

# **INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE CONECTADAS ÀS MÍDIAS DIGITAIS.**

**ESTRATÉGIAS PARA A  
DIGITALIZAÇÃO COMO  
PROMOTORAS DA INOVAÇÃO E  
DA COMPETITIVIDADE PARA  
INCENTIVAR A SUSTENTABILIDADE  
E BOAS PRÁTICAS COMUNICACIONAIS  
EM MÍDIAS DIGITAIS**



# **EXPEDIENTE**

## **Titulo:**

**INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE CONECTADAS ÀS MÍDIAS DIGITAIS.**

## **Autoria:**

**ALESSANDRA BATISTA.**

## **Autoria:**

**ALESSANDRA BATISTA.**

## **Reitor:**

**HUGO ALEX DINIZ.**

## **Vice Reitora:**

**ALDENIZE XAVIER.**

## **Orientador:**

**FÁBIO MANUEL FRANCA LOBATO.**

## **Colaboração:**

**GLEICY.  
MARLISON  
BÁRBARA**

## **Projeto Gráfico:**

**KELLY FRANCO.**

## ► Alessandra Batista

- Especialista em administração e marketing
- Gestora comercial Padrão Fardamentos
- Gestora de mídias digitais
- Docente Unama
- Participação no projeto
- CAPACITA UNAMA como facilitadora da oficina de marketing digital

## ► FÁBIO MANOEL FRANCA LOBATO

Bolsista de Produtividade Desen. Tec. e Extensão Inovadora do CNPq - Nível 2 - Projeto Gestão de Relacionamento com Clientes Usando Mídias Sociais: aplicações em micro e pequenas empresas

**MESTRADO PROFISSIONAL EM PROPRIEDADE INTELECTUAL E  
TRANSFERÊNCIA DE TECNOLOGIA PARA INOVAÇÃO**



**Esta cartilha é destinada desenvolvida sob o escopo do projeto da oficina profissional “Estratégias para a digitalização como promotoras da inovação e da competitividade para incentivar a sustentabilidade e boas práticas comunicacionais em mídias digitais”. Foi elaborada com o objetivo à adequação comunicacional das Pequenas e médias empresas, com o público alvo, empresas voltadas para o turismo em Alter do Chão- Pará – Brasil.**

Nesta cartilha você vai aprender sobre a importância das mídias digitais, verá tutoriais do uso das mídias digitais para negócios e conseguirá desenvolver a comunicação por meio das mídias digitais através dos exercícios nela contidos.

**Aproveite!**

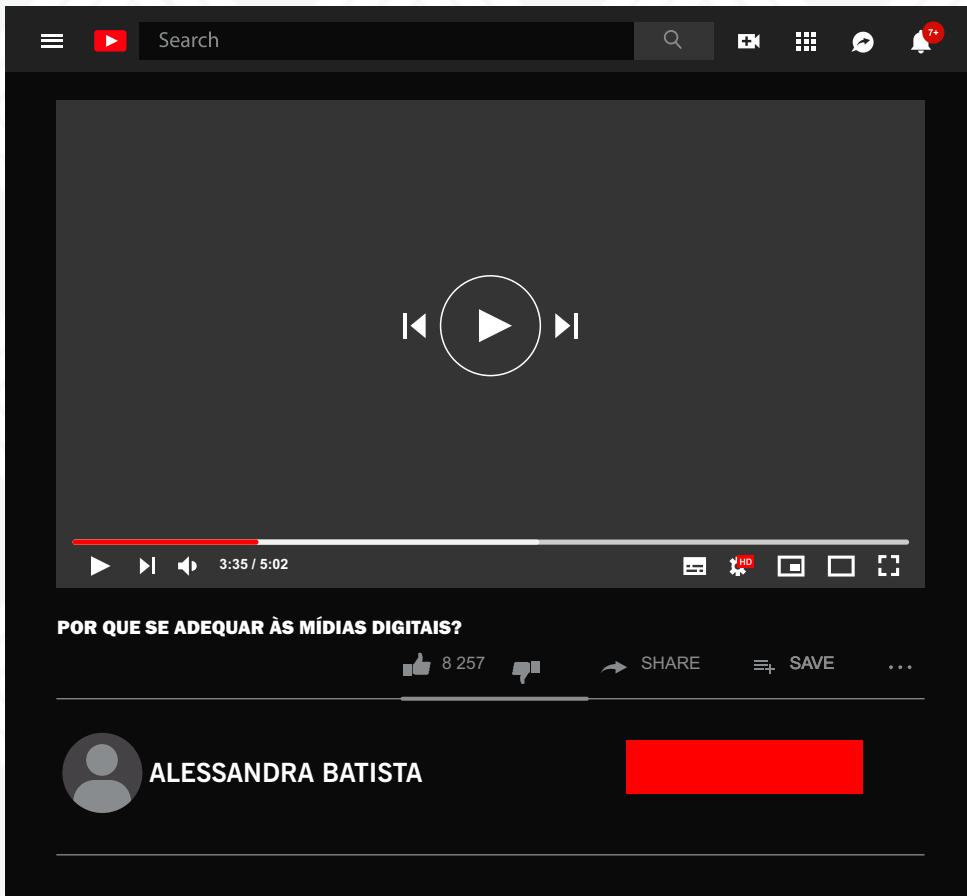


## ► POR QUE USAR AS MÍDIAS DIGITAIS

Você sabia que 89,9 % das empresas foram afetadas com a pandemia?  
Sabe por que?

Os consumidores foram obrigados a mudar os seus hábitos de compra.  
Com isso, as empresas precisaram se ajustar rapidamente ao mercado digital.

**Você sabe quais são os benefícios da comunicação digital para o seu negócio?  
CLIQUE NO VÍDEO E CONFIRA:**

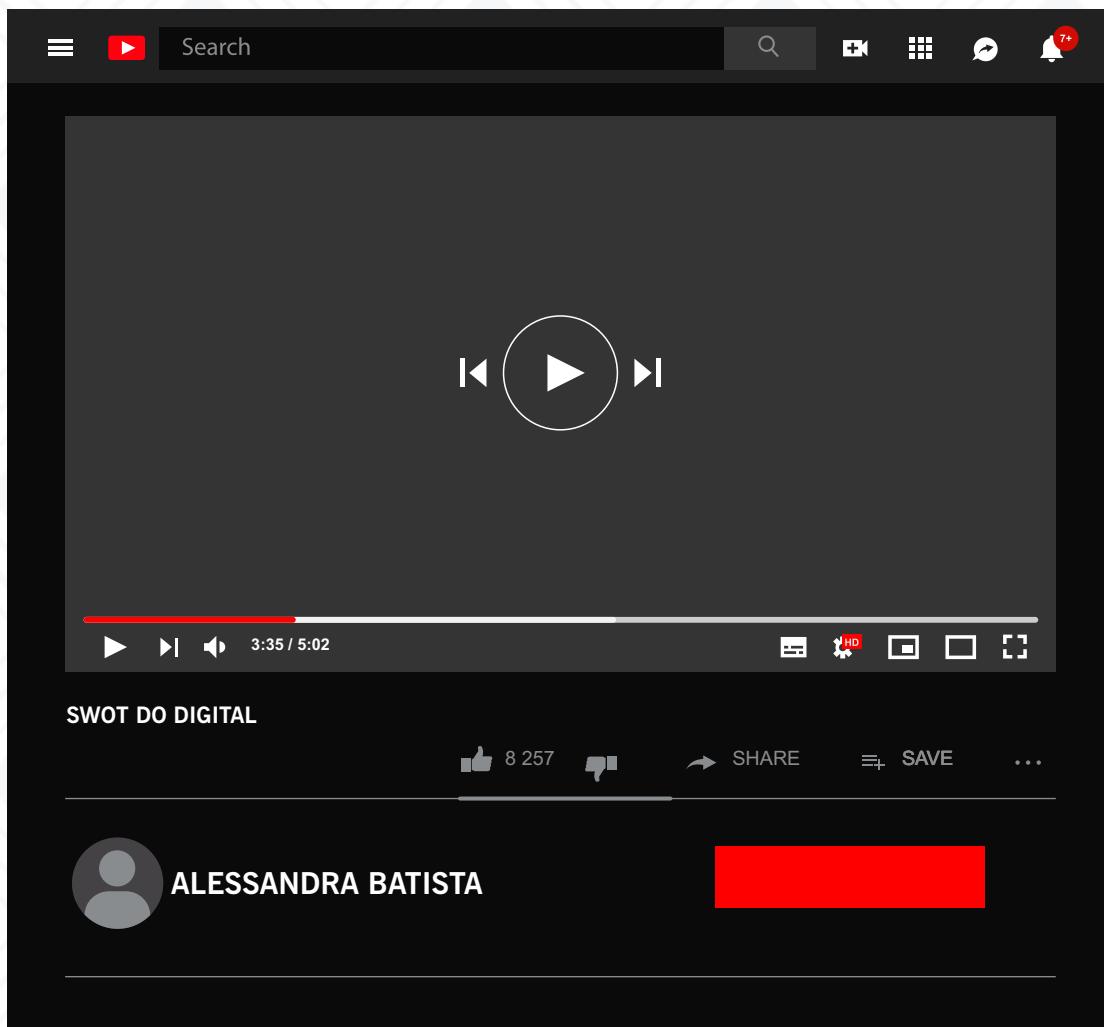


Como nós vimos, muitas são as vantagens ao se adequar ao digital, mas é preciso reconhecer como o ambiente interno e externo interfere na sua adoção, confira:



► 01.Para isso vamos conhecer a matriz de swot, ela vai ajudar você a entender melhor suas dificuldades e oportunidades no digital.

**VOCÊ TEM DÚVIDAS EM COMO CONSTRUIR SUA MATRIZ?  
CLIQUE NO VÍDEO E SAIBA MAIS!**



Descreva quais são as suas 3 principais dificuldades e oportunidades para se adequar ao digital.

► **MATRIZ SWOT (FOFA)**



## ► MATRIZ SWOT (FOFA)

	AJUDA	ATRAPALHA
INTERNA (Organização)	1. 2. 3.	1. 2. 3.
EXTERNA (Ambiente)	1. 2. 3.	1. 2. 3.

### ► ATIVIDADE 01:

- 1.1** - Como utilizar minhas forças com ênfase?
- 1.2** - Como contornar minhas fraquezas?
- 1.3** - Como aproveitar as oportunidades de mercado?
- 1.4** - Como monitorar as ameaças do mercado?

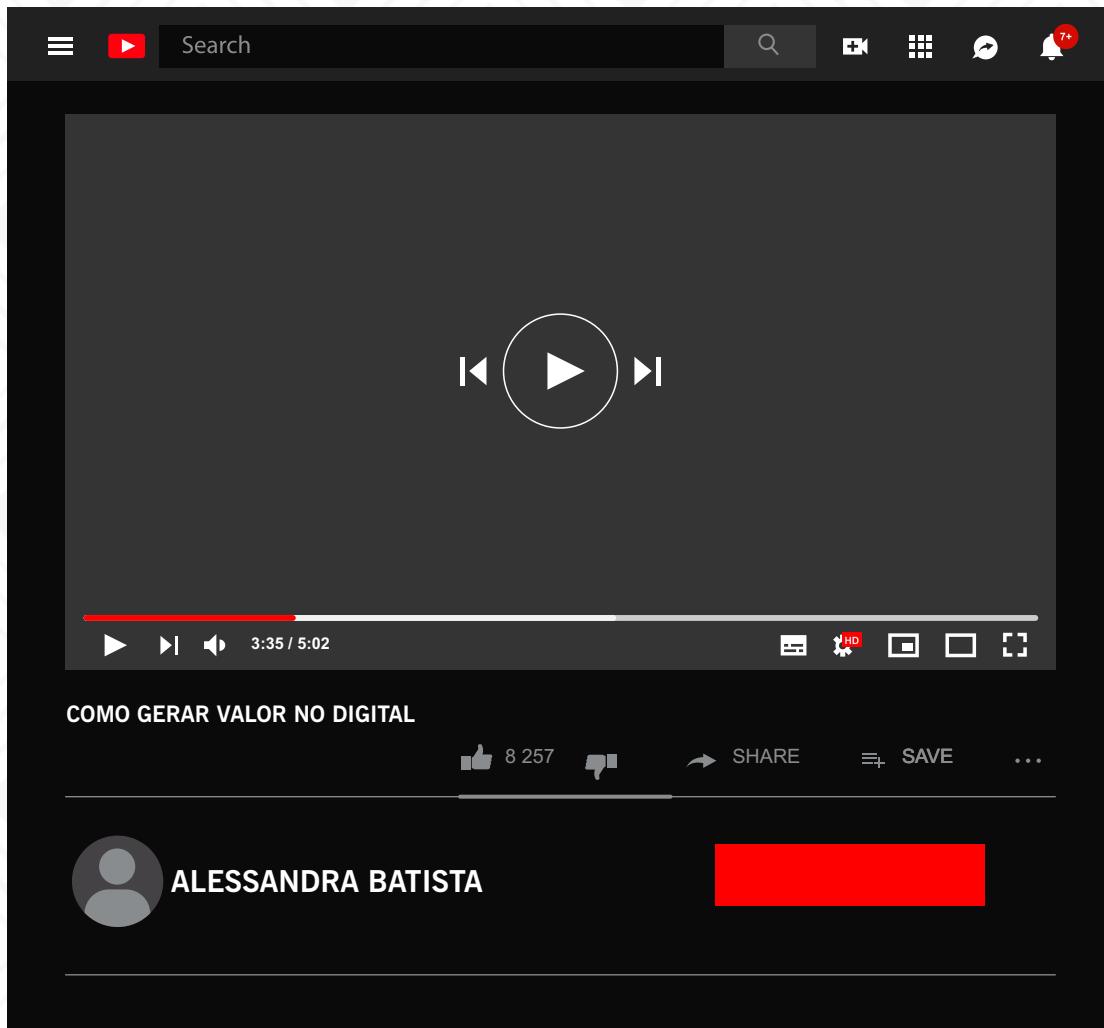
## ► COMO GERAR VALOR NO DIGITAL?

A criação de valor para o seu produto ou serviço é um dos passos mais importantes para impulsionar seu modelo de negócio.

Saber o seu valor e como comunica-lo ajuda a sua empresa a se diferenciar no mercado competitivo. Entender as demandas mercadológicas, superar expectativas e comunicar a solução para a necessidade do cliente são as estratégias para a criação de valor.



## Mas você sabe como se destacar? CLIQUE NO VÍDEO E CONFIRA:



### ► ATIVIDADE 02:

- 2.1** - Quem são seus clientes, o que eles fazem e porquê?
- 2.2** - Quais são seus diferenciais do mercado?
- 2.3** - Que produtos e/ou serviços serão entregues aos seus diferentes segmentos de clientes?
- 2.4** - Que problemas dos clientes está ajudando a resolver?
- 2.5** - Que necessidades dos clientes estão sendo satisfeitas?

Além de criar o valor, você precisa comunicá-lo no digital e usar esse fator para destaque.



## ► MAS COMO SE DESTACAR NO DIGITAL? CONFIRA ABAIXO ALGUNS INSIGHTS

Lembre-se que as pessoas estão nas redes sociais para se comunicar.

Não transforme as suas mídias em simples panfletos.

Comunique-se de forma efetiva, se conecte ao seu cliente!

**Veja abaixo o que as pessoas mais fazem na internet:**



## ● COMUNICAÇÃO HUMANIZADA Ninguém quer falar com um robô

The image shows two side-by-side messaging screenshots from a mobile device. On the left, a green checkmark icon is overlaid on the screen, indicating a successful or positive interaction. On the right, a large red 'X' icon is overlaid, indicating a negative or problematic interaction. The messages themselves are identical, showing a customer service exchange between Alessandra and Zé Carpinteiro.

Olá bom dia  
Aqui é alessandra do Zé Carpinteiro ,  
tudo bem ? Eu consegui seu contato  
com uma indicação .

Entendi

Olá bom dia  
Aqui é alessandra do Zé Carpinteiro ,  
tudo bem ? Eu consegui seu contato  
com uma indicação .  
Somos Zé Carpinteiro, ajudamos  
nossos clientes a construir sonhos  
atavés dos nossos materiais para  
construção.

você é a pessoa responsável pelo  
setor de compras da empresa XXX?

@alessandraa.batista



## ● SEJA REAL

### Mostre a sua realidade



Esta publicação tem um desempenho melhor do que 80% das suas publicações recentes. Pro [Promover](#) alcançar um público mais amplo. [Ver Insights](#)



Curtido por gilson.financeiro e outras pessoas

padraofardamentos Tudo que o seu uniforme executivo deve transmitir.  
Obrigada @macedoengenharia.stm pela confiança.

Clique no link na bio e veja mais opções de uniformes.



## ● CRIE CONTEÚDO RELEVANTE

Ajude as pessoas com a sua solução para os problemas delas com o seu produto





Mas para fazer isso, você precisa conhecer as mídias digitais, vamos lá?

## ► CONHECENDO AS MÍDIAS DIGITAIS

**AS MÍDIAS DIGITAIS MAIS UTILIZADAS PELOS BRASILEIROS SÃO O WHATSAPP, INSTAGRAM E O GOOGLE.**



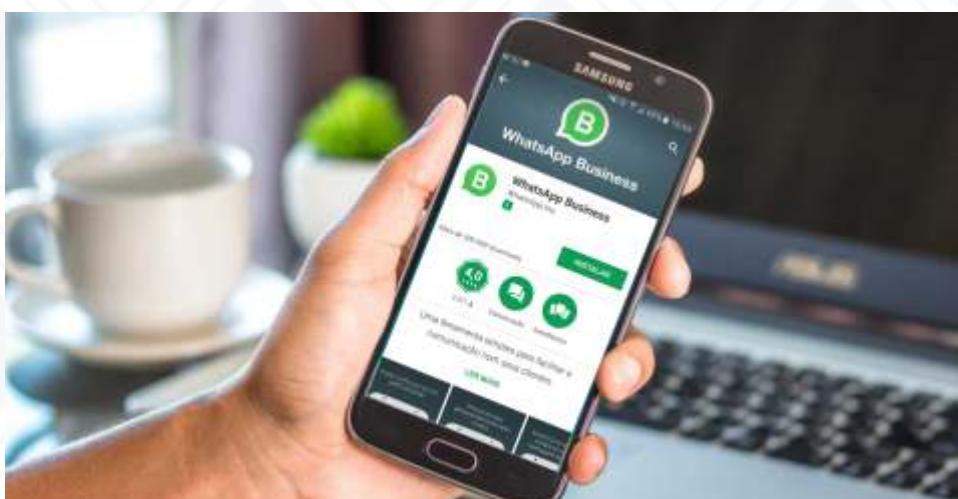
### **WHATSAPP BUSINESS**

94% dos brasileiros acessam o aplicativo todos os dias para se comunicar por isso, seu negócio precisa estar nele. use a versão Whatsapp Business para um maior profissionalismo.



O aplicativo profissional tem muitas ferramentas comerciais para sua empresa se destacar no mercado. Vamos aprender mais sobre como usá-las?

**CLIQUE NA IMAGEM E CONFIRA O VÍDEO DO PASSO A PASSO:**





## ► ATIVIDADE 03:

**3.1** - Configure seu perfil comercial:

**3.2** - Crie seu catálogo comercial:

**3.3** - Cria suas respostas automáticas de saudação e ausência.

**3.4** - Para criar seus atalhos de respostas rápidas pense nas 5 indagações frequentes dos clientes e 2 mensagens que você envia com frequência, pode ser pesquisa de satisfação por exemplo, e responda-as.

### INSTAGRAM

Você sabia que o Instagram é a segunda rede social mais usada pelos brasileiros? Não fique de fora desta grande vitrine virtual, use o instagram para negócios!

**VEJA TAMBÉM ALGUNS INSIGHTS PARA SE DESTACAR NO APP:**

#### ● ATUALIZE O SEU PERFIL





## ● USE FOTOS SUAS E REAIS

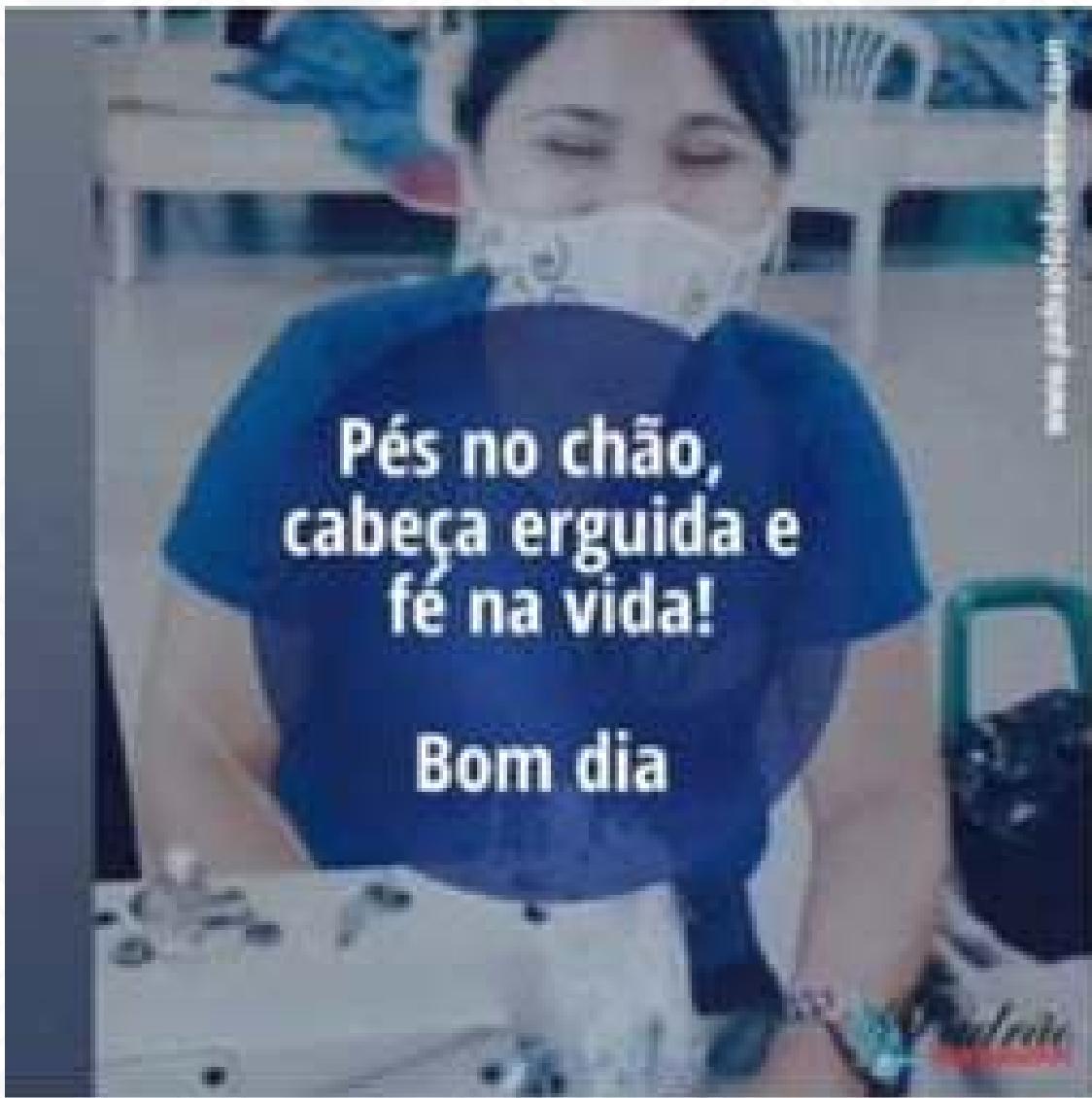


- **Mostre o que você faz por trás das câmeras, seu dia a dia nos stories. Tudo que você fizer no seu negócio, divulgue.**
- **Use as ferramentas disponíveis e esteja atualizado nas novidades da rede, reels, músicas atuais e até mesmo memes que possa envolver seu negócio.**





## ● CRIE UM DIÁLOGO COM SEU PÚBLICO



### ► ATIVIDADE 04:

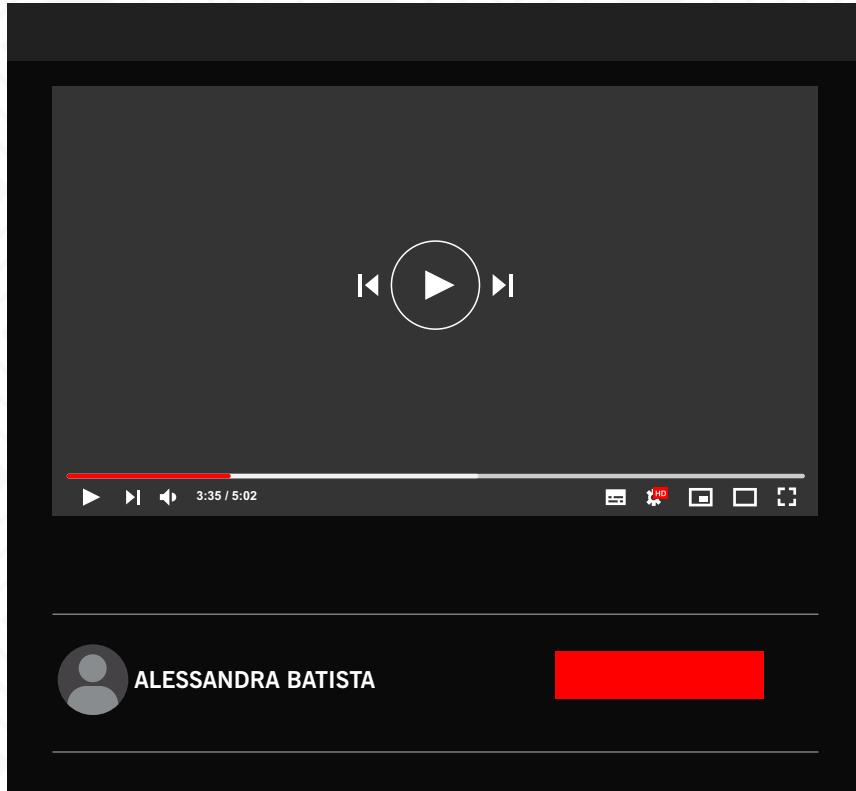
- 4.1** - Grave seu dia a dia e mostre seus bastidores.
- 4.2** - Descreva um calendário de postagens utilizando as principais duvidas dos seus clientes.
- 4.3** - Utilize um dia para organizar ideias no Trello, outro para edição no Canva e outro para programação de postagens como o business suit para auxiliar.
- 4.4** - Encaixe o seu negócio nas trends do momento.



Outra ferramenta que vai te ajudar muito a vender no seu negócio é o Google.

Você sabia que 80% das pessoas buscam por informações no google?

**CLIQUE NO VÍDEO E SAIBA COMO CRESCER COM  
ESSA FERRAMENTA:**



Depois de conhecer mais as mídias digitais, você deve estar pensando, como vou saber se elas irão realmente me trazer resultados?

Por isso eu preparei uma planilha pra você conhecer ver seus resultados por meio da planilha.

**CLIQUE AQUI E ACESSE A PLANILHA:**





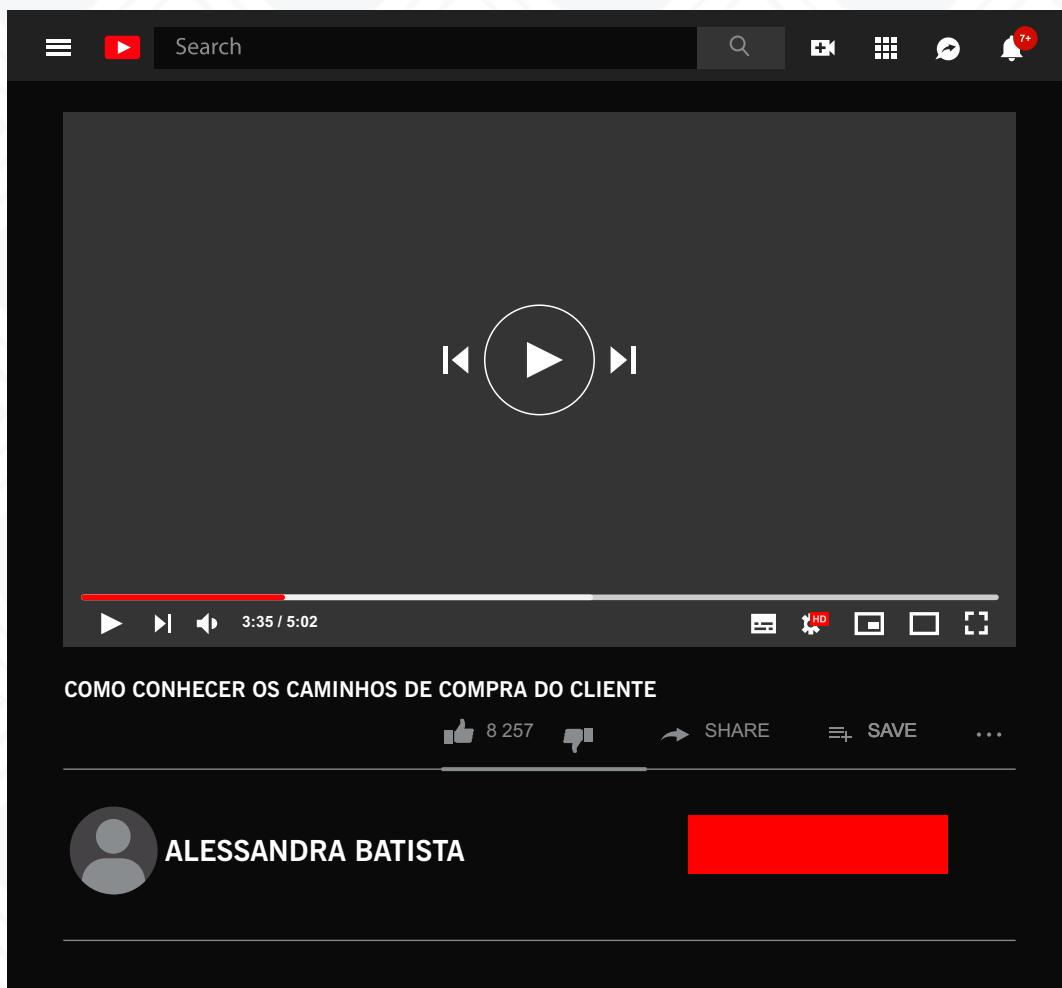
Todas essas mídias são muito importantes, mas atenção, você precisa estar onde seu cliente está. Já pensou onde o seu cliente encontra o seu tipo de negócio?

Onde ele busca?

Ou como ele compra?

Qual o seu papel em cada passo da sua caminhada?

**CLIQUE NO VÍDEO PARA SABER MAIS E  
VAMOS SABER MAIS SOBRE ISSO NO PRÓXIMO TÓPICO:**



Vamos descobrir juntos, os caminhos do cliente até você! A primeira pergunta é onde o cliente encontra o meu negócio e qual o seu ponto de encontro do cliente em cada etapa da venda?



## CONFIRA O FUNIL DE VENDAS ABAIXO:

**COMPORTAMENTO CONSUMIDOR NA JORNADA DE COMPRA**

**PONTOS DE CONTATO NA JORNADA DE COMPRA**

### **ASSIMILAÇÃO:**

Exposição às marcas pelas experiências passadas, comunicação e marketing e ou defesa da marca por cliente.

### **ATRAÇÃO:**

Processamento das mensagens de marketing e comunicação, criando memórias para aquelas que tiveram diferenciais, atraídos por uma lista menor de marcas.

### **ARGUIÇÃO:**

Levados pela curiosidade as pessoas começam a buscar e pesquisar sobre a marca e os produtos nas redes, nas mídias em geral e com seu círculo social.

### **AÇÃO:**

Compra do produto ou serviço e interação profunda com a marca.

### **APOLOGIA:**

Fonte de ligação, refletida em recompra e fidelidade à marca tornando-se defensores.

Consciência sobre a marca;  
Exposição a propaganda;  
Ser lembrada por experiências positivas;

Atração pelas marcas chamaram atenção;  
Torna-se marcas “UAL”!

Prestar informações adicionais. Estar presente quando o cliente:  
Pedir conselhos dos amigos;  
Pesquisar avaliações online do produto;  
Contactar centrais de atendimento;  
Comprar preços online;  
Testar produtos nas lojas;

Ter loja física ou online. Estar presente quando o cliente:  
Possivelmente reclamar do produto para atendimento rápido;

Rastreamento da satisfação do cliente;  
Continuar usando a marca;  
Recompra;  
Recomendação;

## AGORA, VAMOS DESCOBRIR JUNTOS OS CAMINHOS DO CLIENTE ATÉ VOCÊ:

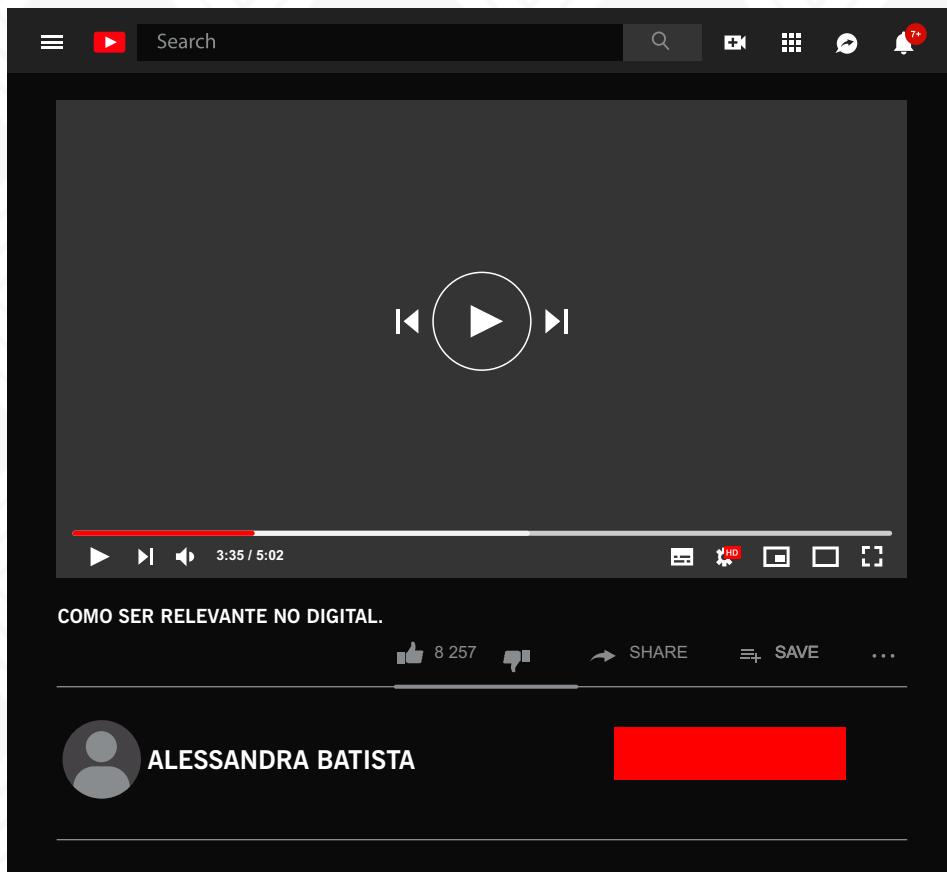


## ► Passo 01 - Assimilação e Atração

Neste ponto, você vai precisar estar presente onde os seus clientes estão, onde eles estão? Você precisa investir em propaganda e fazer o cliente ter consciência sobre a marca de forma planejada. Como você pode fazer isso usando as mídias digitais?

- **TENHA CONTEÚDO RELEVANTE.**
- **CREIE MEMÓRIAS E MOSTRE SEUS DIFERENCIAIS.**
- **CHAME A ATENÇÃO!**
- **VEJA O QUE O MERCADO ESTÁ FAZENDO.**

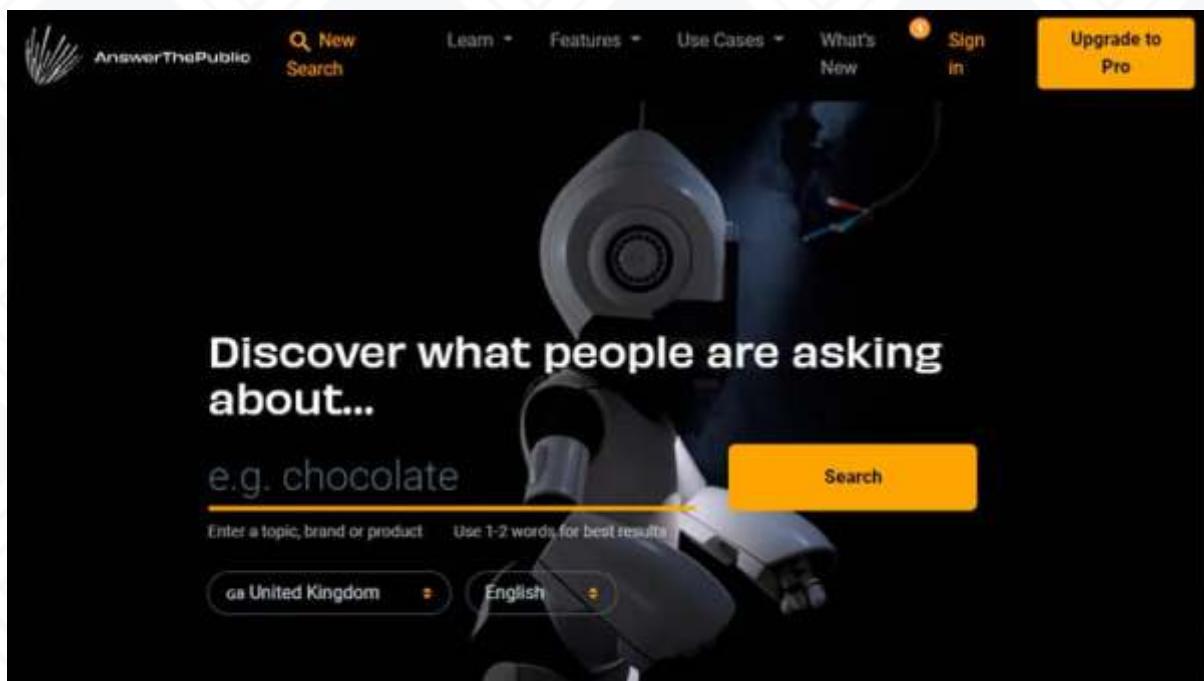
**QUER SABER MAIS SOBRE ISSO, CLIQUE NO VÍDEO E ACOMPANHE:**





# ALGUNS SITES GRATUITOS QUE PODEM AJUDAR VOCÊ:

► CLIQUE NA IMAGEM E CONHEÇA O SITE



► CLIQUE NA IMAGEM E CONHEÇA O SITE

About Store Gmail Images Sign In

# Google



Google Search I'm Feeling Lucky



## ► AGORA MÃO NA MASSA

### ► ATIVIDADE 05:

**5.1** - Descreva onde seu público busca o seu negócio, qual a primeira mídia que ele procura o seu tipo de produto

~~5.2~~ - Liste os 10 principais interesses que o seu cliente tem sobre o seu produto ou serviço, crie tópicos sobre eles e escreva-os.

**5.3** - Descreva seus 5 principais diferenciais.

**5.4** - Escolha a mídia digital para divulga-los, lembre-se aquela na qual o cliente busca pelo seu negócio.

## ► Arguição

Neste momento o cliente quer saber mais sobre a sua marca, você já chamou atenção, agora precisar estar munido de todas as informações adicionais sobre o seu produto ou serviço.

### ► ALGUMAS DICAS:

- Saiba qual o problema você está resolvendo do seu cliente.
- Conheça o seu cliente.
- Tenha Scripts prontos.



- Use catálogos no WhatsApp.
- Atualize sempre seu perfil comercial nas mídias digitais.
- Mostre como outros clientes já se sentiram usando o seu produto.

► **AGORA MÃO NA MASSA**

## ► **ATIVIDADE 06:**

**6.1** - Cite 5 informações que precisa para reconhecer a solução que o seu cliente está precisando.

**6.2** - Cite as 5 principais dúvidas sobre o seu produto ou serviço o seu cliente poderia ter.

**6.3** - Cite as 5 principais dúvidas sobre o seu produto ou serviço o seu cliente poderia ter.

**6.4** - Descreva que materiais podem ser usados para enviar a mais para o cliente para demonstrar confiança do seu produto?  
Catálogos? Fotos? Planilhas?

**6.5** - Descreva as mídias que irá usar para demonstrar a satisfação dos clientes com seu negócio.





**Este é o momento de manter relacionamento com o possível cliente final, afinal o lead já chegou até você. Ele precisa só de uma mãozinha para fechar o negócio. Você investiu tempo e dinheiro para que ele pudesse encontrar você, ver suas mídias e se interessar pelo seu produto, agora, mantenha-o por meio de um relacionamento.**

**► ALGUMAS DICAS QUE PODEM SER USADAS:**

Lembra das etiquetas que falamos no whatsapp? Você pode usa-las para segmentar seus clientes e mante-los sempre a vista. Não se esqueça que para ter as etiquetas precisa cadastrá-los com um contato e suas preferências. Por isso, conheça o cliente e segmente seu público.

**► AGORA MÃO NA MASSA**

**► ATIVIDADE 07:**

**7.1 - Descreva como você irá manter o cliente que chegou até você?  
Etiquetas, planilhas?**

**7.2 - Use as informações e construa suas mídias**

**7.3- Cite as 5 principais dúvidas sobre o seu produto ou serviço o seu cliente poderia ter.**

**7.4 - Segmente seus clientes de acordo com seu negócio e preferência.**

**7.5 - Crie etiquetas para cada segmento.**

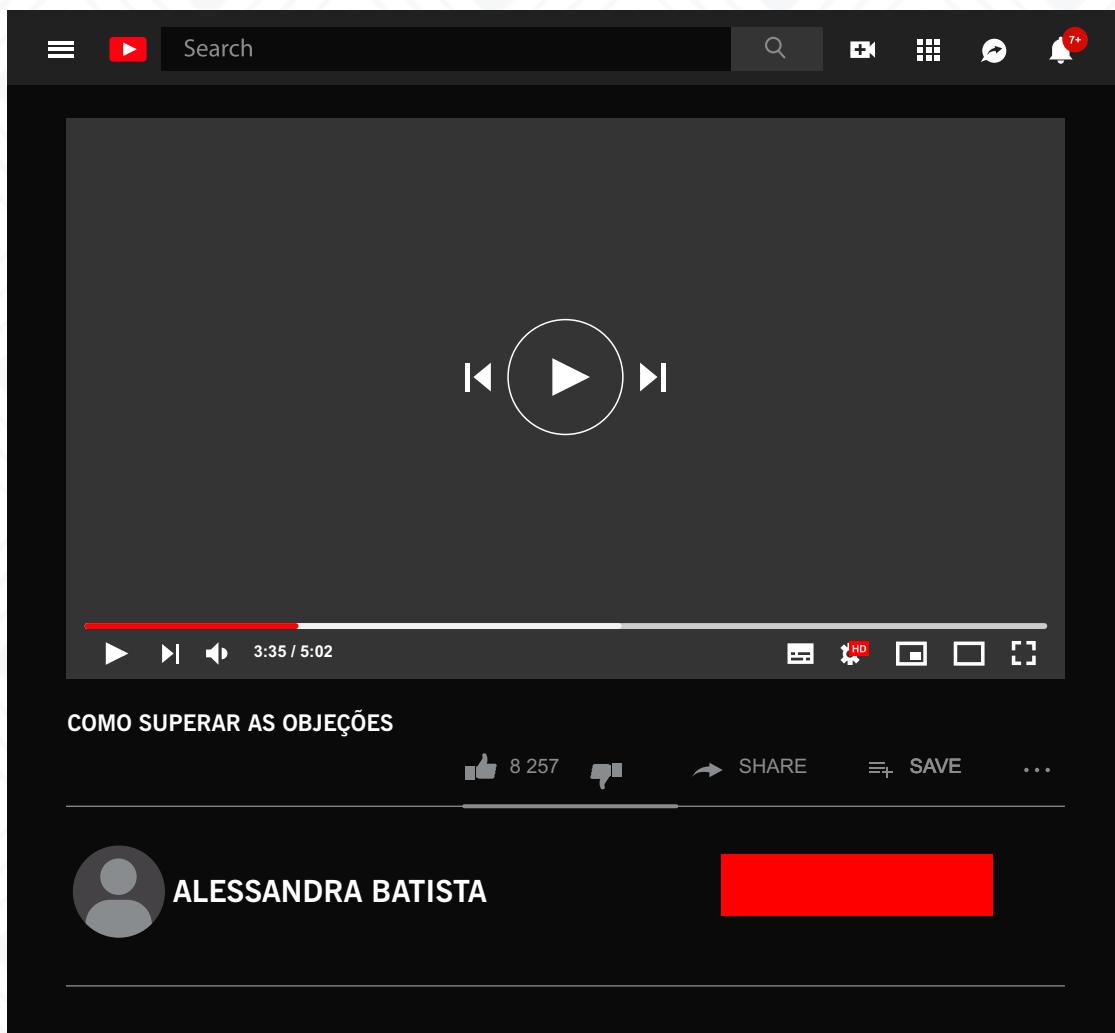




## ► PROPOSTA/ NEGOCIAÇÃO/ AÇÃO

Esse é o momento que o cliente vai até você de forma física ou online para comprar o seu produto, muitas vezes nesse momento ele quer negociar ou poderá ter objeções para fechar o negócio. Nesse momento você precisa demonstrar as vantagens do seu produto.

## VÍDEO COM AS PRINCIPAIS OBJEÇÕES DOS CLIENTES:





## ► AGORA MÃO NA MASSA

### ► ATIVIDADE 08:

**8.1** - Liste 05 principais objeções do cliente?

**8.2** - Agora responda demonstrando as vantagens do seu produto.

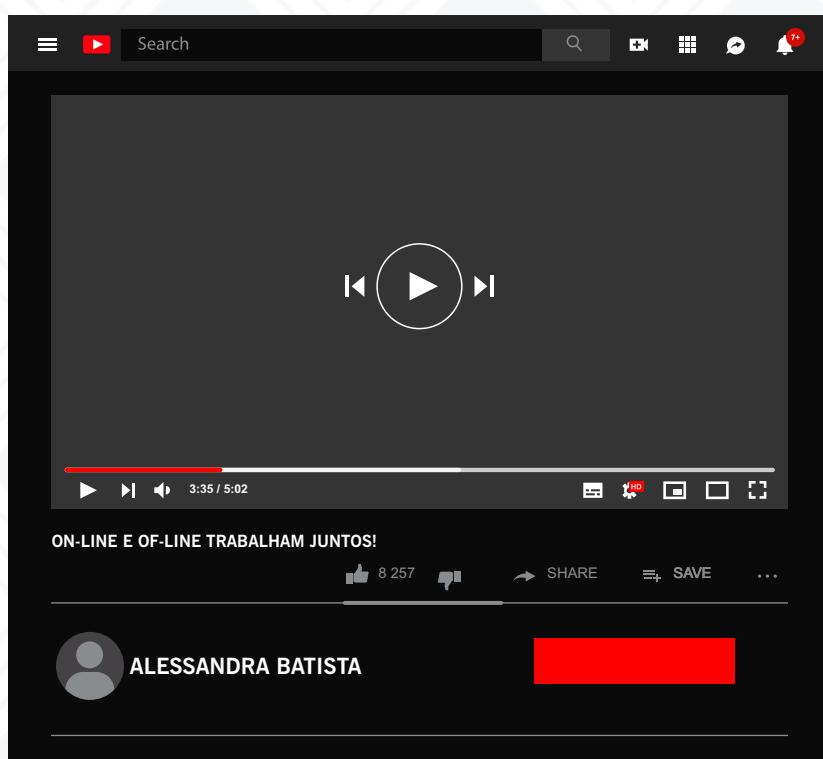
**8.3** - Encontre quais as mídias ele faz as objeções.

**8.4** - Crie scripts e mensagens rápidas com as respostas.

## ► IMPORTANTE

Para o cliente chegar até a fase final você precisa entender o seu caminho das mídias e na venda física e interliga-las. Como você pode fazer isso? Por meio de links e trabalhando junto o onlline com o offline.

### SAIBA MAIS NO VÍDEO A SEGUIR





## ► APOLOGIA/ RECOMPRA/ ENCANTAMENTO

Esse é o momento de manter o seu cliente, você quer que ele volte então não deixe ele só passar por você.

- Faça Campanhas,
- Pesquise sua satisfação

### ► ATIVIDADE 09:

**9.1** - Descreva 3 tipos de campanhas que irá fazer usando as mídias, quando será feito e por quem.

**9.2** - Descreva as 3 principais perguntas sobre pesquisa de satisfação e como ela será executada.

**9.3** - Crie 1 campanha que faça o seu cliente satisfeito lhe indicar para mais pessoas.

► PARA TRABALHAR NAS MÍDIAS DIGITAIS VOCÊ  
PRECISA SE ORGANIZAR E DE UMA AJUDINHA DOS APP GRATUITOS:

- **CANVA** – Para editar fotos e montagens.
- **INSHOT** – Para editar vídeos.
- **BUSSINESS SUIT** – Para organizar as postagens, Organiza o dia a dia das publicações. Você pode usa-lo da seguinte forma:
  - 1 dia para pensar nas idéias;
  - 1 dia para gravações do dia a dia.
  - 1 dia para edição e agendamento.



## ● **TRELLO** – Para organizar clientes ou ideias.

### ► DESAFIOS:

- 1 post por dia.
- 2 reels por semana.
- 3 stories por dia.

► **ESTOU PREPARADO PARA O MERCADO DIGITAL?  
MEUS COLABORADORES ESTÃO?**

► **ASSISTA O VÍDEO E SAIBA MAIS:**

A screenshot of a YouTube video player interface. The video player has a dark theme. At the top, there's a navigation bar with a menu icon, a play button, a search bar, and other video controls. The main area is a large black rectangle with a play button icon in the center. Below the video area is a progress bar showing "3:35 / 5:02". At the bottom of the player are standard YouTube controls: play, pause, volume, and a like/dislike button. Below the player, the video title "ESTOU PREPARADO PARA ENTRAR NO DIGITAL?" is visible, along with the number of likes (8 257), a share button, a save button, and a more options button. At the very bottom, there's a user profile picture of a person named "ALESSANDRA BATISTA" and a large red rectangular button.



## ► ATIVIDADE 01:

Agora é com você, faça a matriz de swot e aponte pelo menos 3 pontos para cada item:

## ► MATRIZ SWOT (FOFA) e CANVAS

### ► MATRIZ SWOT (FOFA)

	AJUDA	ATRAPALHA
INTERNA (Organização)	1. 2. 3.	1. 2. 3.
EXTERNA (Ambiente)	1. 2. 3.	1. 2. 3.

**1.1 - Como utilizar minhas forças com ênfase?**

**1.2 - Como contornar minhas fraquezas?**

**1.3 -Como aproveitar as oportunidades de mercado?**

**1.4 - Como monitorar as ameaças do mercado?**



## ► ATIVIDADE 02:

**2.1** - Quem são seus clientes, o que eles fazem e porquê?

**2.2** - Quais são seus diferenciais do mercado?

**2.3** - Que produtos e/ou serviços serão entregues aos seus diferentes segmentos de clientes?

**2.4** - Que problemas dos clientes está ajudando a resolver?

**2.5** - Que necessidades dos clientes estão sendo satisfeitas?



## ► ATIVIDADE 03:

**3.1** - Configure seu perfil comercial:

**3.2** - Crie seu catálogo comercial:

**3.3** - Cria suas respostas automáticas de saudação e ausência.

**3.4** - Para criar seus atalhos de respostas rápidas pense nas 5 indagações frequentes dos clientes e 2 mensagens que você envia com frequência, pode ser pesquisa de satisfação por exemplo, e responda-as.



## ► ATIVIDADE 04:

- 4.1** - Grave seu dia a dia e mostre seus bastidores.
- 4.2** - Descreva um calendário de postagens utilizando as principais duvidas dos seus clientes.
- 4.3** - Utilize um dia para organizar ideias no Trello, outro para edição no Canva e outro para programação de postagens como o business suit para auxiliar.
- 4.4** - Encaixe o seu negócio nas trends do momento.



## ► ATIVIDADE 05:

**5.1 - Descreva onde seu público busca o seu negócio, qual a primeira mídia que ele procura o seu tipo de produto**

~~5.2~~ **listar os 10 principais interesses que o seu cliente tem sobre o seu produto ou serviço, crie tópicos sobre eles e escreva-os.**

**5.3 - Descreva seus 5 principais diferenciais.**

**5.4 - Escolha a mídia digital para divulga-los, lembre-se aquela na qual o cliente busca pelo seu negócio.**



## ► ATIVIDADE 06:

**6.1** - Cite 5 informações que precisa para reconhecer a solução que o seu cliente está precisando.

**6.2** - Cite as 5 principais dúvidas sobre o seu produto ou serviço o seu cliente poderia ter.

**6.3** - Cite as 5 principais dúvidas sobre o seu produto ou serviço o seu cliente poderia ter.

**6.4** - Descreva que materiais podem ser usados para enviar a mais para o cliente para demonstrar confiança do seu produto?  
Catálogos? Fotos? Planilhas?

**6.5** - Descreva as mídias que irá usar para demonstrar a satisfação dos clientes com seu negócio.



## ► ATIVIDADE 07:

- 7.1** - Descreva como você irá manter o cliente que chegou até você?  
Etiquetas, planilhas?
- 7.2** - Use as informações e construa suas mídias
- 7.3**- Cite as 5 principais dúvidas sobre o seu produto ou serviço o seu cliente poderia ter.
- 7.4** - Segmente seus clientes de acordo com seu negócio e preferência.
- 7.5** - Crie etiquetas para cada segmento.



## ► ATIVIDADE 08:

**8.1** - Liste 05 principais objeções do cliente?

**8.2** - Agora responda demonstrando as vantagens do seu produto.

**8.3** - Encontre quais as mídias ele faz as objeções.

**8.4**- Crie scripts e mensagens rápidas com as respostas.



## ► ATIVIDADE 09:

**9.1** - Descreva 3 tipos de campanhas que irá fazer usando as mídias, quando será feito e por quem.

**9.2** - Descreva as 3 principais perguntas sobre pesquisa de satisfação e como ela será executada.

**9.3** - Crie 1 campanha que faça o seu cliente satisfeito lhe indicar para mais pessoas.

## ► ALESSANDRA BATISTA



- Gestora comercial há 10 anos, gerenciando e desenvolvendo equipes.
- Consultora de Marketing e Vendas.
- Docente Unama.
- Mestranda em Propriedade Intelectual e transferência de tecnologia para a inovação.
- Contato ( 93) 99176-1867