.

Eficácia das Estratégias: A monitorização de métricas permite avaliar quais as estratégias estão a funcionar melhor e quais precisam de ajustes.



MONITORIZAÇÃO E MÉTRICAS



Alcance e Visibilidade: Métricas de alcance indicam quantas pessoas viram o conteúdo. Isso é fundamental para entender a eficácia das campanhas e atingir o público alvo.

Identificação de Tendências: O acompanhamento contínuo das métricas ajuda a identificar tendências de comportamento do público ao longo do tempo. Isso permite ajustes proativos para adaptação a mudanças e novas necessidades.

Melhoria Contínua: Utilizar métricas como ferramenta de aprendizagem contínua ajuda na melhoria das estratégias, afinando-as ao longo do tempo com base no que realmente funciona.



SEGMENTAÇÃO DE PÚBLICO E AUDIÊNCIA

A segmentação de público é uma das grandes vantagens da comunicação digital

Dados Demográficos Detalhados: Dados demográficos, como idade, género, localização geográfica, estado civil, nível de escolaridade.

Histórico : Interesses, histórico de navegação, compras , interações em redes sociais, entre outros.

Direcionamento Geográfico: Atingir audiência em áreas específicas ou usar mensagens diferentes para diferentes regiões.

Testes e Otimização Contínua: Testes A/B, otimizar continuamente as estratégias de segmentação.



6 Types of Audience Segmentation



Demographic

- Age
- Gender
- Income
- Education level
- Ethnicity



Geographic

- City
- Region
- Country
- Climate
- Size



Psychographic

- Values
- Attitudes
- Interests
- Lifestyle
- Social norms



Behavioral

- Habits
- Purchase history
- Buyer's journey
- Website visits
- Social media



Firmographic

- Industry
- Size
- Location
- Number of employees



Technographic

- Device type
- Software usage
- CRM
- Online service subscriptions

TENDÊNCIAS E INOVAÇÕES

As tendências na comunicação digital evoluem constantemente.

Realidade Aumentada (RA) e Realidade Virtual (RV)

Áudio como Formato de Conteúdo

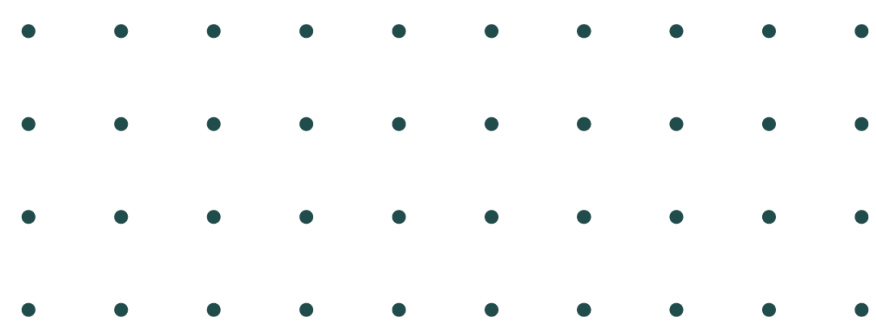
Conteúdo Interativo

E-commerce ao Vivo

Sustentabilidade e Responsabilidade Social



FERRAMENTAS POR NÍVEL



INICIAL

- Gmail
- Instagram
- Facebook
- Meet
- Whatsapp

INTERMÉDIO

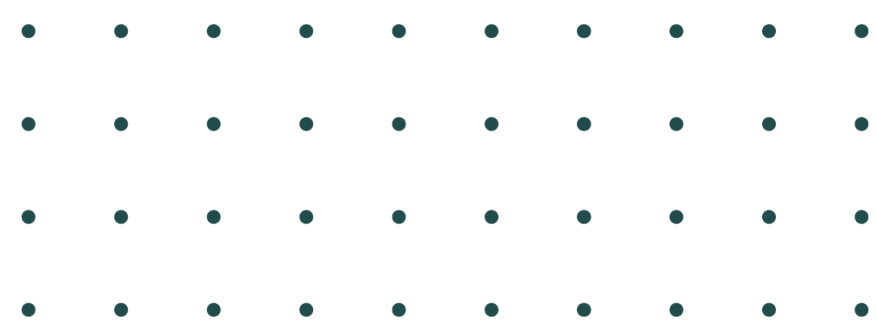
- Wordpress
- Analytics
- Calendar
- Google Sheets
- Google Ads/
Keyword planner
- Mailchimp
- Google
Shopping/ Etsy

AVANÇADO

- Market Finder
- Adsense
- Drive
- Trends
- Business Profile
- Mailchimp



SESSÕES LIVE DISPONÍVEIS



Como rentabilizar um negócio digital – O $B+A=BA$

Ter ou não ter site?

Como criar uma loja online?

Redes sociais – Estratégia e Conteúdos

Mail marketing

Publicidade online

O que é o crowdfunding e como usar



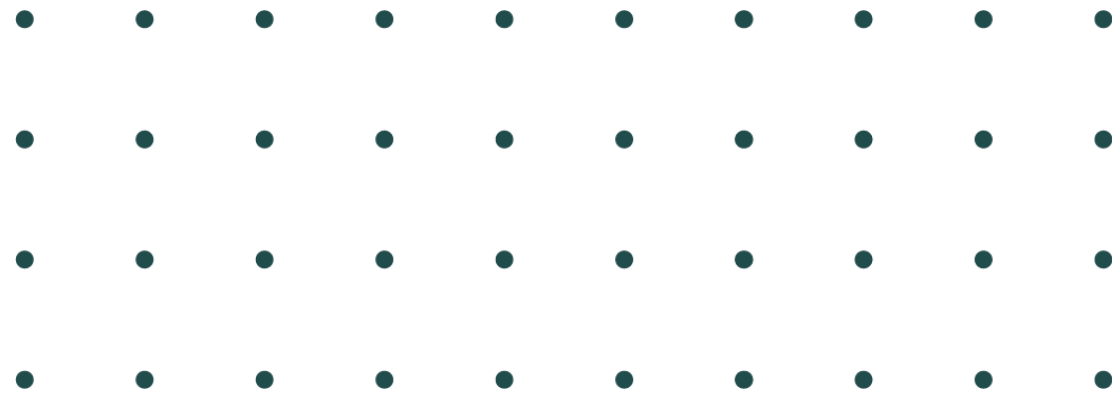
Q&A

Ainda há perguntas?

Dúvidas, questões, hesitações:

jonas@rampadigital.pt





OBRIGADA

Uma iniciativa



Com o apoio

