

GESTÃO DE  
CONTEÚDOS

IDEIA DE

NE

GÓ

C.

10

## CONCEITO E CONTEXTO

As empresas vêm-se hoje com a necessidade de dar uma atenção especial e ter uma presença nas redes sociais como forma de estar próximo dos clientes e dos mercados-alvo. Cada vez mais, as redes sociais (e outras plataformas similares) vão-se multiplicando – basta verificar que em menos de duas décadas se desenvolveram imensas como Hi5, Facebook, Orkut, Instagram, LinkedIn, Twitter, Google+, Pinterest, Youtube, Vimeo, Snapchat, WhatsApp,... - e a moda plataforma “da moda” vai-se alterando frequentemente e inclusivamente as plataformas alteram-se a um ritmo alucinante para tentar captar de novo a atenção dos utilizadores.

Mas não chega ter uma presença nas redes sociais ela tem que estar em constante atualização e dinamização com resposta rápida às questões e comentários dos clientes/*followers* (potenciais *Leads*). Tal consome muito tempo às organizações e para as quais muitas não encontram retorno se afetarem um colaborador a tempo inteiro. Por outro lado, se não existe um colaborador para estas funções a empresa não aproveita as potencialidades do *marketing* digital e rapidamente se esgota a atenção do “*follower*” por falta de atualização constante.

Com todas estas variáveis, a grande parte das empresas não têm capacidade para uma correta gestão nem têm muita oferta de apoios, pois se não têm departamentos de publicidade e relações públicas e/ou *marketing* digital, se não afetam um colaborador à tarefa, então também não são as empresas especializadas em comunicação digital que são a ponte de salvação pois estas preferem dedicar-se a tarefas com maior valor potencial onde libertam a criatividade dos seus quadros, nomeadamente na conceção e realização das campanhas de *marketing* e não em tarefas rotineiras de gestão diária, pois o valor acrescentado é menor e não rentabiliza os quadros criativos afetos à empresa.

Assim, a introdução de um modelo de negócio de “gestão de conteúdos como um serviço” de uma empresa especializada neste campo, permite às empresas clientes usufruírem de capacidade de gestão de diversas plataformas e estar a criar conteúdos constantemente, mantendo as suas presenças atualizadas. Assim o utilizador “*follower*” irá manter-se em contacto com a empresa, gerando a que mais *leads* se tornem em clientes, bem como a que mais clientes se tornem “embaixadores da marca”. A empresa cliente, beneficia de uma redução de custos com o marketing digital, obtendo maior retorno, uma vez que deixa o grosso do trabalho para quem tem competências para tal, tomando apenas as decisões perante o que colocar *online* ou não segundo análises e relatórios providenciados. Estes relatórios terão a análise dos respetivos perfis (*analytics*) para saber o que cada cliente mais valoriza e deixa as empresas focar-se no que é realmente pretendido pelos clientes e está no seu *core business*, isto é, na sua capacidade de gerar valor.

## APOIOS E PRIORIDADES

Os domínios pela qual apresentam alinhamento face à Especialização Inteligente da RIS3 NORTE2020 são “Cultura, Criação e Moda”, “Capital Humano e Serviços Especializados” e “Capital Simbólico, Tecnologias e Serviços do Turismo”, correspondentes à área do *marketing* e das TIC.

## A OFERTA DE PRODUTOS/SERVIÇOS

- Consultoria em redes sociais e *marketing digital*;
- Gestão e dinamização da presença da empresa nas redes sociais, nomeadamente responder a comentários, observações, *likes*,

reclamações e outras formas de *feedback*.

- Gerir e analisar perfis de visitantes, seguidores e clientes;
- Gerir a atualização de conteúdos;
- Elaboração de conteúdos personalizados para as redes sociais;
- Colocar em prática planos de *marketing* e atividades das campanhas definidas, gerindo a publicidade nas redes sociais;
- Gerir informações sobre o trabalho dos concorrentes nas redes sociais;

## POTENCIAIS PARCEIROS

- *Freelancers* (*Bloggers*, escritores, fotógrafos, desenhadores e outros artistas e/ou criativos em geral);
- Empresas de publicidade e comunicação;
- Empresas de criação de conteúdo informático (realidade aumentada, realidade virtual, *design* gráfico,...)

## MERCADO ALVO

- Empresas sem departamentos específicos de marketing;
- Empresas sem presença online e/ou sem presença nas redes sociais;
- Freelancers artistas e/ou criativos que queiram manter presença online com os seus trabalhos (criando portfólios digitais), mas não queira dedicar demasiado tempo em tarefas rotineiras que limitam e prejudicam a criatividade;
- Organizações e empresas que gerem eventos, nomeadamente associações e comissões organizadoras de festivais, e outros eventos temáticos como congressos empresariais, *workshops* e seminários, entre outros;
- Partidos políticos e figuras públicas, que queiram uma presença *online* e uma dinamização constante das redes sociais numa perspetiva de manter “popularidade” e/ou dar a conhecer trabalhos e ideias em que se envolvem ou dão valor.