**INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DA BAHIA CAMPUS EUNÁPOLIS**

**CURSO SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM ANÁLISE E DESENVOLVIMENTO DE SISTEMAS**

**TÍTULO**

**Eunápolis**

**2024**

**ICARO SANTOS AURICH**

**TÍTULO**

**Trabalho de Conclusão de Curso apresentado como requisito parcial à obtenção do título de Tecnólogo em Análise e Desenvolvimento de Sistemas da Coordenação do Curso de Análise e Desenvolvimento de Sistemas do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia da Bahia.**

**Orientador: Prof. Marco Antônio Paranhos Silva**

**EUNÁPOLIS**

**2024**

**ICARO SANTOS AURICH**

**TÍTULO**

**Trabalho de Conclusão de Curso apresentado como requisito parcial à obtenção do título de Tecnólogo em Análise e Desenvolvimento de Sistemas da Coordenação do Curso de Análise e Desenvolvimento de Sistemas do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia da Bahia.**

**Orientador: Prof. Marco Antônio Paranhos Silva**

**DEDICATÓRIA**

**AGRADECIMENTO(S)**

**RESUMO**

**ABSTRACT**

**SUMÁRIO**

1. **INTRODUÇÃO........................................................................................ 999**
   1. **OBJETIVOS............................................................................................ 999**
2. **REFERENCIAS....................................................................................... 999**
3. **INTRODUÇÃO**

No universo empresarial contemporâneo, onde a presença digital é fundamental, a publicação de conteúdo por parte das empresas desempenha um papel crucial na sua visibilidade e sucesso. Este trabalho propõe-se a explorar a relevância estratégica da publicação oportuna de postagens por empresas em suas plataformas online.

A publicação de postagens pelas empresas em suas redes sociais, sites e outros canais digitais é uma ferramenta poderosa para construir e fortalecer relacionamentos com os clientes, aumentar o reconhecimento da marca e impulsionar as vendas. Por meio dessas postagens, as empresas podem compartilhar informações relevantes, promover produtos e serviços, fornecer suporte ao cliente e demonstrar sua expertise em determinadas áreas.

Além disso, as postagens empresariais servem como uma forma de engajar a audiência e criar uma comunidade em torno da marca. A interação regular com os clientes por meio de conteúdo relevante e interessante ajuda a construir confiança e lealdade, fundamentais para o sucesso a longo prazo de qualquer negócio.

Tão importante quanto o conteúdo das postagens é o momento em que são publicadas. O horário de publicação desempenha um papel crucial na eficácia da comunicação empresarial online. Publicar no momento certo pode aumentar significativamente o alcance das postagens, a taxa de engajamento e, consequentemente, o impacto geral das estratégias de marketing digital.

Estudos mostram que o comportamento dos usuários nas redes sociais varia ao longo do dia e da semana. Compreender esses padrões e adaptar os horários de publicação de acordo com o público-alvo específico de uma empresa pode resultar em maior visibilidade e interação com o conteúdo.

Na revisão de literatura sobre a influência da publicidade nas vendas, é importante considerar as análises e resultados apresentados por especialistas na área. Uma referência significativa neste contexto é o artigo "Quem divulga mais vende mais?", publicado pela RoiDigital. Segundo a matéria:

"A resposta é sim, a divulgação da sua marca e de seus produtos acrescentam credibilidade e visibilidade para sua empresa" (Roid.com.br, [2021]).

Em relação ao momento ideal para publicações em plataformas de redes sociais, a análise do impacto do timing específico para maximizar o alcance e a interação do conteúdo é fundamental. Um estudo relevante nesta área é encontrado no artigo "Quais os melhores horários para postar no Instagram em 2024?", publicado pelo HubSpot. Este trabalho aborda a temática sob a perspectiva da importância de escolher o momento certo para postagens, especialmente considerando a vasta base de usuários do Instagram. Segundo o artigo:

"O Instagram tem mais de 1 bilhão de usuários ativos. Isso significa que saber as horas para postar no Instagram pode ter um grande impacto no alcance das publicações, mesmo que ainda não exista um consenso sobre o tema entre os profissionais da área" (Rakky Curvelo, [2024]).

Este trecho ressalta não apenas a impressionante quantidade de usuários ativos do Instagram, mas também a importância de compreender os melhores momentos para publicar, a fim de maximizar a visibilidade das postagens. Por exemplo, durante eventos como o Dia das Mães ou o Dia dos Pais, é provável que as postagens relacionadas a essas datas tenham maior engajamento se forem feitas em horários estratégicos, como durante o almoço, quando muitos usuários estão mais propensos a acessar suas redes sociais em seus smartphones. A ausência de um consenso claro entre os profissionais sobre o horário ideal sublinha a complexidade dessa tarefa e destaca a necessidade de uma estratégia de marketing digital que seja tanto personalizada quanto adaptativa, levando em consideração os padrões específicos de comportamento do público-alvo.

A pesquisa de Lizandra Muniz, publicada no site Rock Content, fornece insights valiosos sobre estratégias para aumentar a atenção em posts de redes sociais. Em particular, o segundo tópico do artigo intitulado "5 maneiras de chamar mais atenção para seus posts" destaca a importância de compreender o horário em que o público-alvo está mais ativo online. Muniz aponta:

"Você sabe em qual horário seu público-alvo está online? Em que momento do dia eles estão mais ativos, compartilhando postagens e interagindo entre si?"( Lizandra Muniz, [2015])

Ela prossegue, enfatizando que ter uma noção precisa desses horários pode ser crucial para aumentar o alcance orgânico das postagens. Este ponto ressalta a necessidade de um entendimento detalhado dos padrões de comportamento do público-alvo para otimizar as estratégias de marketing digital e garantir uma maior visibilidade e engajamento nas redes sociais

Não é garantido ter um funcionário em tempo integral para assegurar a publicação no momento ideal, o que ressalta a necessidade de explorar soluções em formato de software como uma potencial alternativa para abordar essa questão.

Portanto, neste trabalho, investigaremos a eficácia dos softwares dedicados à gestão de conteúdo visual no contexto empresarial. Através desta análise, pretendemos determinar se o uso de tais softwares pode efetivamente aumentar a visualização e o engajamento com o conteúdo publicado, contribuindo assim para o sucesso e crescimento da empresa. A pergunta central que norteará este estudo é: De que maneira um software pode contribuir para otimizar as negociações e revisões de conteúdo visual, além de facilitar o agendamento de publicações, visando aumentar a visualização e engajamento em pró da empresa?

* 1. **Objetivos**

**Desenvolver um software para contribuir com a otimização das negociações e revisões de conteúdo visual e facilitar o agendamento de publicações, visando aumentar a visualização e engajamento em pró da empresa.**

**REFERENCIAS**

[**https://roid.com.br/quem-divulga-mais-vende-mais/**](https://roid.com.br/quem-divulga-mais-vende-mais/)

[**https://br.hubspot.com/blog/marketing/melhor-horario-publicar-instagram**](https://br.hubspot.com/blog/marketing/melhor-horario-publicar-instagram)

[**https://rockcontent.com/br/blog/maneiras-de-chamar-mais-atencao-para-seus-posts/**](https://rockcontent.com/br/blog/maneiras-de-chamar-mais-atencao-para-seus-posts/)