
MARCA PESSOAL - introdução

Apresentação

Sônia Zardenunes

Publicitária

Antropóloga

Professora

Empreendedora

Marca Pessoal

Marca Pessoal ou *Personal Branding* tem a ver com as COMPETÊNCIAS e CAPACIDADES do indivíduo, mas também e, principalmente, com entendimento e apropriação da sua IDENTIDADE e AUTENTICIDADE.



CONTEXTO

INDIVIDUALISMO



FIM DAS INSTITUIÇÕES TRADICIONAIS



SOCIEDADE DE RISCO



PROTAGONISMO/AGÊNCIA



CONSTRANGIMENTOS SOCIAIS



TAREFA

Exercício de auto conhecimento: em um papel dividido ao meio o aluno definirá na parte de cima os seus desafios – no que ele precisa melhorar para se tornar mais competitivo no mercado; na parte de baixo da folha escreverá suas forças – aquilo que está satisfeito consigo mesmo e que poderá ser percebido pelas outras pessoas como seus pontos fortes. A partir desse exercício deve fazer uma reflexão e estabelecer metas de como otimizar as forças e trabalhar suas fraquezas.

MARCA PESSOAL – um mundo de realidades construídas pelas percepções

Nesse módulo vamos avaliar criticamente o mundo que nos rodeia, como percebemos e como nos percebem nesse cenário, a fim de entender como se dá a construção da imagem.

ESTEREÓTIPO

Imagens pré-concebidas sobre pessoas, atitudes, comportamentos e também sobre as coisas que nos rodeiam. Os estereótipos são construídos culturalmente.

.









Vivemos sob os domínios
dos SIGNOS e
SIGNIFICADOS. E ainda
atuamos de acordo com o
que conhecemos:
ESTEREÓTIPOS.

Os pressupostos, ou estereótipos conferem sentido e percepção sobre as pessoas. Assim inicia-se a construção da IDENTIDADE.

Identidade: percepção
gerada pelo conjunto de
sinais

O que fala

Como fala

Onde fala

Com quem fala

Postura, atitudes, reações

O que escreve

Como se relaciona

Estilo de vida, modo de vestir

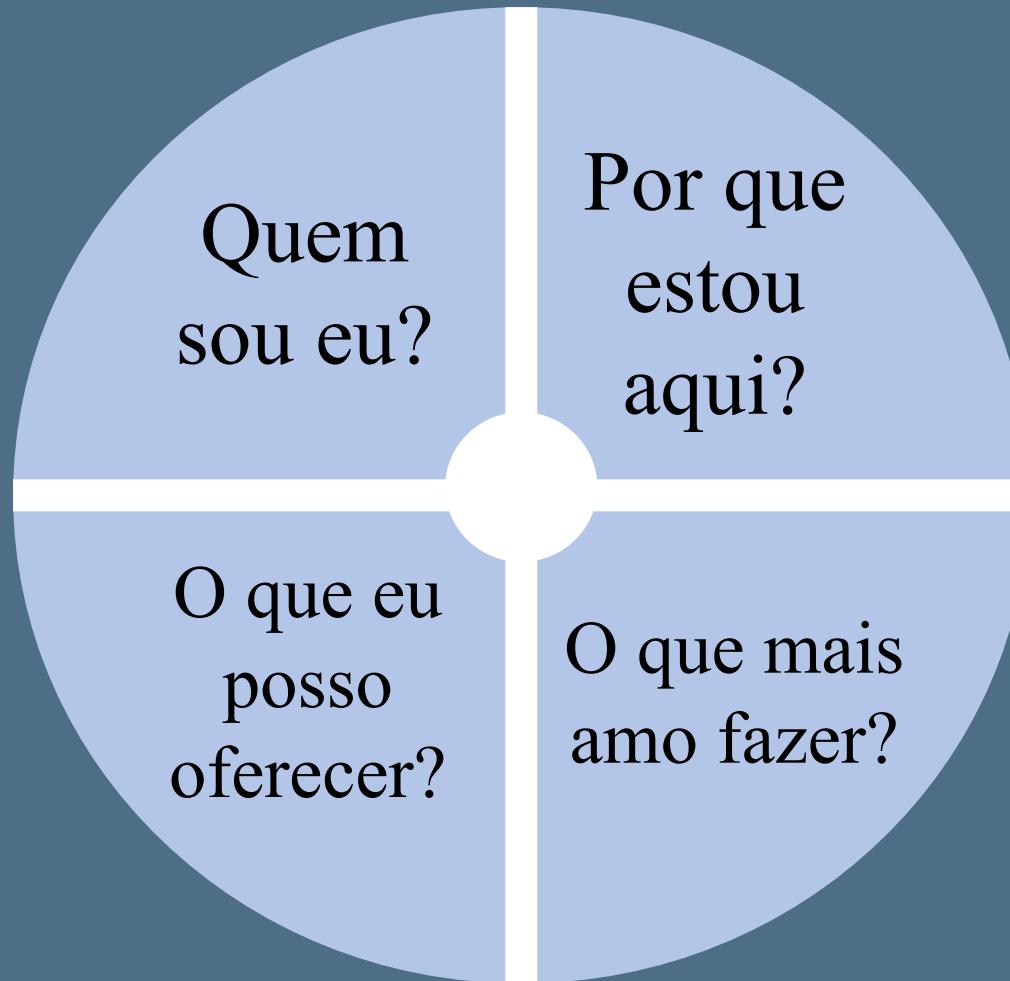
Como se comunica na rede

Marca Pessoal – quem sou eu e em quais papéis sou protagonista

O objetivo desse módulo é entender, de forma objetiva e verdadeira consigo mesmo, quais são as capacidades próprias e de que forma elas precisam ser evidenciadas para que todos as assimilem.

Qual é a minha marca?

ESTRUTURA DA MARCA PESSOAL



Como eu quero ser percebido?

O que eu quero que os outros lembrem sobre mim?

Quais são minhas forças?

E considerando percepções externas:

Como meus pares me descreveriam?

O que meus superiores diriam sobre meu trabalho?

O meu currículo está sendo verdadeiro com os fundamentos de quem sou eu?

Profundidade X Superficialidade

Quantas pessoas realmente
interessantes você
conhece? Como elas são?

Marcas fortes são
personalidades fortes.
Como você demonstra a
sua?

Como é a sua
comunicação e
interação com
outras pessoas?



Por que eu seria
importante para alguém?
Importante para quem?

Um público a ser
conquistado. Qual é o seu
público?

Para quem eu sou
importante e através de
quais valores?

Tarefa

Solicitar a quatro pessoas que o conheçam que respondam quais são as suas três características (profissionais) mais relevantes e quais suas fraquezas nesse mesmo contexto. Busque pessoas que possam ser muito verdadeiras com as informações. E deixe aberto para caso a pessoa queira fazer outras contribuições.

Marca Pessoal – Janela de Johari

O objetivo desse módulo é confrontar o indivíduo imaginado com o indivíduo percebido pelos outros. Enfrentar o desafio do autoconhecimento.

Conhecimento de si e as percepções dos outros sobre você

FORÇAS

FRAQUEZAS

EXPLORAR

MELHORAR

CONJUNTO DE HABILIDADES

Suas habilidades precisam ser comunicadas. Todos devem saber no que você é bom. Isso precisa estar claro para o mundo.

Sobre o
contexto – o
ambiente
que nos
envolve



Aparência

Cuidado com as crenças pessoais

Vista-se de acordo com os ambientes e com os seus interlocutores

Cuidado com suas expressões

Seja sempre gentil e adequado

Não fuja da sua marca!

John T. Malloy (New Dress for Success)

Janela Johari:

Compreensão de si para melhorar seu relacionamento com o mundo.

Década de 1960

Joseph Luth e Harrington Ingham.

JANELA DE JOHARI

CONHECIDO DO EU

NÃO CONHECIDO DO EU

CONHECIDO DOS
OUTROS

Eu aberto

Eu cego

NÃO CONHECIDO
DOS OUTROS

Eu secreto

Eu desconhecido

Tarefa:

Responder ao teste, tabular e aplicar no quadrante.

Marca Pessoal – Mindset – o esforço pela mudança

O objetivo desse módulo é entender o que é mindset, quais seus principais valores e quais entraves devem ser vencidos para que a mudança seja realizada.



Modelo mental, ou a maneira de
uma pessoa pensar ou
mentalidade

O Mindset é responsável pela forma como percebemos o mundo e como nos percebemos nele.

Em diferentes áreas a ciência já identificou a efetividade do mindset, tanto para o êxito quanto para os fracassos humanos.

Carol Dweck, professora de psicologia da Stanford University, USA



“

“Change can be tough, but I've never heard anybody say it wasn't worth it.”

*- Carol Dweck,
Mindset*

A soft-focus photograph of cherry blossom branches with delicate pink flowers and some red buds, set against a bright, hazy background.

O EFEITO PLACEBO

Pacientes com dores
Camareiras
Shake

TEORIA DA ROTULAGEM

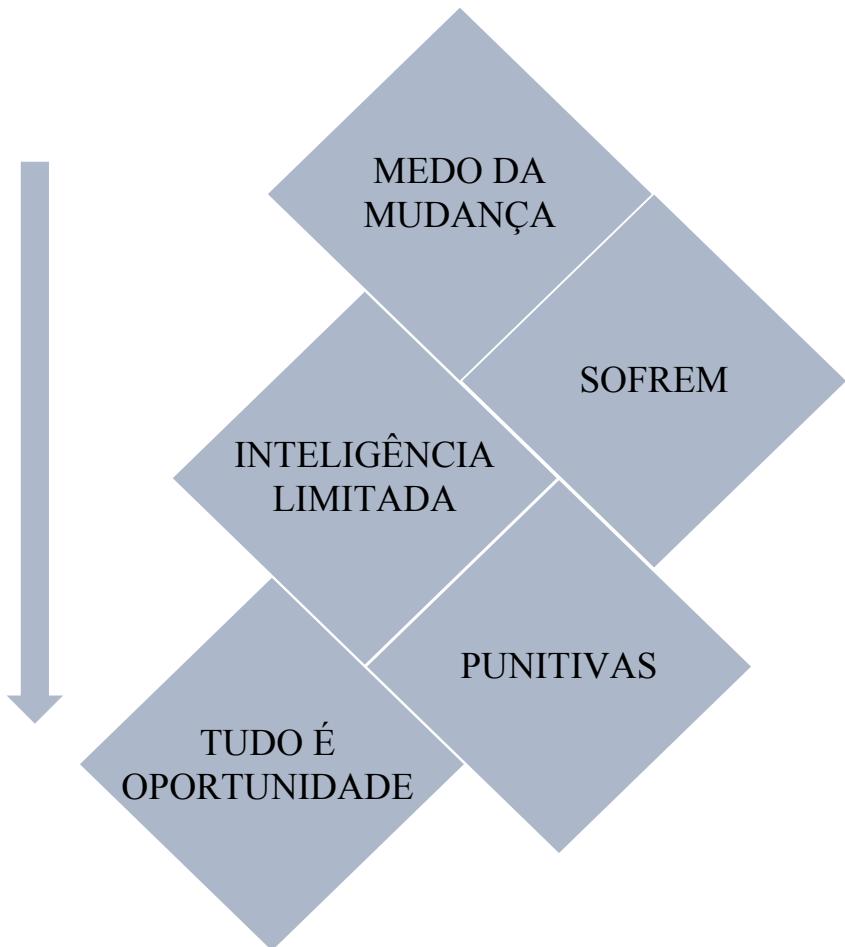


Assuma e comunique os seus melhores rótulos

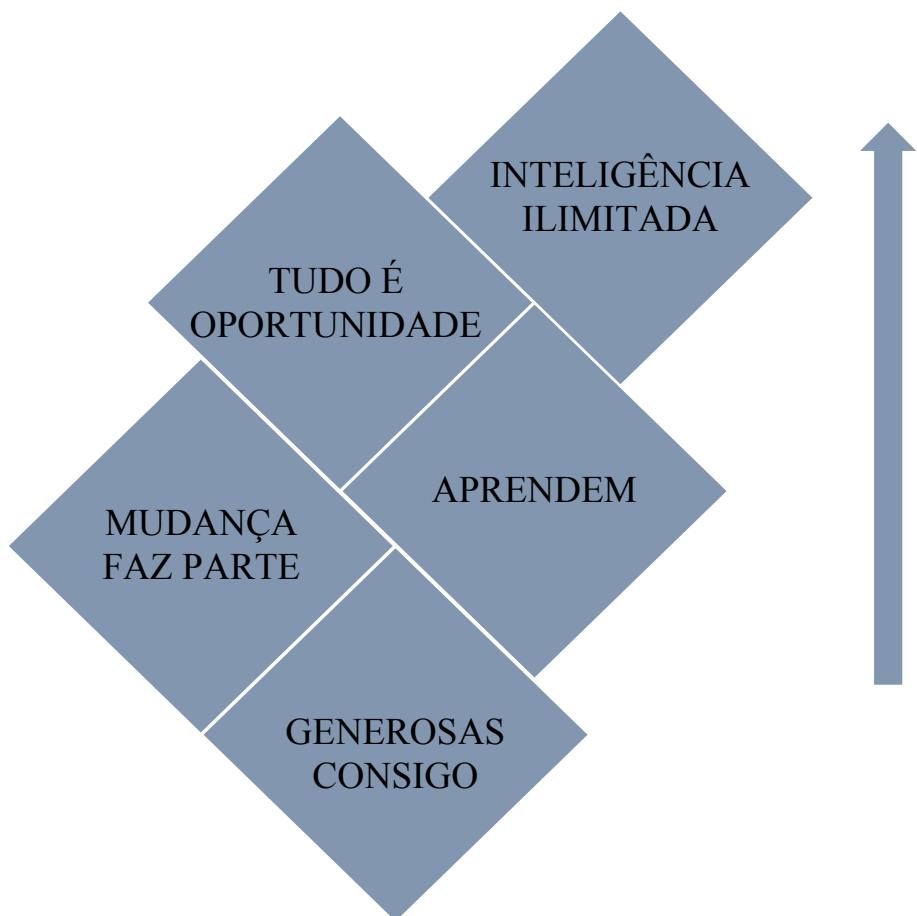


- Mentalidade fixa ou mentalidade de crescimento progressivo

Mentalidade Fixa



Mentalidade de Crescimento Progressivo



Tarefa/Desafio:

Desenvolver o planejamento que acompanha o módulo, com ações para os seis próximos meses.

Marca Pessoal – Memória e Organização

O objetivo desse módulo é perceber como a organização mental pode influenciar de forma positiva as atividades e a capacidade de influenciar nos ambientes de trabalho.

Memória e Organizaç̄o



Será mesmo que “TUDO” é
memória?

Será que todas as pessoas
tem uma boa memória?
Ou muitas delas
conseguiram descobrir
simplesmente como
organizar as
informações?

O que temos para auxiliar
a memória?

Concentre-se no seu foco e liberte-se do
resto anotando.

Sherril Sandberg.



Organize a sua mente:
Arrume seu dia em blocos
Concentre-se e divague
Limpe a sua mente
Quando realizar um trabalho, que seja
somente aquele
Priorize

Treine seu
cérebro



Ginástica cerebral

Marca Pessoal

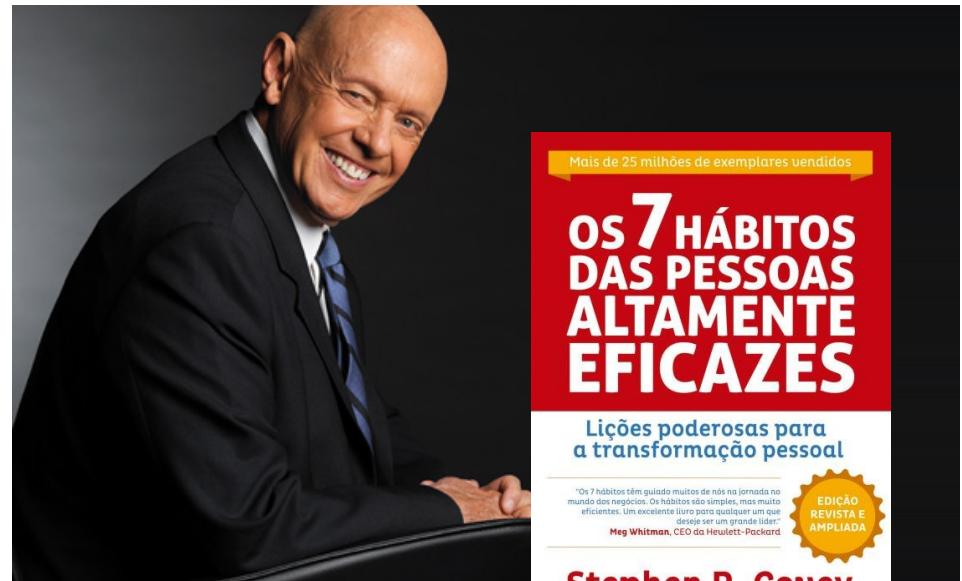
Hábitos

Hábitos e Eficácia: nossa mente
precisa de comandos!

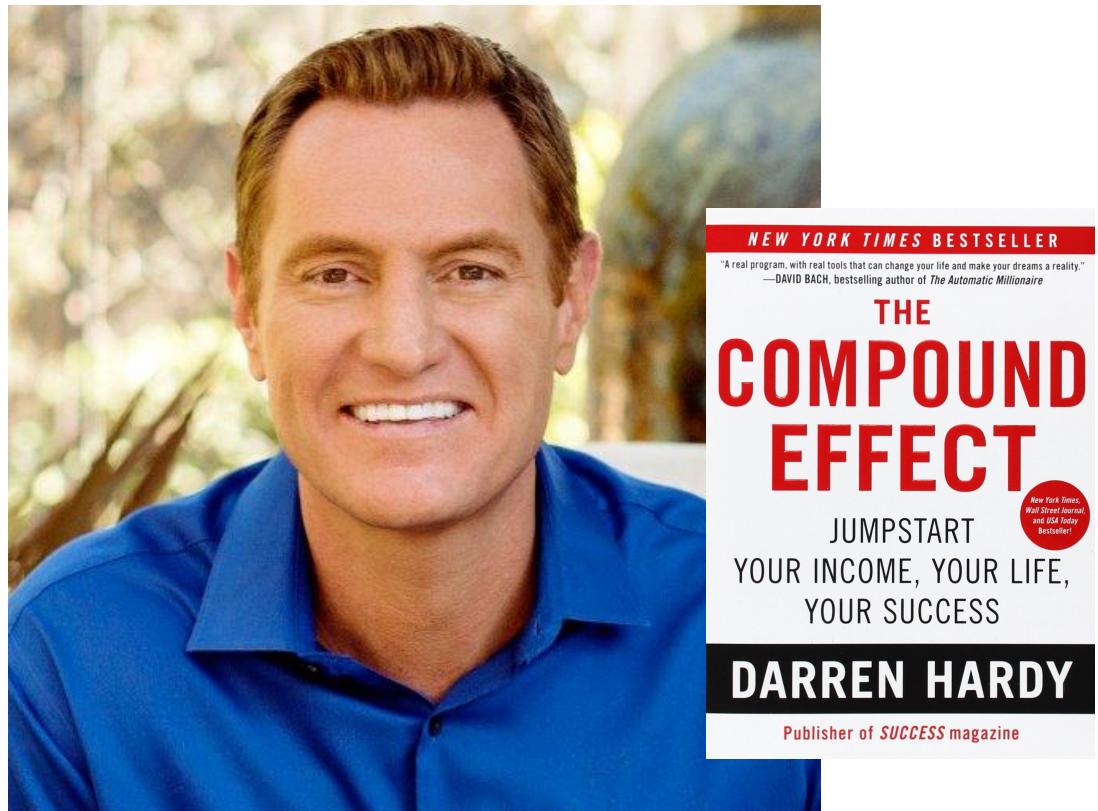


Quando queremos uma
mudança em nossas
vidas, precisamos definir
ações que se tornarão
parte de nosso dia a dia:
os hábitos.

PROATIVIDADE
TER UM OBJETIVO EM MENTE
FAÇA O QUE É IMPORTANTE
GANHA GANHA
SINERGIA



Pequenos hábitos acumulam transformações imensuráveis



O poder do hábito

Aprender sempre

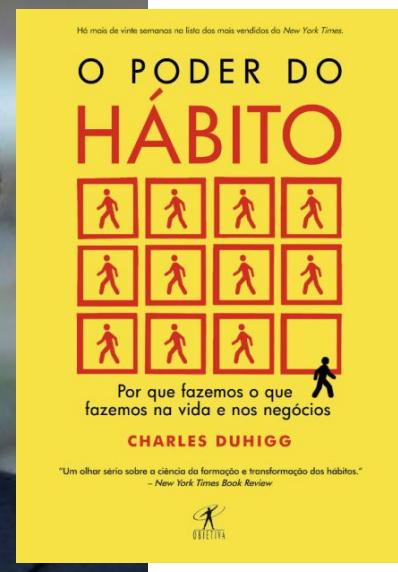
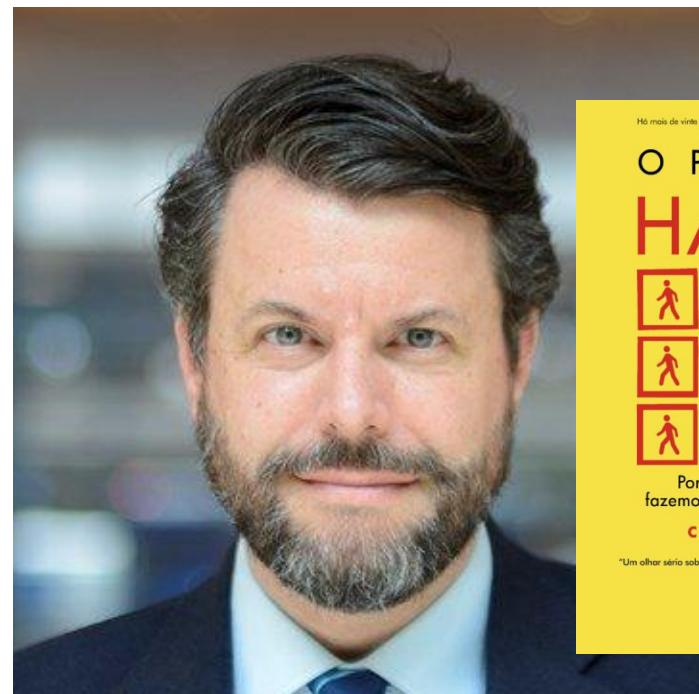
Ler todos os dias

Pessoas certas

Positivismo – repetir palavras de
otimismo

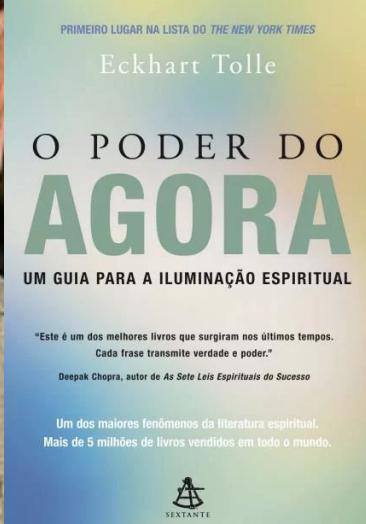
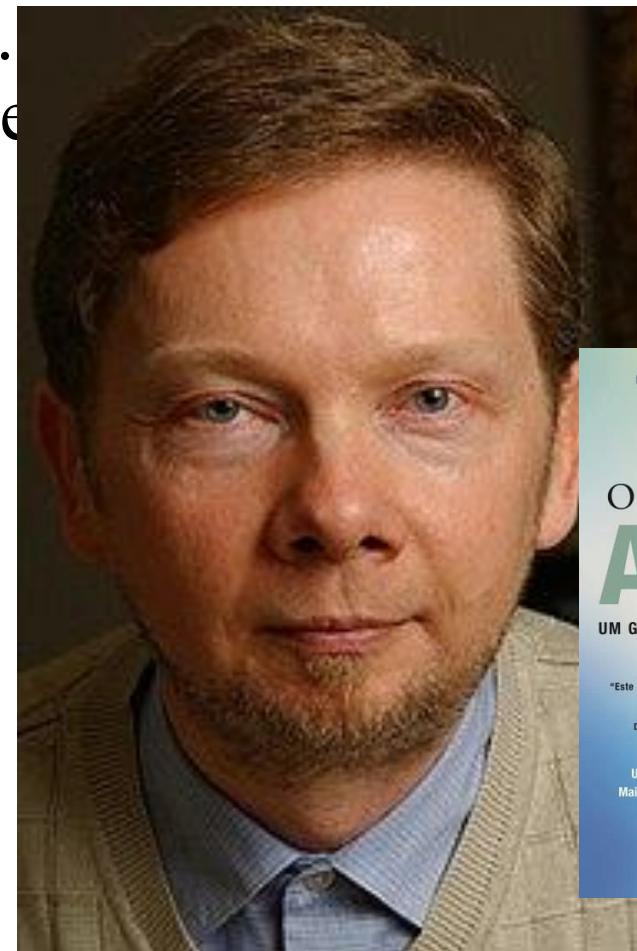
Usar bem o seu tempo

Atitudes responsáveis



O poder do agora

O passado não pode ser mudado. O futuro não chegou. O que importa, portanto, é esse minuto.



Tarefa/desafio

Fichamento das ideias para armazenamento e acesso rápido

Caderno para “diário de campo”

Sua última semana

O que vai para a construção de sua “marca pessoal”?

Marca Pessoal – Linkedin – a construção da marca nas redes sociais

O objetivo desse módulo é entender as funções da rede Linkedin na construção da marca pessoal.

Para ter êxito na sua
construção de marca pessoal é
imprescindível que você
tenha traçado seus
OBJETIVOS.

No planejamento desenvolvido você já deve ter identificado quais são os recursos – conhecimento, habilidade, qualidades – que você dispõe e que vão dar suporte à sua marca.

Ou seja...

Você deve iniciar sua construção de AUTORIDADE sobre algum tema para que seu conteúdo seja relevante e as pessoas certas se engajem.

Quando você inscreve um perfil em qualquer rede social ou outra manifestação na web, você precisa alimentá-lo.

Bem, então, direto ao assunto: Linkedin



O Linkedin é uma rede
“séria”. Não é lugar para
gracinhas, piadinhas ou
ficar procurando um
“rolê”

Você precisa criar um perfil completo. Não deixe seu linkedin com poucas informações. As pessoas identificarão que você não tem cuidado com a rede e vão desconsiderá-lo.

Revise, revise e revise
Cuidado com as
informações postadas:
não minta sobre si mesmo
e cuide muito os erros
gramaticais.

No Linkedin as pessoas
estão em busca de
conexões que as
interesseem
profissionalmente.

Hã, então eu preciso ter uma
imagem séria?

Amigo, você precisa estar no
linkedin com a imagem que você
escolheu para sua marca pessoal.

E, sim, tenha uma boa foto!



Search

Home



My Network



Jobs



Messaging

N

MVNO/E in a Box - The most Unique & Complete MVNO/E solution in the World. Servi



Elis Radmann - IPO • 1st

Diretora na IPO - Instituto Pesquisas de Opinião
Porto Alegre Area, Brazil

[Message](#)

[More...](#)

IPO - Instituto Pesquisas de Opinião

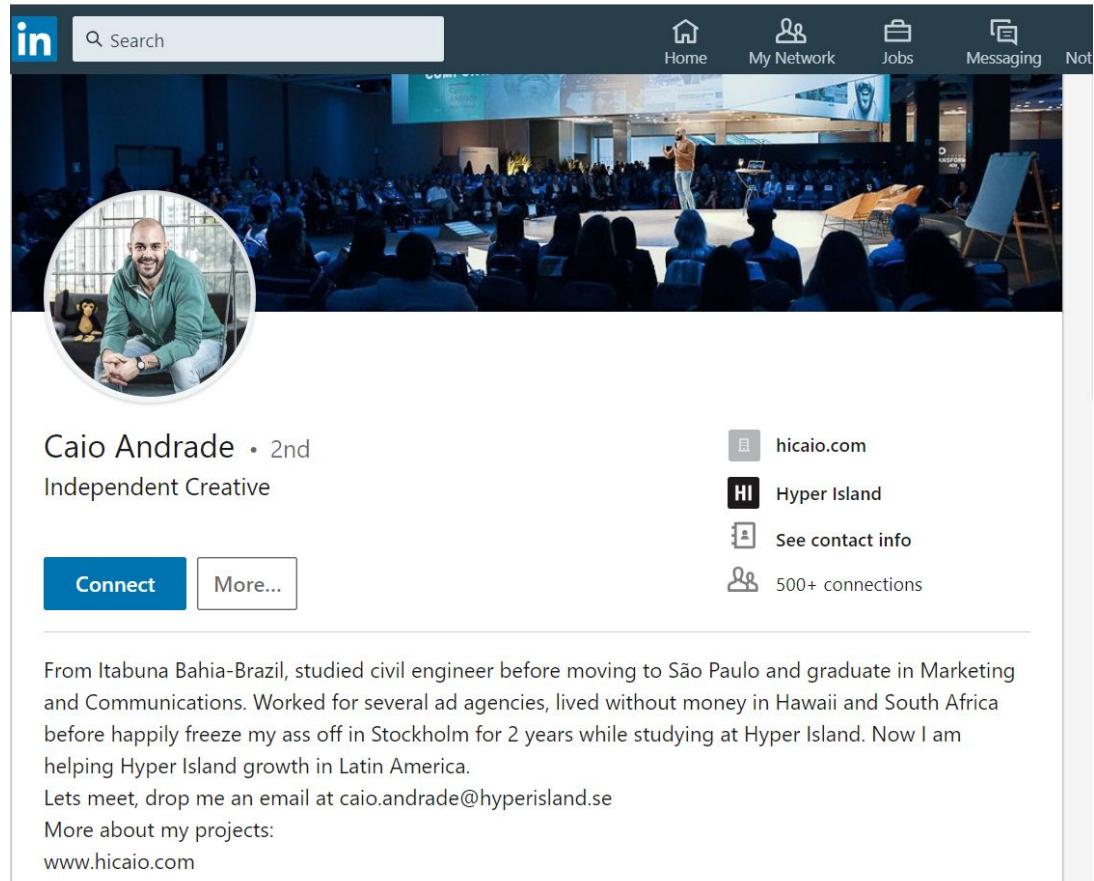
 Federal University of Rio Grande do Sul

 See contact info

 See connections (500+)

Diretora do IPO - Instituto Pesquisas de Opinião Ltda. Empresa especializada na realização de pesquisa. Coordenação e execução de pesquisas de mercado, opinião, mídia, social e pesquisa política. Experiência em pesquisas em Responsabilidade Social Empresarial. Realização de estudos quantitativos e qualitativo...

Resumo: aqui você mostra quem você é e o que você quer profissionalmente.



A screenshot of a LinkedIn profile page for Caio Andrade. The top navigation bar includes the LinkedIn logo, a search bar, and links for Home, My Network, Jobs, Messaging, and Notifications. Below the header is a large thumbnail image of a man speaking on stage at a conference. To the left of the thumbnail is a circular profile picture of Caio Andrade, a bald man with a beard, wearing a green hoodie. His LinkedIn bio reads: "Caio Andrade • 2nd
Independent Creative". Below his name are links to his website (hicaio.com), company (Hyper Island), contact info, and 500+ connections. At the bottom of the profile, there is a summary text about his background and current work at Hyper Island, along with his email address (caio.andrade@hyperisland.se) and a link to his projects (www.hicaio.com).

From Itabuna Bahia-Brazil, studied civil engineer before moving to São Paulo and graduate in Marketing and Communications. Worked for several ad agencies, lived without money in Hawaii and South Africa before happily freeze my ass off in Stockholm for 2 years while studying at Hyper Island. Now I am helping Hyper Island growth in Latin America.

Lets meet, drop me an email at caio.andrade@hyperisland.se

More about my projects:
www.hicaio.com

Causas, voluntariados, trabalhos adicionais. Todas essas informações vão constituir quem você é.

URL: edite sua URL para que as pessoas te localizem mais facilmente.

Back to LinkedIn.co

Public profile settings

You control your profile and can limit what is shown on search engines and other off-LinkedIn services. Viewers who aren't signed in to LinkedIn will see all or some portions of the profile view displayed below.



Sônia Zardenunes
Strategist at Lolla Comunicação
Porto Alegre Area, Brazil | Marketing and Advertising

Current: LOLLA COMUNICAÇÃO ESTRATÉGICA, Universidade do Vale do Rio dos Sinos
Previous: Uniritter, CNEC - Campanha Nacional de Escolas da Comunidade, Unisinos
Education

Sônia Zardenunes' Posts & Activity

See all activity

Sônia Zardenunes liked this

 Quer viajar para os Estados Unidos para estudar Produção...

Edit URL

Personalize the URL for your profile.

www.linkedin.com/in/soniazardenunes 

Edit Content

This is your public profile. To edit its sections, update your profile.

[Edit contents](#)

Edit Visibility

You control your profile's appearance for viewers who are not logged-in members. Limits you set here affect how your profile appears on search engines, profile badges, and permitted services like Outlook.

[Learn more](#)

Your profile's public visibility 

Basic (required)

Name, number of connections,

Artigos no linkedin

Porque ninguém te promove à liderança, mesmo você dando um duro danado?

Published on January 11, 2019



Rodrigo Giaffredo | ✓ Following

LinkedIn Top Voice | Protagonismo Humano na Era Digital® | Agile Leadership

[78 articles](#)



505



57



47

Começo te convidando a pensar junto comigo naquela situação miserável, que muita gente já viveu e se perguntou “como faço pra digerir isso?”

Estou falando do dia seguinte ao anúncio organizacional feito pelo teu chefe, dando conta de que seu coleguinha foi promovido pra aquela posição de liderança com que você tanto sonhava, sabe aquela pela qual você derramou sangue, suor e lágrimas nos últimos anos, trabalhou que nem um doido, apagou tudo que foi incêndio, fez certificação, ralou de final da campanha, o que no tuo cabeça era só uma questão de abrir a porta pra ele ser seu?



Artigos no linkedin

Escreva sobre o que tenha a ver com você – e que interesse ao seu público

Se você tem facilidade em escrever, ótimo

Se você não tem facilidade em escrever, comece a praticar já

Abuse do uso de referências. Leia e comente. Busque informações e compartilhe com suas palavras. Mas traga as referências

É importante que as pessoas no linkedin consigam entender bem o que você faz e quais objetivos profissionais você tem

Você pode – e deve – compartilhar suas conquistas, quando essas forem profissionais ou diretamente relacionadas a sua construção de marca.

Permaneça dentro da sua zona de conhecimento

Isso facilita o reconhecimento da sua “autoridade” e tornará você uma referência no assunto.

Interaja com as suas
conexões. Você está no
para isso.



Recomendações

Antes de pedir uma você pode recomendar. Assim, provavelmente, você receberá de volta.

“NÃO” no linkedin:

Imagens pessoais

Contatos muito íntimos

Não faça comentários tóxicos

Não conte sua vida pessoal

Não compartilhe textos motivacionais.

São cansativos e pouco produtivos.

Faça dessa rede o seu
currículo aberto.

Mas seja sempre discreto
em sua busca por
“oportunidades”.

Não aparente desespero.

Cuidado com a “auto promoção”

Ao escrever sobre suas habilidades não encha de adjetivos e superlativos.



O Linkedin – mais que outras redes - é um exercício constante de postura, educação entendimento das expectativas do outro.

Tarefa

Visitar o seu Linkedin e configurá-lo para que atenda à construção de marca que está se propondo.

Além disso, é importante que essas ações sejam incluídas no planejamento.

Marca Pessoal – Youtube – hábito e treinamento.

O objetivo desse módulo é analisar a rede como uma oportunidade para o desenvolvimento de sua marca.

Para que serve o Youtube – quem precisa dessa rede?



O que antes era um canal de
vídeos bacanas se tornou uma
oportunidade de negócios para
muitos profissionais.

O canal é o principal distribuidor de vídeos no mundo e na sua origem quer dizer “a TV feita por você”.

O Youtube tem sido bastante
utilizado por pessoas que têm
uma marca forte e que
conseguem desenvolver uma
intimidade com o vídeo.

O canal é utilizado tanto para entretenimento quanto para conteúdo e tudo depende do público que você deseja atender e das estratégias para chegar até ele

Interessantes no youtube

- referências



Vamos conhecer alguns
dados sobre o canal e
quem está fazendo
acontecer!

Mais visualizados

Nome do canal	Inscritos	Total de visualizações
T-Series	75,074,216	55,384,580,312
WWE	37,544,204	28,772,217,748
Ryan ToysReview	17,455,117	26,083,815,420
netd müzik	12,400,138	25,985,698,733
SET India	37,375,768	25,771,015,558
<u>Canal KondZilla</u>	43,920,939	21,557,913,487
ABS-CBN Entertainment	14,501,007	19,768,406,222
PewDiePie	76,033,154	19,492,542,107
Movieclips	20,522,039	19,078,755,545
JustinBieberVEVO	34,033,585	18,152,080,918

Fonte: <https://www.oficinadanet.com.br/post/13911-os-10-maiores-canais-do-youtube>

Canais no Youtube com mais visualizados no Brasil

Nome do canal	Inscritos	Total de Visualizações
Canal KondZilla	43,923,533	21,559,030,525
Galinha Pintadinha	14,561,972	10,311,166,610
GR6 EXPLODE	19,726,906	8,970,560,961
Turma da Mônica	9,454,707	7,320,499,775
rezendeevil	21,059,291	7,274,704,850
AuthenticGames	15,870,758	6,341,596,952
Marília Mendonça	10,471,921	6,074,451,378
TotoyKids	11,877,496	5,762,700,211
Henrique e Juliano	8,637,393	5,623,043,208
Felipe Neto	28,170,470	5,417,677,498

Fonte: <https://www.oficinadanet.com.br/post/13911-os-10-maiores-canais-do-youtube>

Canais no Youtube com maior número de inscritos no Brasil

Nome do canal	Inscritos	Total de Visualizações
Canal KondZilla	43,923,533	21,559,030,525
whinderssonnunes	32,845,093	2,699,117,147
Felipe Neto	28,170,470	5,417,677,498
Luccas Neto	21,390,712	4,721,914,432
rezendeevil	21,059,291	7,274,704,850
GR6 EXPLODE	19,726,906	8,970,560,961
Você Sabia?	19,609,695	2,115,849,047
CanalCanalha	17,738,840	1,219,744,484
AuthenticGames	15,876,153	6,343,944,405
Porta dos Fundos	15,087,069	4,373,755,134

Fonte: <https://www.oficinadanet.com.br/post/13911-os-10-maiores-canais-do-youtube>

Conheça os 15 canais dos maiores youtubers do Brasil em 2018



PRISCILLA KINAST - 04/04/2018 0 NOTÍCIAS



Identificação de
estratégias que
funcionam e que não
funcionam nessa rede

Se você tem intimidade com a câmera e tem conteúdo para apresentar, esse pode ser um bom canal.

Mas cuidado!

Para estar no Youtube você precisa ter dominado as outras redes; deve ter frequência e dedicar-se.

E, caso ainda não seja
esse o seu momento,
utilize a rede para
conhecimento.

Algumas dicas:

- Organize uma pasta com suas preferências
- Você também pode compartilhar informações (vídeos) com seus amigos; Isso pode ajudar a reforçar sua marca e sua presença
- Siga os canais que tem mais a ver com você. Alimente-se de bons conteúdos.

Tarefa:

Vamos experimentar!?

Escolha um tema e grave um vídeo de 3 min
onde se apresenta e fala sobre o tema escolhido.
A partir do vídeo deve fazer uma análise crítica
do que foi eficiente e do que precisa ser ajustado.

Marca Pessoal – Facebook – uma plataforma de relacionamentos

O objetivo desse módulo é entender como as marcas pessoais vêm se constituindo nessa rede.

Quais são as
características dessa
rede?

O facebook foi criado para fomentar os relacionamentos pessoais. Não é uma rede focada em trabalho ou em conhecer pessoas. Tem o objetivo de aproximar os que já se conhecem.

Mas...

As empresas estão lá.
Em fan pages.

Antes de qualquer coisa
você precisa definir se
terá uma página ou uma
fanpage.

Página

Pessoal, mais próxima, você vai colocar conteúdo sobre sua vida, os seus amigos mais íntimos poderão interagir com você de modo mais espontâneo e, enfim, você se mostra mais.

Fanpage

Se você é um profissional liberal e quer mostrar conteúdos sobre o que você faz, esse é o canal.

Porém,
Tanto na página pessoal
quanto na fanpage, o
importante é o
engajamento do seu
público.

Quanto melhor o seu post
mais likes você terá e
mais fácil será das
pessoas chegarem a você
– busca orgânica.

Como nas outras redes, defina uma LINGUAGEM PADRÃO para falar com seu público, e foque nas informações que estão presentes nos seus objetivos de construção de marca.

Experimente!

Apresente-se a partir de imagens, de vídeos (abuse o Stories), comente, escreva. Entenda quais são as suas manifestações mais valorizadas pelos seus seguidores.

Experimente!

Tente vários horários e
acompanhe a interação
com seus usuários.

Experimente!

Utilize sites que possam ajudá-lo e inspirá-lo a criar posts com um design mais profissional.

Alguns exemplos:

Canva.com

Crello.com

pixlr.com

Experimente!

Se você está cansado de suas imagens pode inovar com imagens em alta definição e uma variedade infinita de free images.

Lembre-se: todos gostamos de um bom design.

Alguns exemplos:

jaymantry.com

picjumbo.com

pexels.com

Não use os mesmos posts
em facebook e instagram.
Isso derruba a busca
orgânica

Use sempre imagens,
textos curtos e que sejam
instigantes (títulos com
até 80 caracteres são os
ideais).

Se você quiser fazer alguma enquete, use títulos interrogativos. E, nesse caso, você pode usar mais texto, uma vez que será mais reflexivo.

Desde que seja realmente relevante para quem está lendo.

Não abuse da criticidade. Seja
educado nas redes assim como na
sua vida real.

Redes sociais não te eximem de
responsabilidades.

Poste o que tenha a ver com você ou com seu negócio. Mas se você está usando sua página pessoal, não a use para vender diretamente.

Independente de ter uma
página pessoal ou uma
fanpage, não mostre nas
redes suas fraquezas.

Entregue o seu melhor.

As pessoas estão em busca de informações e conteúdos. Não se engane: todos temos interesses e só nos aproximamos – e continuamos – com aqueles que nos entregam algo de valor.

Cuidado com
posicionamentos e
extremismos: lembre-se
que você está sendo
constantemente avaliado.

Apesar das várias máscaras que utilizamos, cedo ou tarde acabamos por ser nós mesmos nas redes.

Tarefa

Fazer um mapeamento de suas postagens e entender o que está alinhado com sua estratégia de construção de marca pessoal. Deve também estabelecer um planejamento de inserções de acordo com os objetivos. Essa atividade deve compor, junto às demais, o planejamento já em andamento.

Marca Pessoal – Instagram – como construir autoridade com imagens.

O objetivo desse módulo
aprender a explorar a força das
imagens e das mudanças
constantes do Instagram.



O Instagram como o
queridinho do Brasil



O Instagram é uma das redes mais populares do mundo.

São mais 800 milhões de usuários ativos.

Mas, qual é a finalidade do Instagram?

O Insta é visual e está sendo usado de forma bastante pessoalizada.

Nele você coloca suas melhores imagens, lives, e conta, através de uma estética o mais bonita possível, por onde você anda e o que está fazendo.

A rede é, para 25% dos internautas, a sua rede preferida.

Entre as mulheres esse número é de 28% e entre os jovens esse índice chega a 35%.

É também uma rede muito favorável para as empresas uma vez que 83% dos usuários seguem uma ou mais marcas.

O Instagram tem muitos recursos e é bastante dinâmico porque sempre tem novidades. Você precisa estar por dentro se quiser fazer dessa rede um de seus apoios para a construção de sua marca.

O Stories é um sucesso
de audiência.

E cria intimidade com o
público.

Para fazer um story no Instagram:

No Instagram localize o “+”, no canto esquerdo, na parte de cima da tela;

Você pode decidir – foto ou vídeo. Mas muitos acreditam que Stories é para live, ou seja, vídeos.

Use os recursos para deixar seu story mais atrativo: cores, emojis, filtros, textos... Experimente;

clique no ícone “check” e seu conteúdo será publicado.

E você poderá acompanhar quem está visualizando:
deslize sua postagem para cima e veja todas as informações.

Mantenha seu Instagram atualizado. Use e abuse das boas imagens

Trabalhe com os recursos disponíveis

Enxergue o seu Instagram como um todo:
tenha coerência, equilíbrio estético e use-o
com inteligência para se constituir na rede.

Use hashtags, mas no máximo 3, ok?



coco_pinkprincess

Seguindo



...

179 publicações

678mil seguidores

segundo 29

COCO

8 years old

harajuku, tokyo

✉: coco@funktique.com

account run by family

video.vice.com/en_us/video/how-a-six-year-old-became-one-of-japans-instagram...

Seguido por hellomarimaciel, jaiperdumaveste, adrianalp e outras 1 pessoas



PARIS



HONG KONG

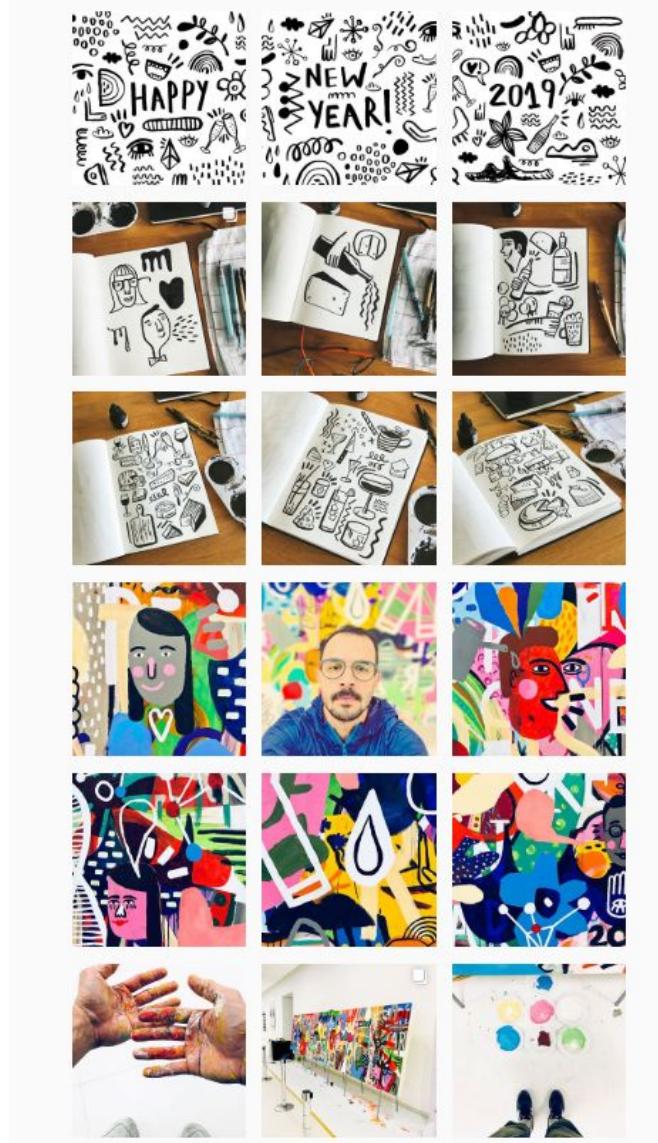
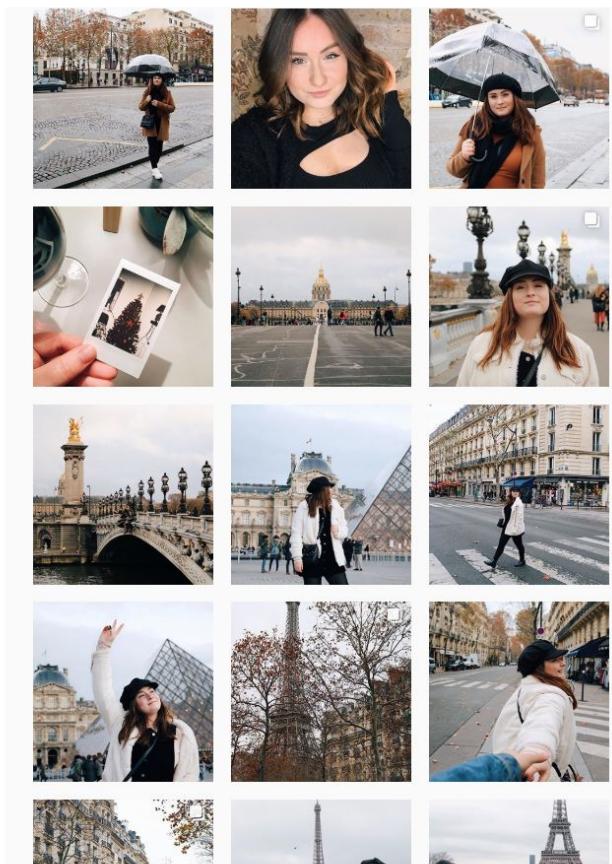


TOKYO

PUBLICAÇÕES

MARCADO





faber_castel_l.br [Seguir](#) ...

894 publicações 561mil seguidores seguido 196

Faber Castell BR [finepencolors.faber-castell.com.br](#)

Seguido por hellomanusiel, regiane, guatteu, e outras 7 pessoas

Produtos Coluna Você Sabia? 3 Palavras Aviso Final... FinalPen &... Como Des...

PUBLICAÇÕES MARCADO

Filtros

O Instagram é o “parque de diversões” das redes sociais.

Os recursos são inúmeros, cores, imagens, ícones, customizações de todas as formas

Mas é importante: respeite a sua marca!

Siga sua identidade nas redes, revisite constantemente seus objetivos e, na dúvida, pergunte a outras pessoas como estão percebendo sua rede.

Tarefa:

Se você já tem uma conta na rede deve fazer uma análise crítica sobre suas postagens, fazendo cruzamento com as demais redes, e avaliando se a sua presença está alinhada com os objetivos que vem traçando. Se ainda não tem pode fazer uma conta e já articular de forma harmônica com os seus objetivos de marca.