

Escrita de conteúdos para redes sociais

Outubro 2024

CONTEXTUALIZAÇÃO GERAL

FORMADOR	<p>Natacha Cristina Marufo Ribeiro</p> <p>Há 3 anos que partilho formalmente os meus conhecimentos e a minha experiência através da formação em áreas relacionadas com aquelas que trabalho há mais de 10 anos – Marketing Digital e Copywriting, maioritariamente em contexto de agências criativas e empresas tecnológicas. Da escrita criativa, à otimização de tempo e produtividade no trabalho, ou ainda à utilização de ferramentas de IA para diversos fins, são vários os temas das minhas formações online ou presenciais.</p>
LOCAL	Presencial - Cidade das Profissões Cascais
CALENDARIZAÇÃO	08, 10 e 11 de outubro 14H-17H
DESTINATÁRIOS	Municípios de Cascais
CARGA HORÁRIA	9 Horas
OBJETIVOS GERAIS	<ol style="list-style-type: none">1. Capacitar os formandos com técnicas e conhecimentos essenciais para a criação de conteúdos eficazes e adequados às diversas plataformas de redes sociais.2. Desenvolver competências de escrita criativa, adaptada aos diferentes públicos-alvo e aos objetivos das marcas/entidades.3. Aumentar a compreensão sobre as boas práticas na gestão de conteúdo para gerar maior envolvimento, interação e alcance.
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	<ol style="list-style-type: none">1. Identificar as características e necessidades de cada rede social2. Dominar diferentes estilos de escrita (informativo, persuasivo, criativo) conforme o objetivo da publicação (informar, entreter, vender).3. Desenvolver um calendário editorial eficiente para planear e gerir a criação de conteúdo.4. Analisar métricas e resultados para ajustar e otimizar estratégias de conteúdo
CONTEÚDOS	<p>Introdução às Redes Sociais:</p> <ul style="list-style-type: none">• Evolução das redes sociais e impacto da presença digital: A importância das redes sociais para negócios, marcas e organizações. Casos de sucesso• Tendências atuais: Quais são as redes sociais em ascensão e em declínio? <p>Escrita para Redes Sociais:</p> <ul style="list-style-type: none">• Especificidades de cada Plataforma

	<ul style="list-style-type: none">• Diferenças no tom e estilo: O tom formal ou informal, de acordo com a rede e o público-alvo. Perceber como a mensagem é adaptada para diferentes redes.• Hashtags, Emojis e Padrões Visuais: Como integrar estes elementos de forma eficaz sem perder a autenticidade. <p>Storytelling Digital:</p> <ul style="list-style-type: none">• Construção de narrativas curtas: O desafio de contar histórias em posts de 280 caracteres (ex: Twitter) ou em vídeos de 15 segundos (ex: Instagram Stories e TikTok).• Storytelling interativo: Como usar ferramentas de interação (sondagens, quizzes, perguntas) para envolver a audiência <p>Call to Action (CTA) – Criação e Estratégia:</p> <ul style="list-style-type: none">• O que é um CTA? Definição e importância. Tipos de CTA (informativo, de venda, de interação).• Escrita de CTAs eficazes: Como criar frases curtas e diretas que incentivam ações. + Onde posicionar o CTA <p>Planeamento e Gestão de Conteúdos:</p> <ul style="list-style-type: none">• Definição de persona: Como criar personas de público-alvo para personalizar o conteúdo.• Criação de um calendário editorial: Como planear conteúdos com antecedência. Ferramentas de gestão + Ferramentas de agendamento• Criação de Conteúdos Visuais: Integração de elementos visuais (imagens, vídeos, infográficos) com o conteúdo textual para reforçar a mensagem. <p>Métricas e Análise de Resultados:</p> <ul style="list-style-type: none">• Compreensão das principais métricas:<ul style="list-style-type: none">○ Alcance: Como medir quantas pessoas estão a ser impactadas pelo conteúdo.○ Engagement: Comentários, partilhas, likes e interações.○ Conversão: Quando a interação se transforma em uma ação concreta (ex: cliques em links, subscrições, vendas).• Relatórios de desempenho: Como criar relatórios semanais/mensais de desempenho para monitorizar a eficácia da estratégia e definir novos objetivos.
METODOLOGIAS	<ul style="list-style-type: none">- Exposição Teórica: Apresentação dos conceitos principais através de slides, exemplos reais e estudos de caso.- Exercícios Práticos: Criação de posts e campanhas fictícias- Dinâmicas de Grupo: Discussão em grupo sobre tendências e desafios na criação de conteúdos.- Estudo de Casos Reais: Análise de casos de sucesso e insucesso em diferentes redes sociais.- Feedback: Avaliação dos exercícios práticos com feedback individual e coletivo.