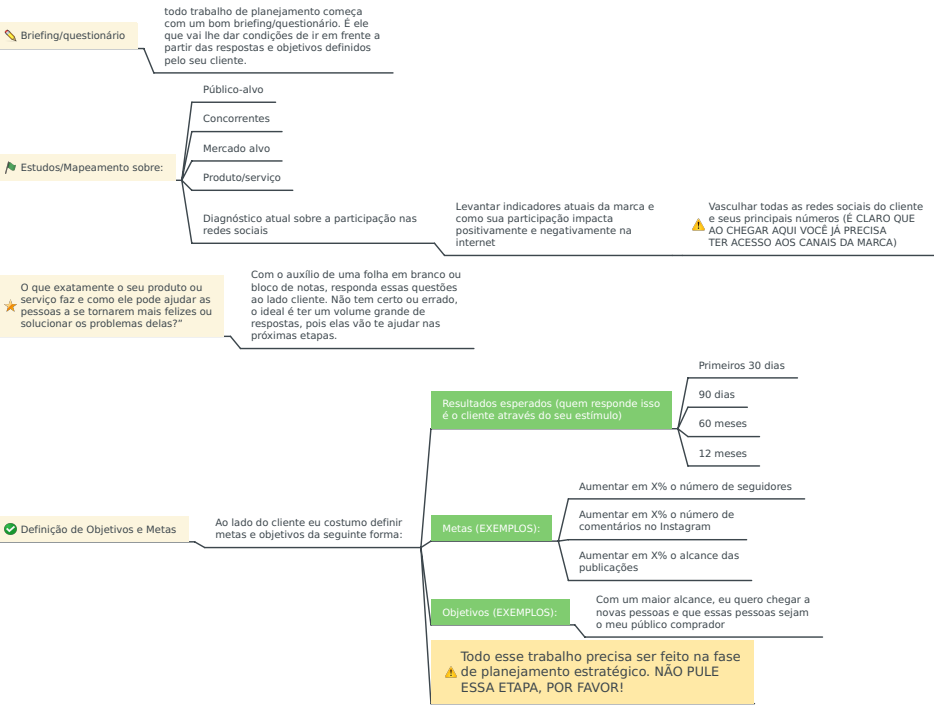


As 3 Etapas Para Criar o Melhor Planejamento de Marketing nas Mídias Sociais

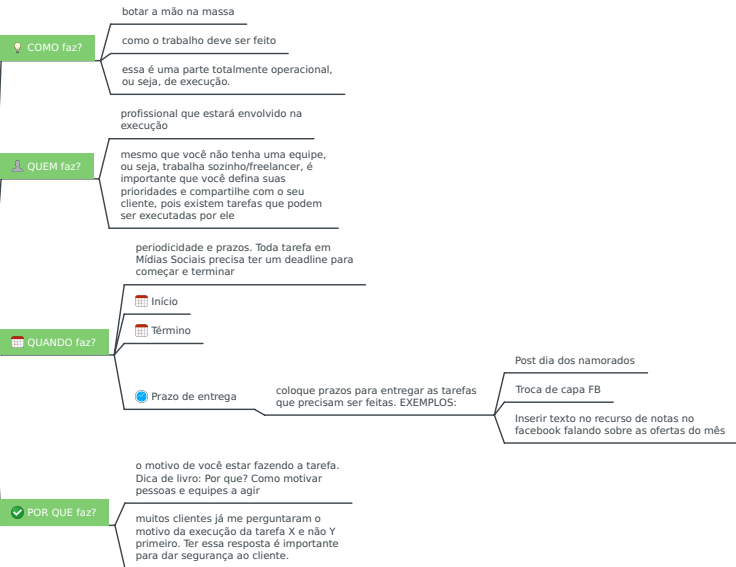
socialmediamaps.com.br

Planejamento Estratégico

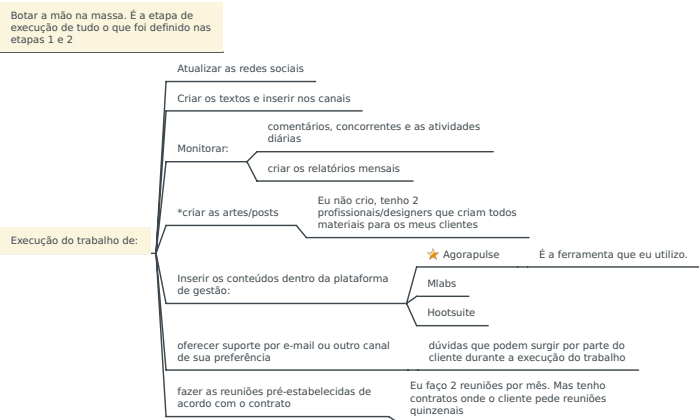


Planejamento Tático

Com as informações levantadas e diagnosticadas na primeira etapa, chegou a hora de definir uma parte de GESTÃO dentro do trabalho.



Planejamento Operacional



As 3 Etapas Para Criar o Melhor Planejamento de Marketing nas Mídias Sociais

socialmediamaps.com.br

1. Planejamento Estratégico

1.1. Briefing/questionário

1.1.1. todo trabalho de planejamento começa com um bom briefing/questionário. É ele que vai lhe dar condições de ir em frente a partir das respostas e objetivos definidos pelo seu cliente.

1.2. Estudos/Mapeamento sobre:

1.2.1. Público-alvo

1.2.2. Concorrentes

1.2.3. Mercado alvo

1.2.4. Produto/serviço

1.2.5. Diagnóstico atual sobre a participação nas redes sociais

1.2.5.1. Levantar indicadores atuais da marca e como sua participação impacta positivamente e negativamente na internet

1.2.5.1.1. Vascularizar todas as redes sociais do cliente e seus principais números (É CLARO QUE AO CHEGAR AQUI VOCÊ JÁ PRECISA TER ACESSO AOS CANAIS DA MARCA)

1.3. O que exatamente o seu produto ou serviço faz e como ele pode ajudar as pessoas a se tornarem mais felizes ou solucionar os problemas delas?”

1.3.1. Com o auxílio de uma folha em branco ou bloco de notas, responda essas questões ao lado cliente. Não tem certo ou errado, o ideal é ter um volume grande de respostas, pois elas vão te ajudar nas próximas etapas.

1.4. Definição de Objetivos e Metas

1.4.1. Ao lado do cliente eu costumo definir metas e objetivos da seguinte forma:

1.4.1.1. Resultados esperados (quem responde isso é o cliente através do seu estímulo)

1.4.1.1.1. Primeiros 30 dias

1.4.1.1.2. 90 dias

1.4.1.1.3. 60 meses

1.4.1.1.4. 12 meses

1.4.1.2. Metas (EXEMPLOS):

1.4.1.2.1. Aumentar em X% o número de seguidores

1.4.1.2.2. Aumentar em X% o número de comentários no Instagram

1.4.1.2.3. Aumentar em X% o alcance das publicações

1.4.1.3. Objetivos (EXEMPLOS):

1.4.1.3.1. Com um maior alcance, eu quero chegar a novas pessoas e que essas pessoas sejam o meu público comprador

1.4.1.4. Todo esse trabalho precisa ser feito na fase de planejamento estratégico. NÃO PULE ESSA ETAPA, POR FAVOR!

2. Planejamento Tático

2.1. Com as informações levantadas e diagnosticadas na primeira etapa, chegou a hora de definir uma parte de GESTÃO dentro do trabalho.

2.1.1. COMO faz?

2.1.1.1. botar a mão na massa

2.1.1.2. como o trabalho deve ser feito

2.1.1.3. essa é uma parte totalmente operacional, ou seja, de execução.

2.1.2. QUEM faz?

2.1.2.1. profissional que estará envolvido na execução

2.1.2.2. mesmo que você não tenha uma equipe, ou seja, trabalha sozinho/freelancer, é importante que você defina suas prioridades e compartilhe com o seu cliente, pois existem tarefas que podem ser executadas por ele

2.1.3. QUANDO faz?

2.1.3.1. periodicidade e prazos. Toda tarefa em Mídias Sociais precisa ter um deadline para começar e terminar

2.1.3.2. Início

2.1.3.3. Término

2.1.3.4. Prazo de entrega

2.1.3.4.1. coloque prazos para entregar as tarefas que precisam ser feitas. EXEMPLOS:

2.1.4. POR QUE faz?

2.1.4.1. o motivo de você estar fazendo a tarefa. Dica de livro: Por que? Como motivar pessoas e equipes a agir

2.1.4.2. muitos clientes já me perguntaram o motivo da execução da tarefa X e não Y primeiro. Ter essa resposta é importante para dar segurança ao cliente.

3. Planejamento Operacional

3.1. Botar a mão na massa. É a etapa de execução de tudo o que foi definido nas etapas 1 e 2

3.2. Execução do trabalho de:

3.2.1. Atualizar as redes sociais

3.2.2. Criar os textos e inserir nos canais

3.2.3. Monitorar:

3.2.3.1. comentários, concorrentes e as atividades diárias

3.2.3.2. criar os relatórios mensais

3.2.4. *criar as artes/posts

3.2.4.1. Eu não crio, tenho 2 profissionais/designers que criam todos materiais para os meus clientes

3.2.5. Inserir os conteúdos dentro da plataforma de gestão:

3.2.5.1. Agorapulse

3.2.5.1.1. É a ferramenta que eu utilizo.

3.2.5.2. Mlabs

3.2.5.3. Hootsuite

3.2.6. oferecer suporte por e-mail ou outro canal de sua preferência

3.2.6.1. dúvidas que podem surgir por parte do cliente durante a execução do trabalho

3.2.7. fazer as reuniões pré-estabelecidas de acordo com o contrato

3.2.7.1. Eu faço 2 reuniões por mês. Mas tenho contratos onde o cliente pede reuniões quinzenais