



Inteligência e Soluções
em mídias digitais

Membro internacional da WOMMA, Associação Mundial do Marketing Boca-a-Boca, desde 2009.
Primeira agência latino-americana a ganhar o Wommy Awards, oscar das redes sociais.





Planejamento de Gestão de Mídias Sociais

Última atualização:
outubro de 2012

Playbook - Supergasbras

Objetivos

Metas de *branding/ awareness*

Aumentar conhecimento da marca

Reconhecimento como melhor solução de energia / liderança em distribuição

Associar-se a inovação, segurança, energia

Metas de relacionamento/engajamento

Engajamento e fidelização

Qualificar e aumentar base de dados

Métricas

Metas de *branding/ awareness*

Evolução no número de menções em redes sociais;
Evolução na associação da marca aos termos “inovação”,
“segurança”, “distribuição” e “energia” vis a vis os concorrentes;

Metas de relacionamento/engajamento

Tamanho e qualidade da base;
Evolução taxas de engajamento e participação;
Fluxo de visitas ao site (quanti e quali).

Métricas

Metas de *branding/ awareness*

Evolução no número de menções em redes sociais;
Evolução na associação da marca aos termos “inovação”,
“segurança”, “distribuição” e “energia” vis a vis os
concorrentes;

Equilíbrio editorial entre geração de *buzz*, vivência das palavras-chave do conceito e subsídio técnico para reverberação.

Metas de relacionamento/engajamento

Tamanho e qualidade da base;
Evolução taxas de engajamento e participação;
Fluxo de visitas ao site (quanti e quali).

Métricas

Metas de *branding/ awareness*

Evolução no número de menções em redes sociais;
Evolução na associação da marca aos termos “inovação”,
“segurança”, “distribuição” e “energia” vis a vis os
concorrentes;

Metas de relacionamento/engajamento

Tamanho e qualidade da base;
Evolução taxas de engajamento e participação;
Fluxo de visitas ao site (quanti e quali).

Qualidade de conteúdo e fomento ao
member-get-member.

Destrinchando a marca

A marca Supergasbras possui valores que serão fundamentais para a construção do projeto editorial em redes sociais. São eles:

- **Energia**
 - Versatilidade / Flexibilidade de usos
 - Acessibilidade
 - Baixo custo
- **Inovação**
 - Segurança
 - Tecnologia
- **Sustentável**
 - Energia limpa
 - Preocupação com o meio ambiente
- **Multiuso/Humana**
 - Culinária
 - Projetos sociais



Destrinchando a marca

A marca Supergasbras possui valores que serão fundamentais para a construção do projeto editorial em redes sociais. São eles:

- **Energia**
 - Versatilidade / Flexibilidade de usos
 - Acessibilidade
 - Baixo custo
- **Inovação**
 - Segurança
 - Tecnologia
- **Sustentável**
 - Energia limpa
 - Preocupação com o meio ambiente
- **Multiuso/Humana**
 - Culinária
 - Projetos sociais

Abordagens mais técnicas. Segurança + Utilizações

Explorar:

- Formas de utilização
- Pontos de venda
- Tecnologia envolvida
- Dicas de segurança
- Curiosidades
- Mitos e verdades

Destrinchando a marca

A marca Supergasbras possui valores que serão fundamentais para a construção do projeto editorial em redes sociais. São eles:

- **Energia**
 - Versatilidade / Flexibilidade de usos
 - Acessibilidade
 - Baixo custo
- **Inovação**
 - Segurança
 - Tecnologia
- **Sustentável**
 - Energia limpa
 - Preocupação com o meio ambiente
- **Multiuso/Humana**
 - Culinária
 - Projetos sociais

Abordagens como dicas domésticas. Consumo consciente + Praticidade

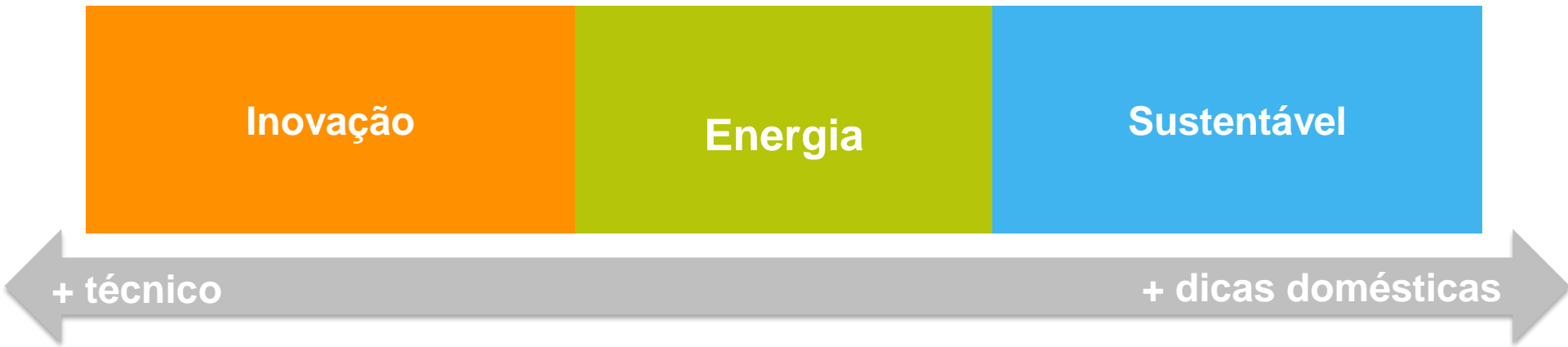
Explorar:

- Receitas
- Economia de produtos
- Reaproveitamento
- Dicas
- Fugir do universo botijão na cozinha
- Valorizar a marca através de aproximação

Matriz macro de conteúdo

Energia

Matriz macro de conteúdo



Projeto editorial

Conteúdo das atualizações: tom/objetivo

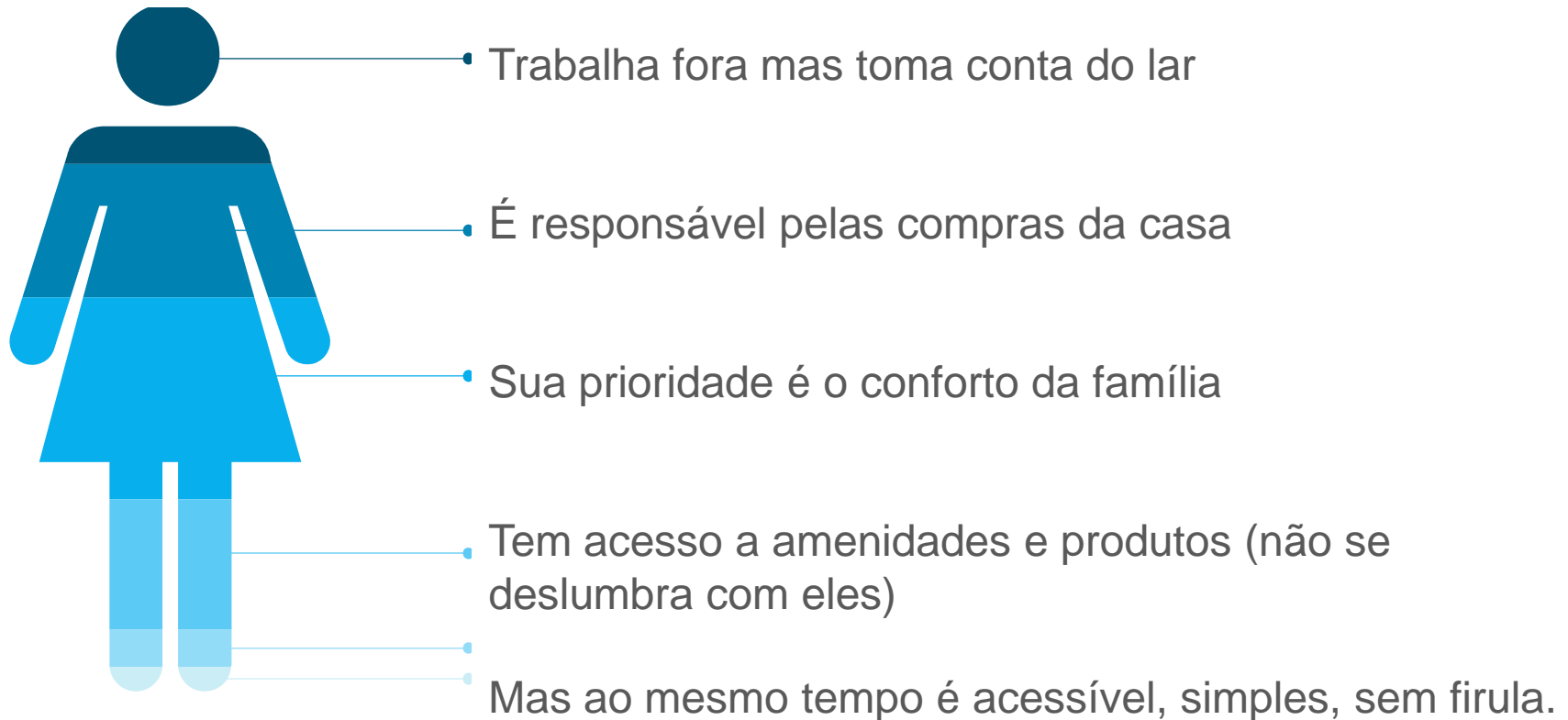
A presença de Supergasbras em redes sociais será:

- Acolhedora
- Educada
- Acessível
- Amiga
- Positiva
- Confiante
- Moderna

Projeto editorial

Conteúdo das atualizações: tom/objetivo

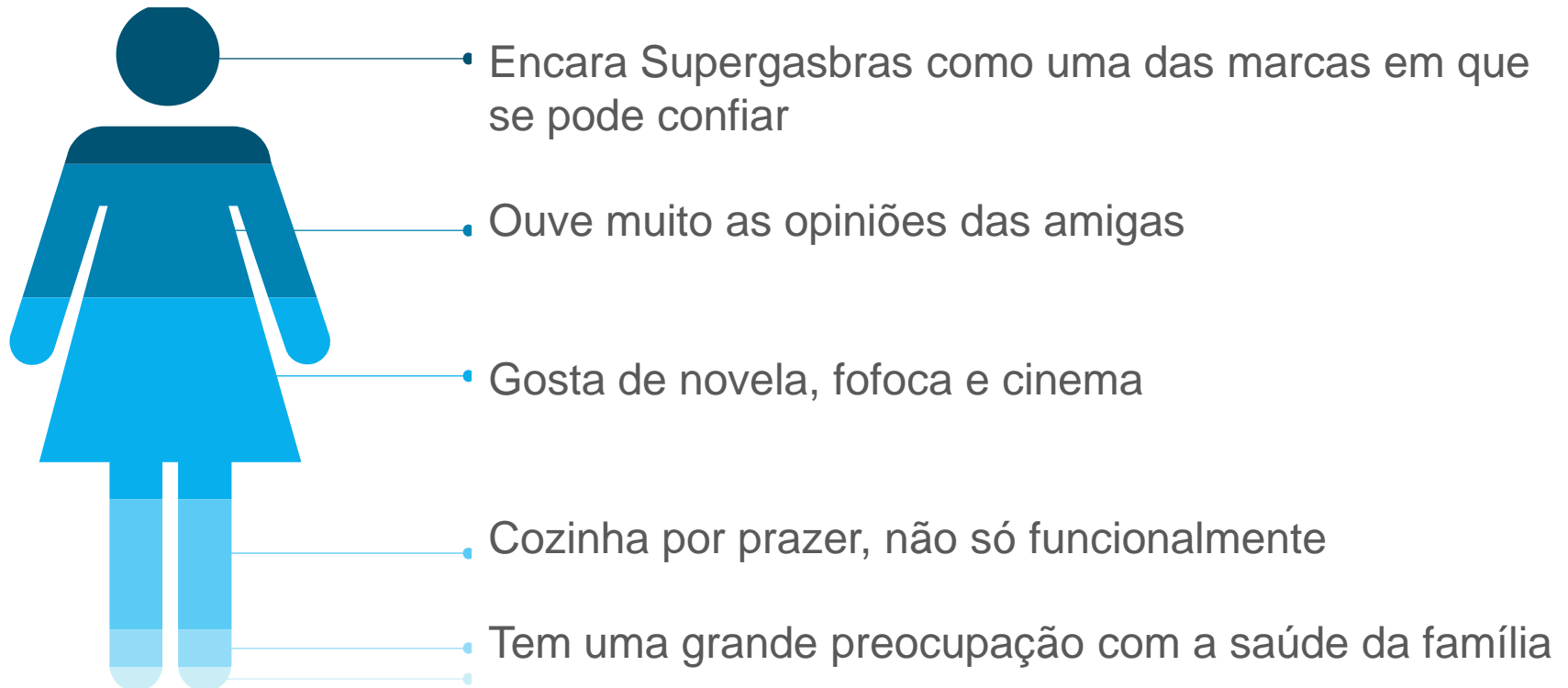
A personificação da marca será uma mulher de 30 anos:



Projeto editorial

Conteúdo das atualizações: tom/objetivo

A personificação da marca será uma mulher de 30 anos:



Projeto editorial

Conteúdo das atualizações: linguagem

Como Supergasbras falará?

Quem fala	1ª pessoa do plural (estamos, gostamos, queremos)	Permite proximidade máxima com o leitor através da identificação com as sensações, emoções e opiniões. Os pensamentos são facilmente transmitidos, já que se "conversa" diretamente com o leitor.
Com quem fala	Singular (você)	Direcionar a informação para que a usuária se sinta única. Ache que estamos falando diretamente com ela.
Posicionamento	Mulher de 30 anos, confiante e atendida	Trabalhar o aspiracional da mulher moderna, que é bem-sucedida profissionalmente e preocupada com a casa e família.
Público	25-55 (ênfase no 25-35)	

Projeto editorial

Diretrizes para posts: o que fazer e o que não fazer?

Pode/Deve	Não Pode
Encurtar links nas postagens	Comparar/citar a concorrência
Mandar “abraços” no fim de uma resposta	Abordar assuntos religiosos e política
Curtir comentários	Pedir para seguir o perfil (Instagram)
Fazer posts regionais dependendo do assunto	Fazer enquetes com opções de voto através de curta, comente e compartilhe (Facebook)
Compartilhar notícias de interesse	Utilizar fotos pequenas ou pixerizadas
	Utilizar gírias
	Utilizar memes

Novos projetos editoriais

Supergasbras estará presente de forma oficial nas redes sociais por meio dos seguintes canais:

Instagram

@CozinhasdoBrasil

Facebook

/Supergasbras

**Como cada plataforma
falará com seu público?**



Projeto Editorial: Facebook

Projeto editorial: Facebook

Itens	Fan Page
Objetivo	Relacionamento e construção de marca.
Postagens/dia	Até 2 posts em dias úteis e 1 post em feriados e fins de semana. Atualizações em tempo real no horário comercial dos dias úteis e programadas para feriados, fins de semana (no dia útil anterior) e períodos noturnos.
Perfil	Mãe de família, chefe do lar, não necessariamente dona de casa. Antenada, se preocupa com o bem estar de sua família e compartilha dicas sobre vida saudável.
Estilo	Posts mais práticos, orientado para compartilhamento das informações
Mural	Aberto. Fãs podem postar comentários, fotos, vídeos e links.

Projeto editorial: Facebook

Iremos definir indicadores que nos permitirão mensurar a performance da página:

KPIs



- Fãs
- Visitas geradas ao site
- Impressões de posts nos feeds
- Usuários ativos
- Engajamento/interação

Projeto editorial: Facebook

Termos de Uso: Para garantir que todos se sintam respeitados, a administração da página segue algumas regras. Serão removidos os posts que contenham:

- Qualquer forma de discriminação em virtude de raça, sexo, cor, origem ou condição social;
- Mensagens que sejam abusivas, difamatórias ou obscenas;
- Mensagens que violem qualquer direito de propriedade intelectual ou outros direitos;
- Mensagens com insultos ou palavrões;
- Spam ou publicidade por meio de marcações e comentários em fotos e publicações;
- Conteúdo que não faça parte dos assuntos tratados por esta página ou que não sejam relacionados à marca;
- Informações pessoais de fãs e integrantes da equipe Supergasbras.

Projeto editorial: Facebook

O que esperar do Facebook?

- O Facebook é uma rede de engajamento. É preciso gerar envolvimento com a marca e as experiências de consumo.
- É o espaço da disseminação direcionada (entre conhecidos).
- É de longo prazo (afinidade, relevância, engajamento, diálogo).
- É uma plataforma de conversação 1-muitos (postagem) e muitos-muitos (comentários e murais).

Projeto editorial: Facebook

Conteúdo das atualizações: abordagem

A página será trabalhada como uma fonte interativa de informações sobre o universo Supergasbrás. Abordaremos assuntos relativos tanto ao tema família, que abrange os usuários do produto, quanto elementos que remetam ao gás produto (GLP, inovação) e ao gás conceitual (energia, movimento, sustentabilidade).

O objetivo é extrapolar este universo de diversas maneiras, estreitando laços com o consumidor, auxiliando-o no dia-a-dia. Criar um lugar em que se sinta convidado a compartilhar de suas experiências e criar conteúdo coletivo.

Além disso, vamos usar o Facebook para promover a argumentação mais técnica, apresentar a força do produto, mostrando seu lado ecológico e econômico, e tentar esclarecer dúvidas, desvendando alguns mitos a cerca do gás LP.

Projeto editorial: Facebook

Conteúdo das atualizações: abordagem

Elementos que utilizaremos na comunicação:

01. Cover:

Foto institucional da marca.

Será modificado de acordo com a ação em destaque.

Deve conter a logomarca como elemento fixo.



Projeto editorial: Facebook

Conteúdo das atualizações: abordagem

Elementos que utilizaremos na comunicação:

02. Foto do perfil:
Logo Supergasbras

2. Foto de Perfil

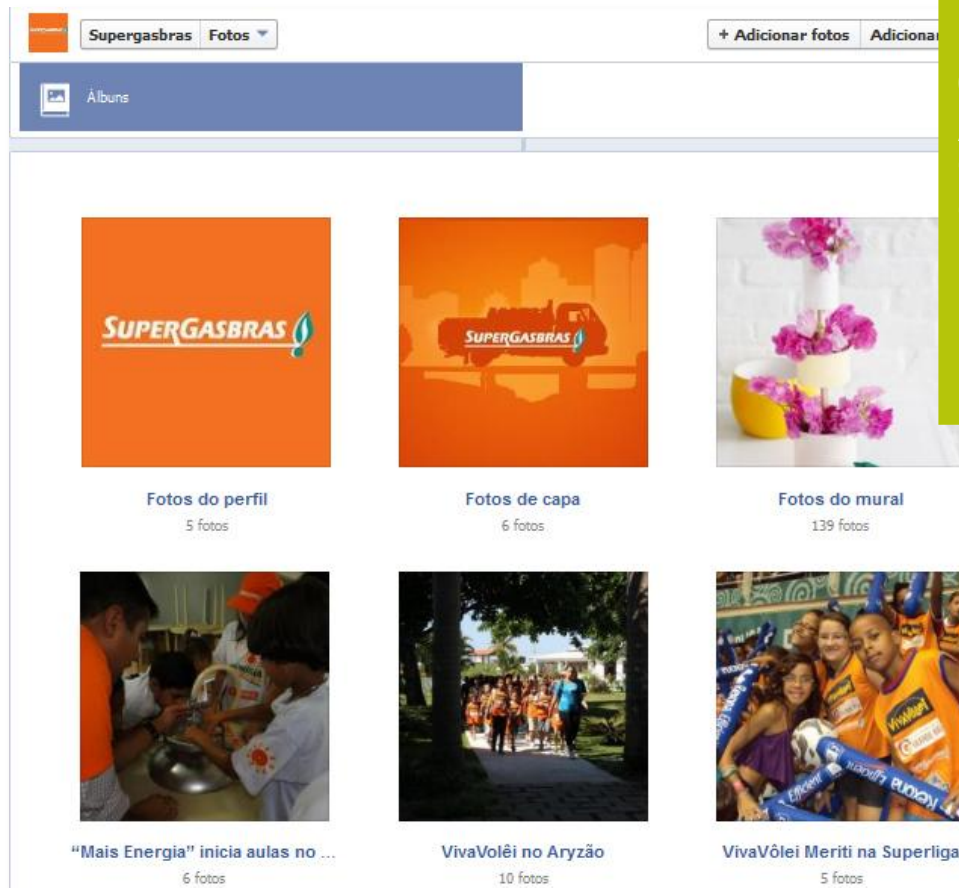
1. Cover



Projeto editorial: Facebook

Conteúdo das atualizações: abordagem

Elementos que utilizaremos na comunicação:



03. Fotos:

As fotos serão organizadas por "fotos do perfil", "fotos de capa", "fotos do mural" e "fotos de projetos".

Projeto editorial: Facebook

Conteúdo das atualizações: abordagem

Elementos que utilizaremos na comunicação:



Fotos de Perfil – agrupam as logomarcas colocadas no perfil da página (não muito trocada).

Fotos de Capa – agrupam as fotos colocadas no Cover (topo da página).

Fotos do Mural – agrupam todas as fotos postadas na timeline da página pelos administradores.

Fotos de Projetos – álbuns que agruparão as fotos de determinados projetos patrocinados pela Supergasbras.

Cada álbum deverá conter o título com o nome do projeto e a ação envolvida.

Projeto editorial: Facebook

Conteúdo das atualizações: abordagem

Elementos que utilizaremos na comunicação:



Todas as fotos da FanPage deverão conter a logo encurtada do Facebook e o /Supergasbras no canto inferior. Assim, ao serem compartilhadas ou copiadas para os perfis pessoais dos frequentadores/fãs, divulgarão a página.

OBS: Apenas imagens de fãs ou blogs não poderão levar a aplicação da logomarca.

Projeto editorial: Facebook

Conteúdo das atualizações: abordagem

Elementos que utilizaremos na comunicação:



03. Fotos:

Onde todos os álbuns da marca serão concentrados. É a primeira caixinha antes das outras abas e não possui capa estilizada. A última foto postada na timeline é transformada em capa.

Projeto editorial: Facebook

Conteúdo das atualizações: abordagem

Elementos que utilizaremos na comunicação:



Projeto editorial: Facebook

Conteúdo das atualizações: abordagem

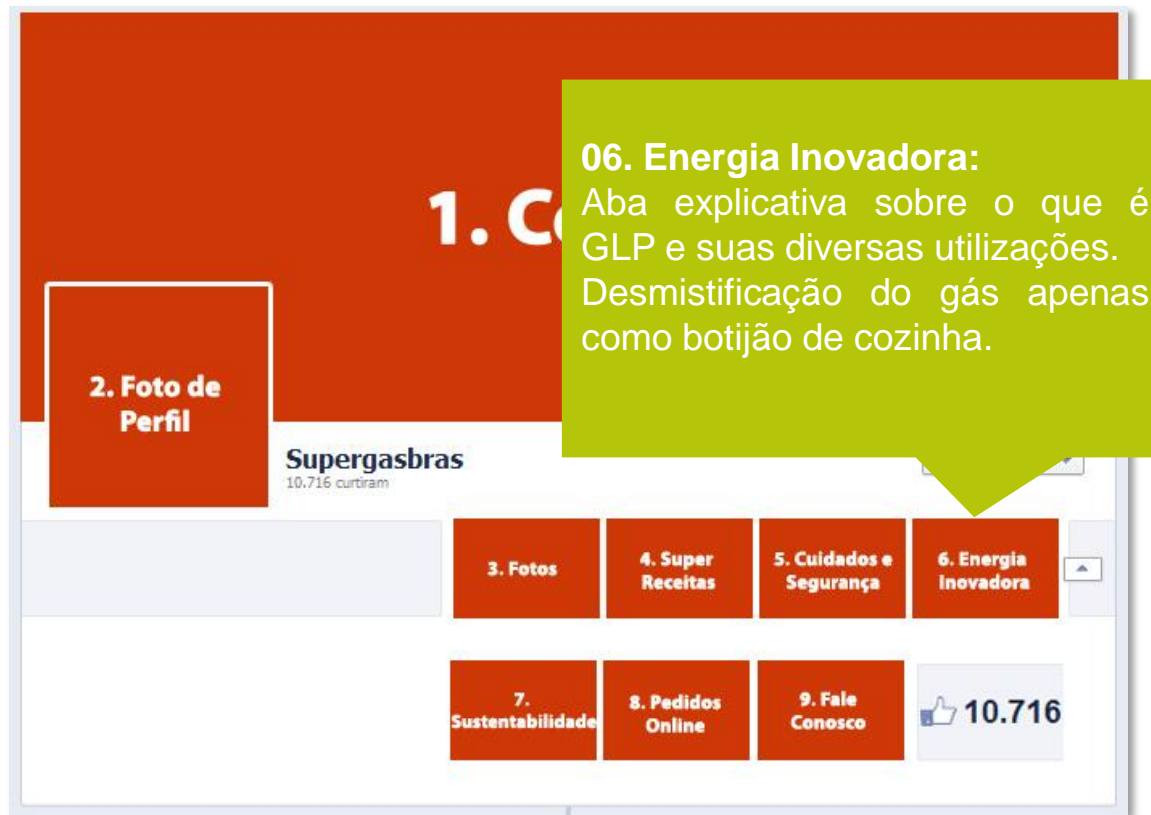
Elementos que utilizaremos na comunicação:



Projeto editorial: Facebook

Conteúdo das atualizações: abordagem

Elementos que utilizaremos na comunicação:



Projeto editorial: Facebook

Conteúdo das atualizações: abordagem

Elementos que utilizaremos na comunicação:



Projeto editorial: Facebook

Conteúdo das atualizações: abordagem

Elementos que utilizaremos na comunicação:



Projeto editorial: Facebook

Conteúdo das atualizações: abordagem

Elementos que utilizaremos na comunicação:



Projeto editorial: Facebook

Conteúdo das atualizações: abordagem

Elementos que utilizaremos na comunicação:



10. Curtir:

Número de pessoas que curtem a página. Esse box é fixo na página e não possui capa.

Projeto editorial: Facebook

Conteúdo das atualizações: abordagem

O Facebook é uma rede de afiliação. Com isso, as melhores práticas em FanPages no Facebook são aquelas que fomentam o senso de comunidade, de interesse comum e de reconhecimento à participação do fã.

Temos a nosso favor o fato de que a maioria dos usuários do Facebook no Brasil são mulheres, das grandes capitais e que o conteúdo de saúde/qualidade de vida, bem-estar, beleza/cuidados e relacionamento familiar estão entre os mais vastos e procurados por esse público.

Com isso, utilizaremos diversos estilos de posts de acordo com os objetivos traçados pelo plano de ação mensal.

Objetivos dos Posts	
Postagens de usuários na FanPage	Peso 5
Compartilhamento	Peso 4
Comentários	Peso 3
Clicar em links	Peso 2
Likes	Peso 1

Projeto editorial: Facebook

Conteúdo das atualizações: abordagem

Postagens com interatividade:

1. Dicas Domésticas (decoração, consumo consciente, reaproveitamento de alimentos e notícias)
2. Gás na Carreira
3. Curiosidades e Informações (produtos, mitos e verdades, cuidados e precauções)
4. Enquetes, Testes e Perguntas
5. Gincanas e Brincadeiras
6. Culinária
7. Gás na Autoestima

Projeto editorial: Facebook

Conteúdo das atualizações: dicas domésticas

Dia da semana:

Sem dia específico.

Posts em dias alternados no caso de festas e feriados (sujeito às datas do calendário).

Ganchos para publicar:

- Sustentabilidade envolvendo o universo reaproveitamento de alimentos, decoração com produtos recicláveis, economia domésticas e conscientização.
- Efemérides e calendário (final de semana, férias, festas, feriados, datas comemorativas – como montar uma festinha prática e econômica para seu filho, como deixar a mesa de jantar mais bonita etc).
- Notícias (baixas do setor alimentício e alternativas para o aumento de determinados alimentos).

Projeto editorial: Facebook

Conteúdo das atualizações: dicas domésticas



Projeto editorial: Facebook

Conteúdo das atualizações: dicas domésticas



Projeto editorial: Facebook

Conteúdo das atualizações: gás na carreira

Dia da semana:

Terça-feira.

Início da semana motiva as pessoas à novas metas, novos projetos. Começar algo diferente.

Ganchos para publicar:

- Tendências do mercado profissional, dicas de apresentação em entrevistas, montagem de currículo.
- Como aumentar a renda familiar com alguns trabalhos informais.

Periodicidade

Semanal.

Projeto editorial: Facebook

Conteúdo das atualizações: gás na carreira



#gasnacarreira: sem dúvida, fazer uma pós-graduação é uma ótima forma de turbinar sua carreira. Mas qual será a hora certa de fazer? Logo após a faculdade ou depois de algum tempo? <http://ow.ly/eR9U>

Projeto editorial: Facebook

Conteúdo das atualizações: gás na carreira



#gasnacarreira: os chinelos personalizados voltaram com tudo nesse verão. Já pensou em aprender a fazer e ganhar um extra nesse fim de ano? Não?! Veja como é fácil! <http://ow.ly/eR9iJ>

Projeto editorial: Facebook

Conteúdo das atualizações: curiosidades e informações

Dia da semana:

Sem dia específico.

Ganchos para publicar:

- Calendário (datas comemorativas – aniversário cidades etc).

O universo GLP será desmistificado através de temas como: curiosidades, mitos e verdades e cuidados/precauções de forma objetiva e atrativa.

Projeto editorial: Facebook

Conteúdo das atualizações: curiosidades e informações



Projeto editorial: Facebook

Conteúdo das atualizações: curiosidades e informações



Projeto editorial: Facebook

Conteúdo das atualizações: enquetes, testes e perguntas

Dia da semana:

Quarta-feira.

Meio para fim da semana, para movimentar a rede e aproximar a consumidora .

Posts em dias alternados no caso de festas e feriados (sujeito às datas do calendário).

Pode-se tentar descobrir algumas informações.

Ganchos para publicar:

- Efemérides e calendário (final de semana, férias, festas, feriados, datas comemorativas).

Projeto editorial: Facebook

Conteúdo das atualizações: enquetes, testes e perguntas



 **Supergasbras**
25 de Outubro

Quem é o "trocaador oficial" do botijão de gás na sua casa?

- ☐ Pai
- ☐ Marido
- ☐ Filho
- ☐ Mãe
- ☐ Eu mesma (a)

Projeto editorial: Facebook

Conteúdo das atualizações: enquetes, testes e perguntas



Em 2013 eu prometo dar um gás em: _____.
Selecione o campus da sua vida que você promete se dedicar
no ano de 2013 e escreva nos comentários.

Projeto editorial: Facebook

Conteúdo das atualizações: gincanas e brincadeiras

Dia da semana:

Sexta-feira.

Fim da semana, quando as pessoas estão mais animadas e mais propícias a brincadeiras.

Objetivo de movimentar a rede.

Posts em dias alternados no caso de festas e feriados (sujeito às datas do calendário).

Ganchos para publicar:

-Efemérides e calendário (final de semana, férias, festas, feriados, datas comemorativas).

- Curiosidades GLP

Referências:

-Palavras-cruzadas.

-Jogo dos 7 erros.

-Onde está o Wally?

Projeto editorial: Facebook

Conteúdo das atualizações: culinária

Dia da semana:

Segundas e quintas. Já que a fã ainda terá tempo de fazer as compras para testar a receita no fim de semana.

Ganchos para publicar:

- Calendário (férias, datas comemorativas, mudança de estação).
- Notícias (sobre determinado alimento)

Projeto editorial: Facebook

Conteúdo das atualizações: culinária



Projeto editorial: Facebook

Conteúdo das atualizações: culinária



Projeto editorial: Facebook

Conteúdo das atualizações: gás na autoestima

Dia da semana:

6ª feira.

No dia de dar um up no visual vamos dar dicas de beleza ao público alvo da página.

Dicas de estética e beleza com produtos caseiros irão ajudar nossas fãs a ficarem ainda mais bonitas.

Projeto editorial: Facebook

Conteúdo das atualizações: gás na autoestima



Projeto editorial: Facebook

Conteúdo das atualizações: gás na autoestima



Matriz de Assuntos por Plataforma

Facebook						
2ª	3ª	4ª	5ª	6ª	Sáb.	Dom.
Culinária	Gás na Carreira	Enquete, testes e perguntas	Culinária	Gás na Autoestima/ Gincanas e Brincadeiras	-	-
Dicas Domésticas						
Curiosidades e Informações						

**Novos Projetos
Gráficos**

Novos Projetos Gráficos

A partir da linha editorial, iremos refazer a identidade visual dos perfis. Serão refeitos todos os elementos visuais, tais como:

Facebook:

Cover:
Customizado de acordo com a ação.

1. Cover

2. Foto de Perfil

Foto de Perfil:
Customizado de acordo com a ação.

Supergasbras
10.716 curtiram

✓ Curtiu 

3. Fotos

4. Super
Receitas

5. Cuidados e
Segurança

6. Energia
Inovadora

7.
Sustentabilidade

8. Pedidos
Online

9. Fale
Conosco

 10.716

Capinhas padrão para as abas.

Novos Projetos Gráficos

A partir da linha editorial, iremos refazer a identidade visual dos perfis. Serão refeitos todos os elementos visuais, tais como:

Facebook:

Cover:
Customizado de acordo com a ação.

1. Cover



Padrão de imagens para concursos (regulamento, jpg post fixo, informativo ou abas)

2. Foto de Perfil

Foto de Perfil:
Customizado de acordo com a ação.

Supergasbras
10.716 curtiram

✓ Curtiu

3. Fotos

4. Super
Receitas

5. Cuidados e
Segurança

6. Energia
Inovadora

7.
Sustentabilidade

8. Pedidos
Online

9. Fale
Conosco

10.716

Capinhas padrão para as abas.

Aprovação de Posts

Aprovação de Posts

Para criar um melhor controle e agilidade na publicação do conteúdo proposto, faremos uma divisão em 3 linhas de produção. São elas:

1. Conteúdo livre de aprovação prévia.
2. Conteúdo criado pela agência e aprovado pelo cliente.
3. Conteúdo produzido pelo cliente e adaptado pela agência.

Aprovação de Posts

Facebook	
Dicas Domésticas	Conteúdo livre de aprovação prévia
Curiosidades e Informações	Conteúdo produzido pelo cliente e adaptado pela agência
Gincanas e brincadeiras	Conteúdo criado pela agência e aprovado pelo cliente
Enquetes, testes e perguntas	Conteúdo livre de aprovação prévia
Gás na Carreira	Conteúdo livre de aprovação prévia
Culinária	Conteúdo livre de aprovação prévia
Gás na Autoestima	Conteúdo livre de aprovação prévia

frog

Inteligência e Soluções
em redes sociais



@agenciafrog



/agenciafrog



cristiano@agenciafrog.com.br
(21) 2491.1615

#obrigado!



Membro internacional da WOMMA, Associação Mundial do Marketing Boca-a-Boca, desde 2009.
Primeira agência latino-americana a ganhar o Wommy Awards, oscar das redes sociais.

