

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE MINAS GERAIS
SISTEMAS DE INFORMAÇÃO
PROJETO DE CONCLUSÃO

**ANÁLISE E DESENVOLVIMENTO DE ESTRATÉGIAS PARA
OTIMIZAÇÃO DE ALCANCE E ENGAJAMENTO**

Andre Alves Leocadio
Izabele Ribeiro Lima de Oliveira
Lucas Brito de Paula
Renato Donizeti da Silva Junior
Ricky Ramos de Oliveira
Sânzio de Oliveira Carmo

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO

[1.1 Apresentação da Empresa do Projeto](#)

[1.2 Empresa do Projeto](#)

[1.3 Análise de Mercado](#)

[1.3.1 Matriz SWOT](#)

[1.3.1.1 Forças \(Strengths\)](#)

[1.3.1.2 Fraquezas \(Weaknesses\)](#)

[1.3.1.3 Oportunidades \(Opportunities\)](#)

[1.3.1.4 Ameaças \(Threats\)](#)

[1.4 Análise de Processos e Sistemas](#)

2 DESENVOLVIMENTO

[2.1 Estratégias de Otimização e Engajamento](#)

[2.2 Plano de Ação e Implementação](#)

3 CONCLUSÃO

4 REFERÊNCIAS

1.1 Introdução

No cenário contemporâneo das mídias sociais, a presença digital se tornou crucial para a disseminação de conteúdos especializados e a interação com públicos segmentados. Este projeto se propõe a analisar e desenvolver estratégias para otimizar o alcance e o engajamento das páginas de mídia social associadas ao perfil "Carssifier". Especializada na divulgação de conteúdos automobilísticos variados, a página não apenas informa, mas também entretém entusiastas apaixonados por automóveis.

Com um público-alvo bem definido e um alcance significativo dentro de seu nicho, exploraremos como dados podem ser utilizados para compreender melhor os padrões de engajamento e, conseqüentemente, implementar processos automatizados e tecnologias inovadoras que ampliem esse alcance. Além disso, pretendemos explorar oportunidades para melhorar a interação com a audiência, fortalecendo os canais de receita por meio de abordagens que ainda são pouco exploradas neste contexto específico.

Ao longo deste projeto, será explorada a aplicação de análise de dados e soluções tecnológicas voltadas para a otimização de conteúdo e a maximização do potencial de engajamento da página "Carssifier" e suas mídias sociais associadas.

1.2 Empresa do Projeto

A empresa selecionada para este projeto corresponde a um conjunto de páginas de mídia social vinculadas ao perfil "Carssifier", voltado para a produção e divulgação de conteúdos informativos sobre automóveis. Formalmente registrada como Microempreendedor Individual (MEI) sob o CNPJ 32.503.890/0001-40, a empresa está sediada na cidade de Itupeva, São Paulo. Sua fundação ocorreu em 21 de janeiro de 2019, sob a titularidade de Renato Donizeti da Silva Junior. Inicialmente, a proposta da empresa estava direcionada ao desenvolvimento de portais voltados para o setor imobiliário. No entanto, seu fundador sempre teve o objetivo de atuar no desenvolvimento de aplicações baseadas no modelo Software as a Service (SaaS), estratégia que exigia a construção prévia de uma base de público engajado.

Dessa forma, visando consolidar uma audiência qualificada, Renato Junior iniciou, em janeiro de 2024, um novo projeto: a criação de uma página no Instagram voltada à produção e compartilhamento de conteúdos automobilísticos. A página se estabeleceu rapidamente dentro do nicho de entusiastas de automóveis, oferecendo informações técnicas, curiosidades e conteúdos de entretenimento. Até o momento, a gestão e produção de conteúdo são realizadas de forma independente e manualmente pelo próprio fundador, que, por meio de estratégias orgânicas de

engajamento, conseguiu expandir significativamente o alcance de suas redes sociais.

A proposta de análise e desenvolvimento deste projeto visa aprimorar os processos da empresa, permitindo a automação de certas atividades e o uso de tecnologias para potencializar o crescimento e a interação com o público. Além disso, a pesquisa pretende explorar novas formas de monetização, alinhadas ao objetivo inicial da empresa de oferecer produtos e serviços digitais para um público já consolidado.

1.3 Análise de Mercado

O mercado de criação de conteúdo digital está em constante crescimento e transformação, impulsionado pelo avanço das tecnologias de comunicação e pela democratização do acesso às redes sociais. Dentro desse contexto, o nicho automobilístico se destaca como um segmento altamente competitivo, onde a qualidade e a inovação nos formatos de conteúdo são essenciais para garantir engajamento e fidelização do público.

A popularização das plataformas digitais, como Instagram, TikTok e YouTube, facilitou a disseminação de informações sobre o setor automotivo, permitindo que criadores independentes alcançassem audiências expressivas sem depender de grandes veículos de mídia. No entanto, essa acessibilidade também elevou o nível de concorrência, exigindo estratégias bem estruturadas para diferenciação e crescimento.

O público interessado em conteúdos sobre automóveis é amplo e diversificado, podendo ser segmentado em diferentes perfis:

- **Entusiastas e colecionadores** – Buscam conteúdos aprofundados sobre modelos clássicos, esportivos e de luxo, além de informações técnicas detalhadas.
- **Consumidores casuais** – Procuram informações sobre novos modelos, tecnologias e avaliações para embasar decisões de compra.
- **Aficionados por mecânica e desempenho** – Interessam-se por análises técnicas, modificações de veículos e comparações de desempenho.
- **Sustentabilidade e inovação** – Engajados na transição para veículos elétricos e novas tecnologias automotivas.

Essa segmentação influencia diretamente as estratégias de produção de conteúdo e o formato das postagens, determinando a melhor abordagem para cada grupo e possibilitando uma comunicação mais direcionada.

Criadores de Conteúdo similares:

- @soueunocarro - Carlos Borelli / Sou Eu No Carro
- @eletricarbr - Mateus Afonso / EletricarBR
- @manualdodanilo - Manual do Danilo
- @carrodereview - Carro de Review
- @proflucastorres - Carro Chefe / Lucas Torres
- @falandodecarro - Falando de Carro
- @uolcarros - UOL Carros

A página **Falando de Carro** possui um formato de postagem semelhante ao **Carssifier**, especialmente na dinâmica onde os seguidores devem adivinhar o modelo do carro com base apenas em imagens do interior. Esse tipo de conteúdo gera engajamento e interação, tornando-a uma concorrente direta. Por outro lado, a página **UOL Carros** se destaca por sua abordagem voltada para notícias do setor, com um viés positivo em relação a veículos elétricos. Embora seja um concorrente em termos de alcance no mercado automotivo, seu

público-alvo pode diferir significativamente do **Carssifier**, que foca em um perfil mais tradicional de entusiastas de automóveis.

Embora existam diversos concorrentes no nicho automotivo, cada criador de conteúdo se diferencia por abordagens específicas, formatos e estilos editoriais. Pequenas variações no tipo de postagem, na forma de interação com o público e no posicionamento em relação a determinados temas podem impactar diretamente o perfil da audiência alcançada.

Redes Sociais Carssifier e principais métricas:

- Instagram: <https://www.instagram.com/carssifier/>
 - Visualizações
 - Alcance
 - Interações
 - Seguidores
 - Clique em links
 - Visitas ao Perfil
 - Localização dos Seguidores
- Youtube: <https://www.youtube.com/@Carssifier>
 - Shorts
 - Visualizações
 - Marcações “Gostei”
 - Inscritos
 - Mostrados no Feed
 - Vídeos
 - Impressões
 - Visualizações
 - Taxas de Clique
 - Duração média de visualização
- TikTok: <https://www.tiktok.com/@carssifier>
 - Visualização de Vídeo
 - Visualização de Perfil
 - Curtidas
 - Comentários
 - Compartilhamentos
 - Número de espectadores
 - Seguidores
 - Localização dos Seguidores
- Spotify: [Tutu - Notícias Automotivas | Podcast on Spotify](#)
 - Streamings
 - Tempo de Consumo
 - Seguidores
- Amazon Music: [Podcast Tutu - Notícias Automotivas | Ouça no Amazon Music](#)
 - Inícios
 - Reproduções
 - Ouvintes
 - Seguidores
- YT Music: [YouTube Music](#)

- Apple Podcasts: [Tutu - Notícias Automotivas Podcast - Apple Podcasts](#)

Formas de monetização:

- Link afiliado
- Venda de espaços publicitários
- Venda de Produtos e Serviços

1.3.1 SWOT

Forças (Strengths)

- **Alcance no nicho:** A página já possui um público fiel e engajado no setor automobilístico.
- **Conteúdo de qualidade:** Publicações bem elaboradas e relevantes para o público-alvo.
- **Gestão independente:** O criador tem controle total sobre o conteúdo e a estratégia da página.
- **Possibilidade de monetização:** A página pode ser utilizada para publicidade e parcerias comerciais.

Fraquezas (Weaknesses)

- **Dependência de um único gestor:** Toda a operação depende apenas do proprietário, o que limita a escala do projeto.
- **Ausência de automação:** Postagens manuais podem reduzir a eficiência e a frequência do conteúdo.
- **Falta de um website:** A ausência de uma plataforma própria reduz as possibilidades de retenção e conversão de usuários.
- **Dependência das redes sociais:** As regras e algoritmos das plataformas podem impactar negativamente o alcance orgânico.

Oportunidades (Opportunities)

- **Criação de website:** A página pode evoluir para um portal próprio, melhorando a retenção do público e expandindo oportunidades de monetização.
- **Análise de dados e automação:** Utilização de ferramentas para entender melhor o público e otimizar a produção de conteúdo.
- **Parcerias estratégicas:** Possibilidade de colaboração com marcas e influenciadores do setor automobilístico.
- **Expansão para outras mídias:** Exploração de plataformas de redes sociais para diversificar o conteúdo.

Ameaças (Threats)

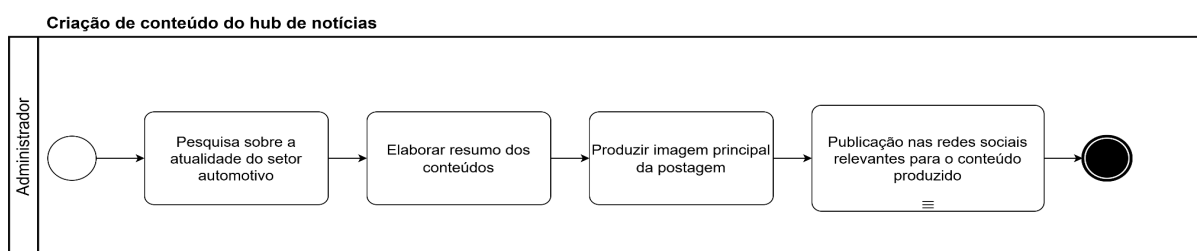
- **Mudanças em algoritmos:** Atualizações das redes sociais podem impactar o alcance das postagens.
- **Concorrência intensa:** Outras páginas e criadores de conteúdo no mesmo nicho podem dificultar o crescimento.
- **Dificuldade em monetização:** O retorno financeiro pode ser incerto se a estratégia de monetização não for bem estruturada.
- **Fadiga do público:** O desinteresse do público pode reduzir o engajamento e o crescimento da página.

1.4 Análise de Processos e Sistemas

A produção de conteúdo para o **Carssifier** envolve uma série de processos bem estruturados, desde a pesquisa e curadoria de informações até a edição e publicação nas redes sociais. Cada etapa do fluxo de trabalho é essencial para garantir a qualidade e a consistência do material disponibilizado ao público.

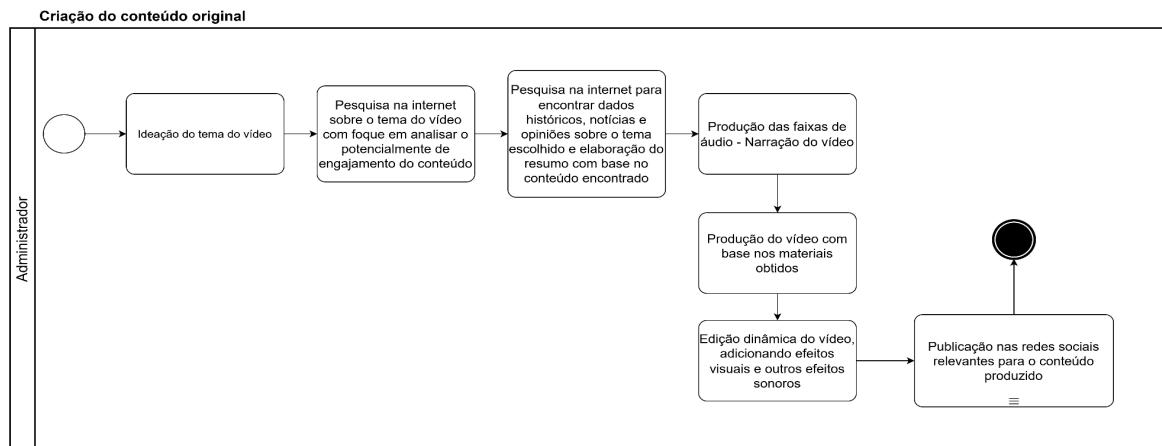
Apesar de as plataformas sociais fornecerem uma variedade de métricas, como alcance, engajamento e tempo de visualização, esses dados não são analisados de forma estruturada. Isso significa que não há um acompanhamento contínuo do desempenho das postagens para identificar padrões, preferências do público ou oportunidades de otimização. A ausência dessa análise pode limitar o crescimento da página, pois impede ajustes estratégicos baseados em dados concretos, como a adaptação de formatos, horários de postagem e tipos de conteúdo que geram maior interação.

Criação de conteúdo do hub de notícias



1. Pesquisa em jornais e redes sociais do que se tem se falado sobre o setor automobilístico;
2. Elaboração de resumo dos conteúdos;
3. Construção de imagem principal e descrição da postagem;
4. Publicação na rede social.

Criação do Conteúdo Original



1. Ideação do tema do vídeo;
2. Pesquisa na internet sobre o tema do vídeo com foque em analisar o potencialmente de engajamento do conteúdo;
3. Pesquisa na internet para encontrar dados históricos, notícias e opiniões sobre o tema escolhido e elaboração do resumo com base no conteúdo encontrado;
4. Produção das faixas de áudio - Narração do vídeo;
5. Produção do vídeo com base nos materiais obtidos;
6. Edição dinâmica do vídeo, adicionando efeitos visuais e outros efeitos sonoros;
7. Publicação na rede social.

Estrutura tecnológica

- Redes Sociais;
- Capcut;
- Elevenlabs;
- Google Docs;
- Internet e Computador;
- Domínio carssifier.com - Não utilizado no momento;
- VPS no Google Cloud Private (GCP) - Não utilizado no momento.

2.REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. NBR 6023:2018: Informação e documentação - Referências - Elaboração. Rio de Janeiro, 2018.

BRASIL. Lei Complementar nº 128, de 19 de dezembro de 2008. Altera a Lei Complementar nº 123, de 14 de dezembro de 2006, e institui o Microempreendedor Individual (MEI). Disponível em: <https://www.planalto.gov.br>. Acesso em: 1 mar. 2025.

SILVA JUNIOR, Renato Donizeti da. Perfil Carssifier no Instagram. Disponível em: <https://www.instagram.com/carssifier>. Acesso em: 1 mar. 2025.

UOL CARROS. Perfil no Instagram. Disponível em: <https://www.instagram.com/uolcarros>. Acesso em: 1 mar. 2025.

FALANDO DE CARRO. Perfil no Instagram. Disponível em: <https://www.instagram.com/falandodecarro>. Acesso em: 1 mar. 2025.

YOUTUBE. Canal Carssifier. Disponível em: <https://www.youtube.com/@Carssifier>. Acesso em: 1 mar. 2025.

TIKTOK. Perfil Carssifier. Disponível em: <https://www.tiktok.com/@carssifier>. Acesso em: 1 mar. 2025.

SPOTIFY. Podcast Tutu - Notícias Automotivas. Disponível em: <https://open.spotify.com>. Acesso em: 1 mar. 2025.

AMAZON MUSIC. Podcast Tutu - Notícias Automotivas. Disponível em: <https://music.amazon.com>. Acesso em: 1 mar. 2025.

APPLE PODCASTS. Tutu - Notícias Automotivas Podcast. Disponível em: <https://podcasts.apple.com>. Acesso em: 1 mar. 2025.

CAPCUT. Plataforma de edição de vídeo. Disponível em: <https://www.capcut.com>. Acesso em: 1 mar. 2025.

ELEVENLABS. Ferramenta de geração de áudio por IA. Disponível em: <https://elevenlabs.io>. Acesso em: 1 mar. 2025.

GOOGLE DOCS. Plataforma de criação e edição de documentos. Disponível em: <https://docs.google.com>. Acesso em: 1 mar. 2025.

GOOGLE CLOUD PLATFORM. Serviço de computação em nuvem. Disponível em: <https://cloud.google.com>. Acesso em: 1 mar. 2025.

REFERÊNCIAS

- **Normas ABNT para apresentação de trabalhos científicos.** Wikimedia. Disponível em:
<http://pt.wikipedia.org/wiki/Normas_ABNT_para_apresentação_de_trabalhos_científicos>. Acesso em 04 de abr. de 2012.
- **Regras e Normas da ABNT 2012 para formatação de trabalhos acadêmicos.** Trabalhos ABNT. Disponível em:
<<http://www.trabalhosabnt.com/regras-normas-abnt-formatacao>>. Acesso em 04 de abr. de 2012.
- **Trabalhos acadêmicos: Normas da ABNT.** Firb. Disponível em:
<<http://www.firb.br/abntmonograf.htm>>. Acesso em 04 de abr. de 2012.