**Estudo de Caso: Estratégia de Mídias Sociais para uma Empresa de Moda**

**Contexto:**

Uma empresa de moda está buscando expandir sua presença nas mídias sociais para aumentar sua visibilidade, atrair mais clientes e impulsionar as vendas. Eles têm uma loja física e uma loja online, e desejam utilizar as mídias sociais como uma ferramenta eficaz de marketing e comunicação com o público-alvo.

**Objetivos:**

Aumentar o número de seguidores e fãs nas mídias sociais.

Gerar engajamento com o público, estimulando curtidas, comentários e compartilhamentos.

Promover os produtos da empresa e direcionar o tráfego para a loja online.

Estabelecer a marca como referência no setor da moda.

**Perguntas Dissertativas:**

1. Quais são as principais mídias sociais que você recomendaria para a empresa de moda e por quê?
2. Descreva uma estratégia para aumentar o número de seguidores e fãs nas mídias sociais da empresa.
3. Como você pode incentivar o engajamento do público com as publicações da empresa de moda?
4. Explique como as mídias sociais podem ser utilizadas para promover os produtos e direcionar o tráfego para a loja online da empresa.
5. Quais são algumas boas práticas para estabelecer a marca como referência no setor da moda nas mídias sociais?

**Perguntas de Múltipla Escolha:**

1 - Qual é o objetivo principal da empresa de moda ao utilizar as mídias sociais?

a) Aumentar a visibilidade da marca

b) Gerar vendas imediatas

c) Expandir a loja física

d) Contratar influenciadores digitais

2- Qual é a melhor abordagem para aumentar o número de seguidores nas mídias sociais?

a) Comprar seguidores falsos

b) Publicar conteúdo de qualidade e relevante

c) Seguir indiscriminadamente outras contas

d) Ignorar interações com o público

3 - Como você pode incentivar o engajamento do público nas mídias sociais?

a) Publicar com pouca frequência

b) Responder aos comentários e mensagens privadas

c) Ignorar feedbacks negativos

d) Remover comentários críticos

4 - Qual é a importância de acompanhar as métricas e análises das mídias sociais?

a) Identificar os concorrentes diretos da empresa

b) Medir o ROI (Retorno sobre Investimento) das campanhas nas mídias sociais

c) Aumentar o número de seguidores de forma imediata

d) Ignorar o feedback do público

5 - Qual é o papel dos influenciadores digitais nas estratégias de mídias sociais?

a) São desnecessários, pois não têm impacto real na decisão de compra dos consumidores

b) Podem ajudar a alcançar um público mais amplo e aumentar a credibilidade da marca

c) Devem ser evitados, pois podem prejudicar a reputação da empresa

d) São responsáveis por criar todo o conteúdo das mídias sociais da empresa