



~ Mais ~
ABRAÇOS[®]
Academy

Marketing Digital

@mi.junco

Powered by





7.75 bilhões no mundo

211.657 Milhões no Brasil

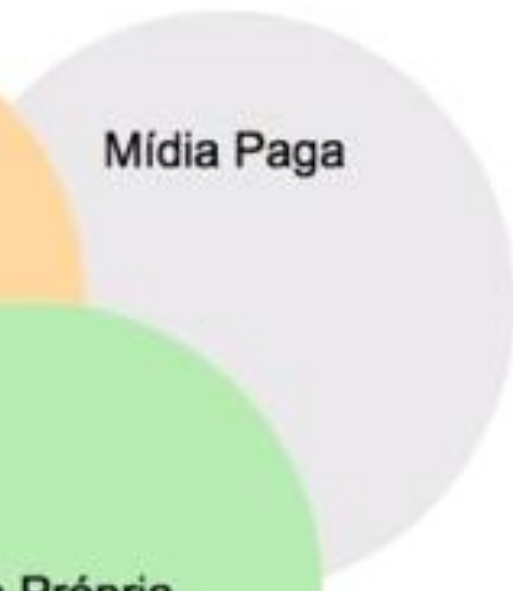
85% online e 9 horas ativo

59,8% captação de conteúdo

Autenticidade, conteúdo,
mobile, automação e métricas



Sharing
Menções
Shares
Likes
Reposts
Reviews



Anúncios
Pay-per-click
Display Ads
Retargeting
Paid Influencers

Sua Audiência
Website
Mobile site
Blog
Suas mídias sociais

Mais
ABRAÇOS[®]

Academia

Baby Boomers

1940 a 1959



Perfil comportamental

Livres, *workaholics*, competitivos, confiantes, individualistas, moralistas, idealistas, leais, abnegados, revolucionários, coletivos e focam no resultado. Trabalham em equipe.

Perfil comportamental

Práticos, empreendedores, independentes, leais, materialistas, individualistas e competitivos. Respeitam autoridades e hierarquias, os processos são demorados e burocráticos. Focam no equilíbrio entre a vida profissional e pessoal.

Geração X

1960 a 1979



~ Mais ~
ABRAÇOS[®]

Academy

Geração Y (millennials) 1980 a 1995



Perfil comportamental

Otimistas, autoconfiantes, impacientes, dispersos, vaidosos, questionadores, imediatistas, globais e multitarefas. Trabalham em redes, querem encontrar seu propósito, desejam horários flexíveis e posições de liderança. Aprendem rápido, mas com dificuldade de concentração. Preocupados com meio ambiente.

Perfil comportamental

Nativos digitais, críticos, dinâmicos, comunicativos, tecnológicos, multitarefas e multissensoriais. Realistas, preocupados com o meio ambiente, exigentes e valorizam identidade fluida. Buscam satisfação no trabalho, entendiam-se facilmente. Estão sempre em busca de algo melhor.

Geração Z 1995 a 2010



Geração Alpha 2010 em diante



Perfil comportamental

Empreendedores, livres, versáteis, questionadores, hiperconectados, exibicionistas, buscam experiências imersivas e interativas (relacionam-se com o mundo por meio da tecnologia desde o nascimento). Podem conquistar mais independência e adaptabilidade às evoluções que se apresentarem. A maioria é filho único.

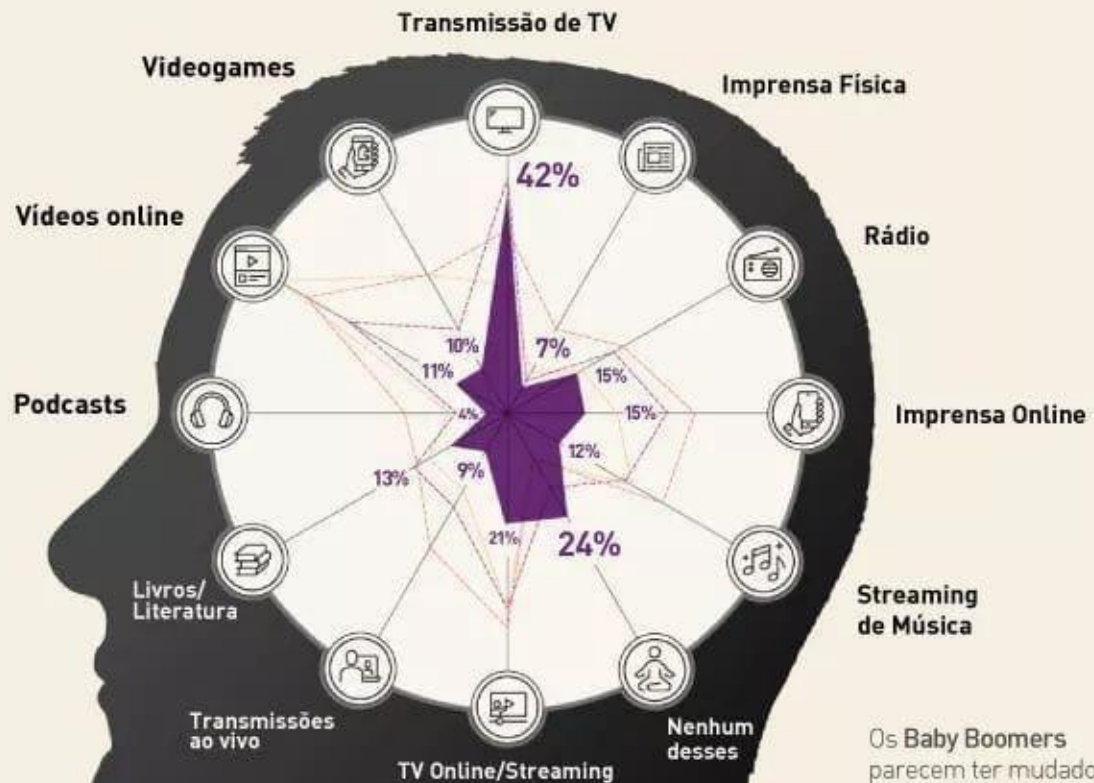
Mais
ABRAÇOS

CONSUMO DE MÍDIA

BOOMERS

57-64 anos

● GERAÇÃO Z ● GERAÇÃO Y ● GERAÇÃO X ● BOOMERS



Os Baby Boomers parecem ter mudado o consumo de mídia como resultado do surto, com um aumento aparente na TV de banda larga.

Fonte: www.visualcapitalist.com

Powered by



Mais
ABRAÇOS[®]

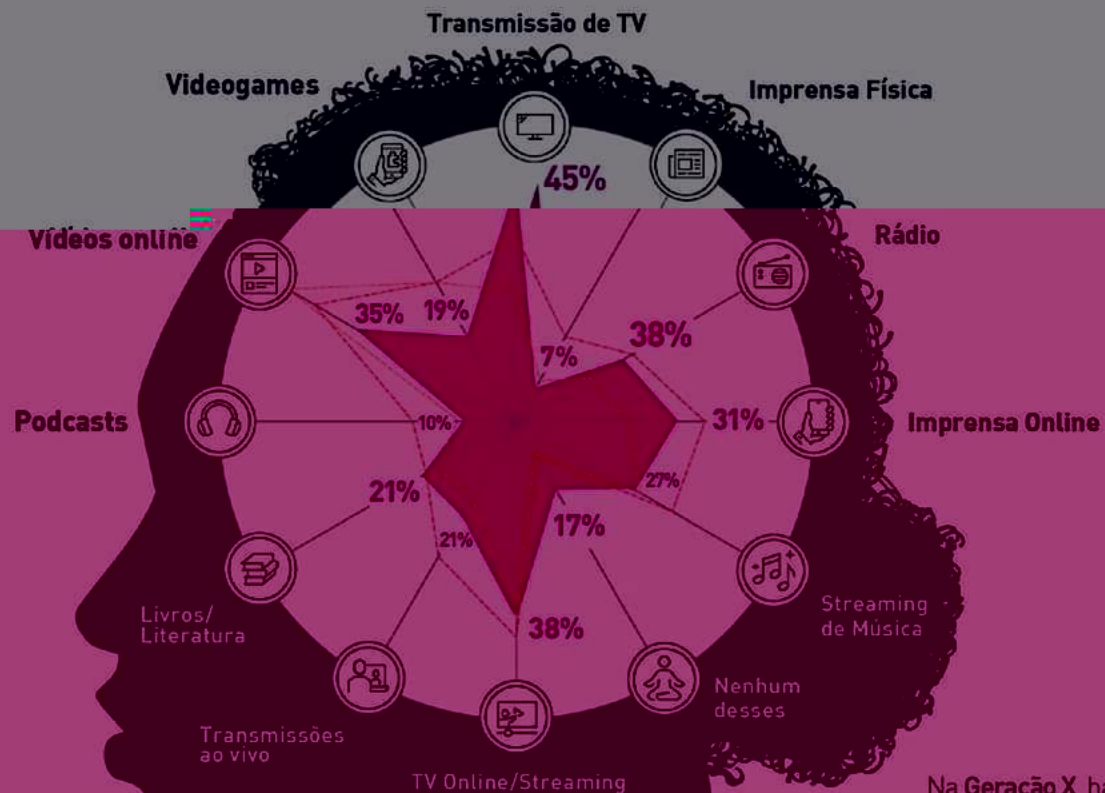
Academy

CONSUMO DE MÍDIA

GERAÇÃO X

38-56 anos

● GERAÇÃO Z ● GERAÇÃO Y ● GERAÇÃO X



Na Geração X há um aumento na **Transmissão de TV**, assistindo mais do que qualquer geração, mas também está assistindo TV online.

Fonte: www.visualcapitalist.com

Powered by



B2Mamy
ACELERADORA



Mais
ABRAÇOS[®]

Academia

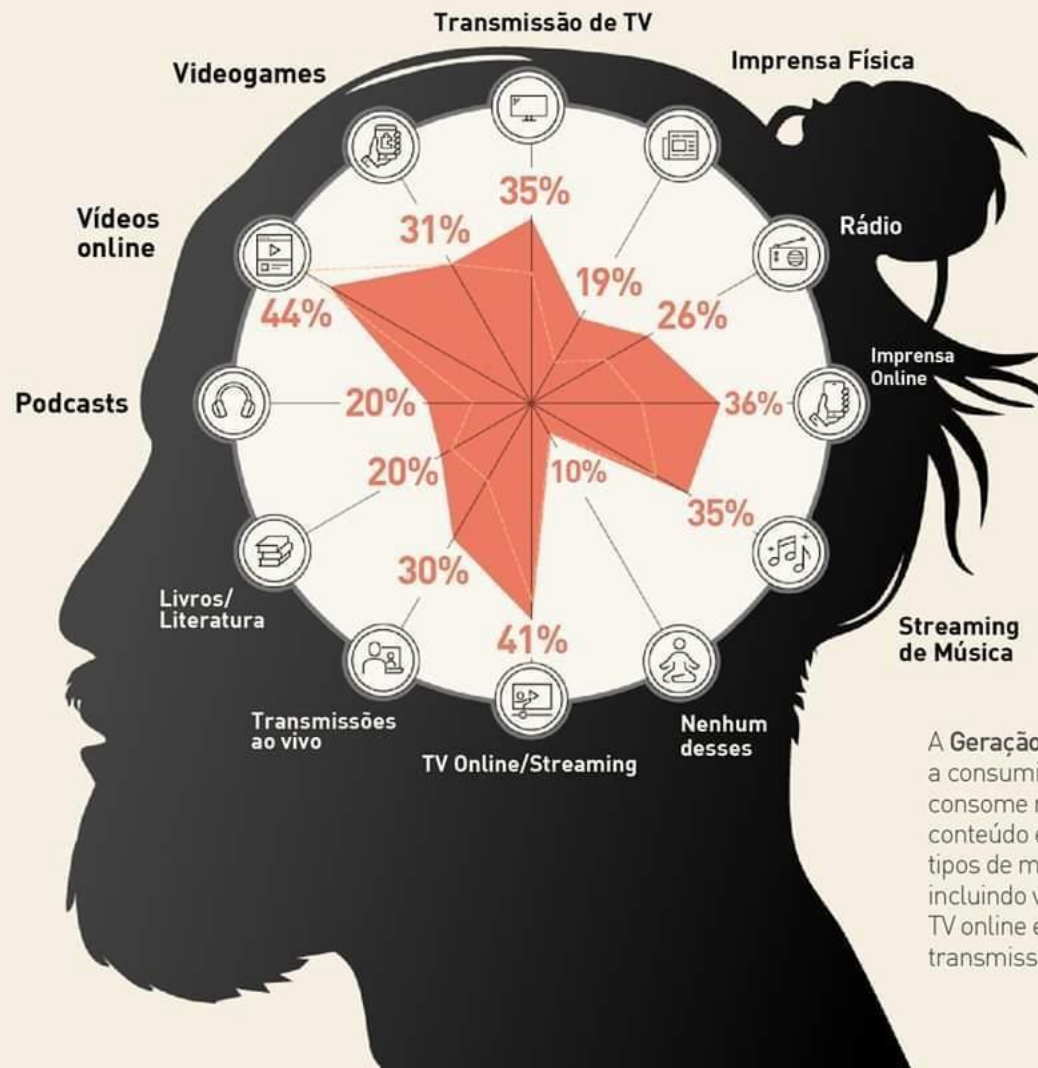
Fonte: www.visualcapitalist.com

CONSUMO DE MÍDIA

GERAÇÃO Y

24-37 anos

● GERAÇÃO Z ● GERAÇÃO Y



A Geração Y começou a consumir ou consome mais conteúdo em vários tipos de mídia, incluindo vídeo online, TV online e transmissão de TV.

Powered by



B2Mamy
ACELERADORA



Mais
ABRAÇOS

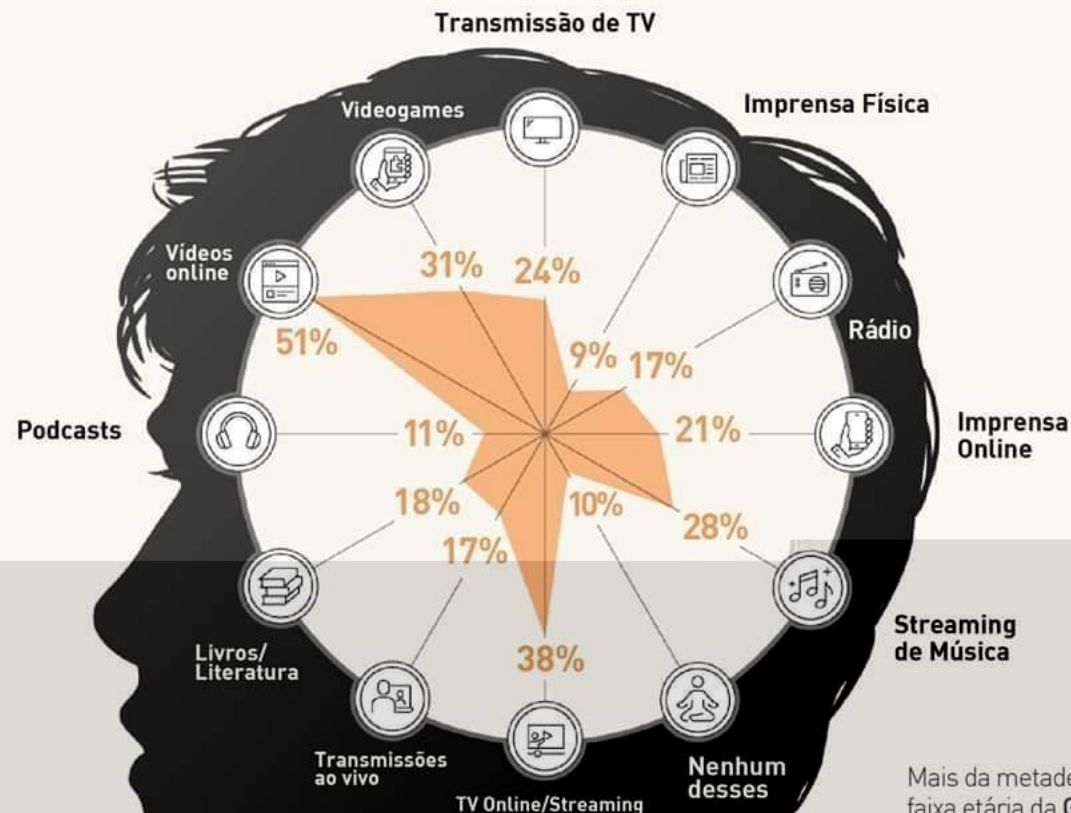
Academia

CONSUMO DE MÍDIA GERAÇÃO Z

16-23 anos

● GERAÇÃO Z

% de quem começou a consumir ou estão consumindo mais dos itens a seguir desde o surto.



Mais da metade da faixa etária da **Geração Z** está consumindo significativamente mais conteúdo de vídeo online do que antes do surto de COVID-19.

Fonte: www.visualcapitalist.com

Powered by



INTERESSES DIGITAIS DE CADA GERAÇÃO

BABY BOOMERS
(1945-1963)



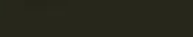
GERAÇÃO X
(1964-1980)



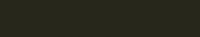
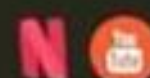
MILLENNIALS
(1981-1997)



GERAÇÃO Z
(1998-2009)



GERAÇÃO ALPHA
(2010-AGORA)



PERSONA



PERSONA

Dona Ana, tem 60 anos, é casada, tem 3 filhas e 5 netos, empresária em sua loja de confecções de biquínis e lingerie sob medida. Muito comunicativa, dona Ana, costuma utilizar das redes sociais para conferir tendências e novidades e ofertar o que há de mais moderno e bonito para as suas clientes. Muito famosa em um bairro na região de Santo André, ela aspira ampliar suas vendas, Mantendo sempre a qualidade de seus produtos e ao mesmo tempo se aflige em ter muita demanda e não poder curtir bons momentos com sua família.



PÚBLICO-ALVO

Mulheres entre 50-60 anos, residentes na região do ABC Paulista, gostam de moda, estão sempre conectadas e possuem uma renda familiar de até R\$5 mil.

Mais
ABRAÇOS
Academy

Powered by



Powered by
B2Mamy
ACELERADORA



PERGUNTAS PARA IDENTIFICAÇÃO DAS PERSONAS

Nome, idade, estrutura familiar, com o que trabalha? — o que é realmente importante?/
suas emoções/ o que o move/ sonhos, expectativas e aspirações

O que ele pensa e sente? — como é o seu entorno? Quem são os seus amigos? Com quais problemas ela lida?

O que ele vê? O que ele fala e faz? — comportamento em público, aparência, o que ela fala para os
outros. Há coerência entre o que fala e sente?

O que ela ouve? — O que os amigos dizem? O que a família diz? O que os influenciadores dizem?

Quais são as suas fraquezas? — Medos/ riscos/ desafios e frustrações

Quais os seus ganhos? — O que ela quer? Do que ela precisa e como ela mede o sucesso das suas estratégias?

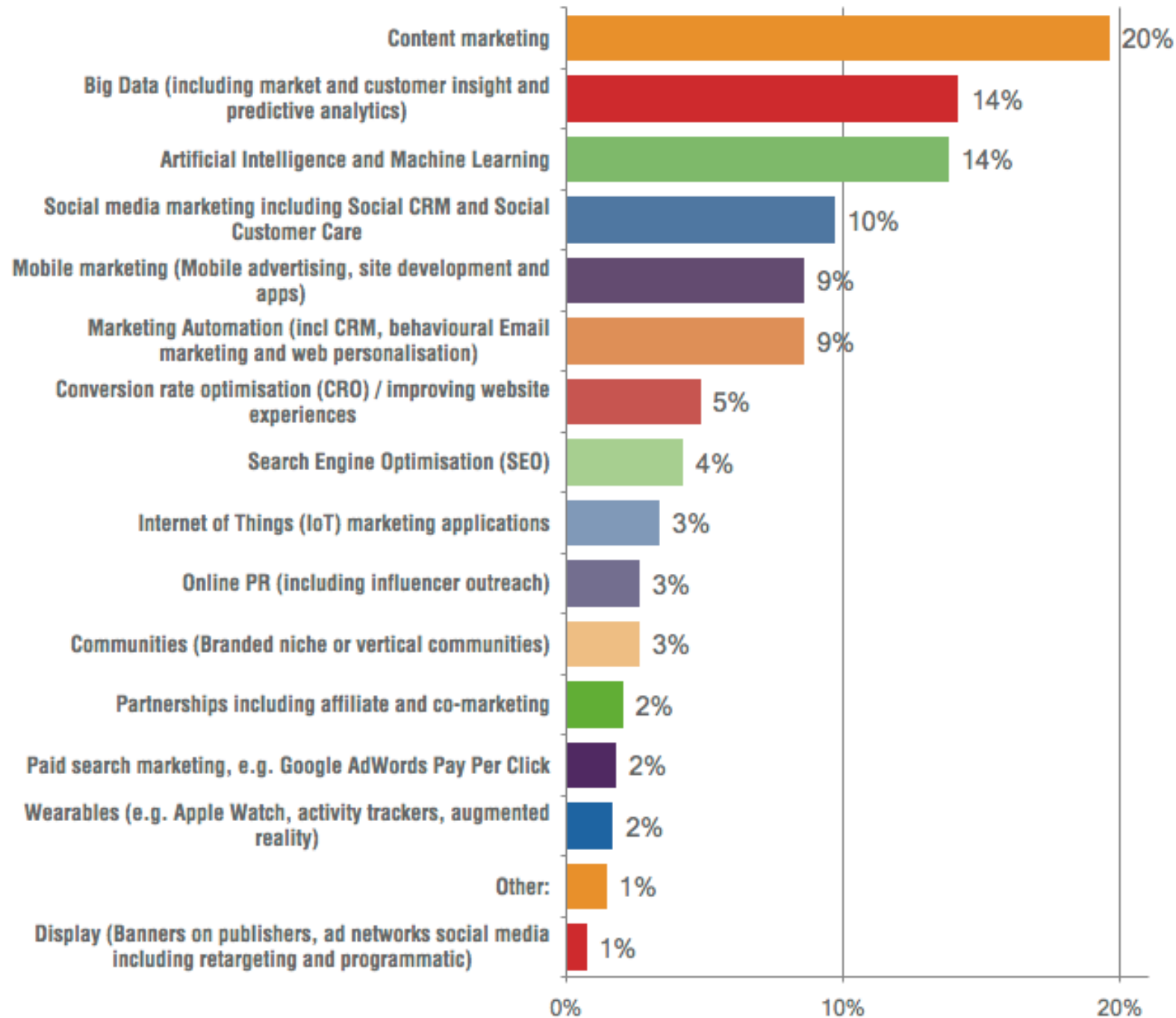
Qual o objetivo da sua empresa em relação a essa persona?

Powered by

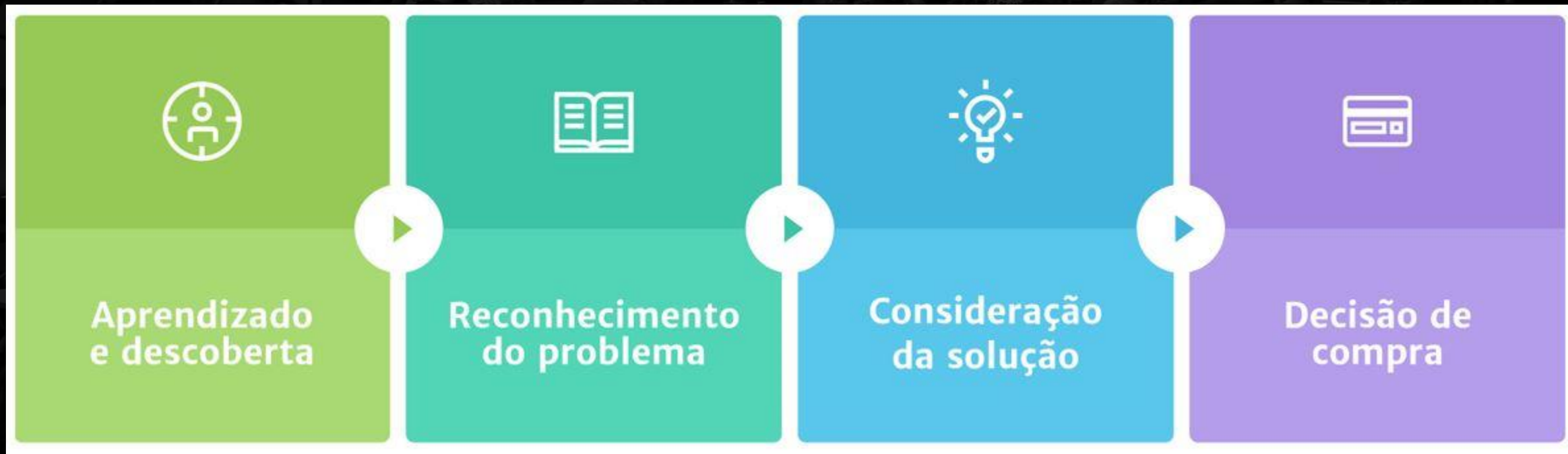




Cerca de 20%
apontaram o Marketing
de Conteúdo como a



JORNADA DE COMPRA



Powered by



B2Mamy
ACELERADORA





No início do processo
o consumidor não
sabe (ou não sabe
muito bem) que tem
um problema ou
necessidade.

“10 DICAS ...”
“5 MODOS DE FAZER...”
“VOCÊ SABIA...”
“PQ USAR...”

“COMO CALCULAR...”

“WEBINAR SOBRE...”

“COMO PLANEJAR...”



A partir disso ele começa a pesquisar e estudar mais o problema e ir atrás de soluções para ele.

Após pesquisar mais o comprador mapeou algumas soluções possíveis e começa a avaliá-las. Aqui é preciso que ele identifique o seu produto ou serviço como uma (boa) solução para ele



“... PARA PEQUENAS EMPRESAS”

“PORTAL QUE CONECTA...”

“...FOCADO EM...”

“EMPRESA X FEZ...”

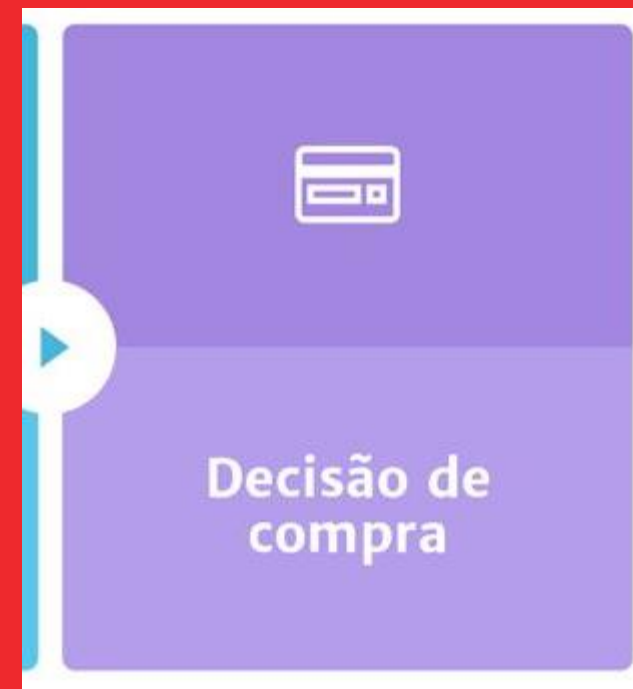
“TRIAL ”

“15 VANTAGENS DE COMPRAR...”

“TESTEMUNHOS”

“AVALIAÇÃO”

Hora de mostrar os diferenciais da sua empresa em relação aos concorrentes e convencê-lo que o seu produto é a escolha certa!



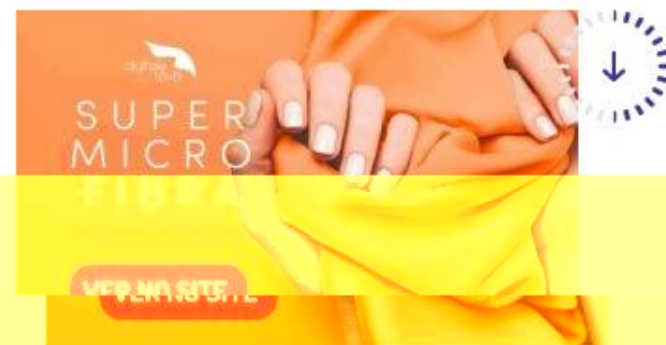
EQUILIBRAR TOFU X MOFU



Faça links inteligentes de um tipo de conteúdo para o outro
Mantenha o mesmo tom nos dois conteúdos
Crie materiais mais duradouros e completos
Trabalhe com os diferentes canais de contato



Apesar das preocupações com o social, os hábitos de consumo da Geração Z também envolvem individualidade e personalização. Edições, itens, vitrines e **collabs exclusivas** costumam trazer ótimos resultados. Segundo a **Criteo**, 62% dos jovens gostam de receber anúncios e descontos relevantes.



Impactos no mercado da moda

A Geração Z acredita em um estilo autêntico, inclusivo e com inspirações de pessoas reais. Peças customizadas, de segunda mão ou com **aspecto vintage** ganham espaço e ressignificam a indústria da moda, trazendo à tona **movimentos que repensam a produção em massa**, como é o caso do **slow fashion**.

POST ANTERIOR

LER O PRÓXIMO

Volta

Mais
ABRAÇOS[®]
Academy

Powered by

 **B2Mamy**
ACELERADORA

CONTEÚDO



CRIAR



COMO TER IDEIAS PARA CONTEÚDOS



Procure na
página de
explorar



Veja o que os
influenciadores
do seu nicho estão
postando



Pesquise a
concorrência



Pesquise o
conteúdo pelas
hashtags



Busque no
Google e
Youtube



Leia bastante.
Conhecimento
nunca é demais!

dicas
digitais

@dicasdigitais

O PODER DO CONTEÚDO VIRAL



CONTEÚDO É REI

- Não foque somente no número de likes e comentários
- A quantidade de vezes que a sua publicação foi compartilhada, salva e o número de seguidores que você ganha é mais importante.
- Quanto mais as pessoas compartilham e marcam as outras, mais o seu conteúdo se torna viral
- Se você quer se tornar autoridade no que você faz, poste conteúdo que irá ajudar as pessoas.

dicas
digitais





Estranhos

Atrair Visitantes

Ferramentas:
Blogs, Redes Sociais, Anúncios, Sites
E-books, podcast



Visitantes

Converter Visitantes

Ferramentas:
Landing Page, Formulários e Contatos



LEADS

Relacionamento

Ferramentas:
E-mail, Redes Sociais, Conteúdo Webinars



Cliente

Recomendação

Ferramentas:
Redes Sociais, E-mail e Vídeo



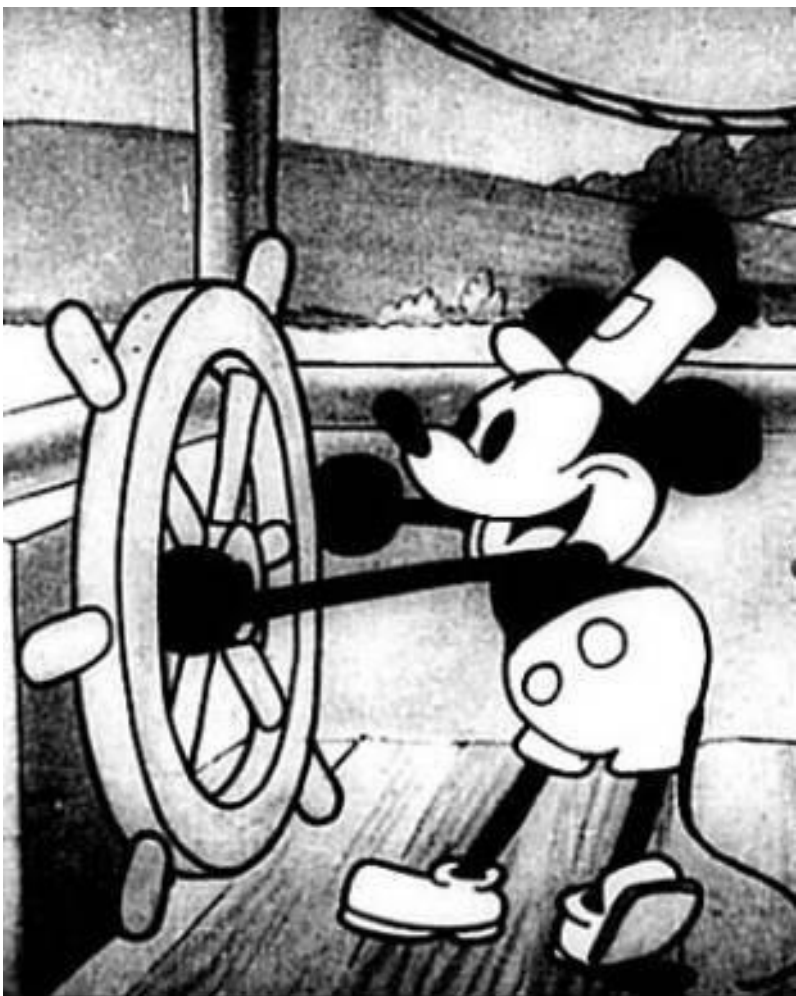
Promotor





Google Sites





tênis corrida amortecedor gel
comida mexicana delivery
marketing conteúdo

“Hey, Google! O que é
Marketing de Conteúdo?”

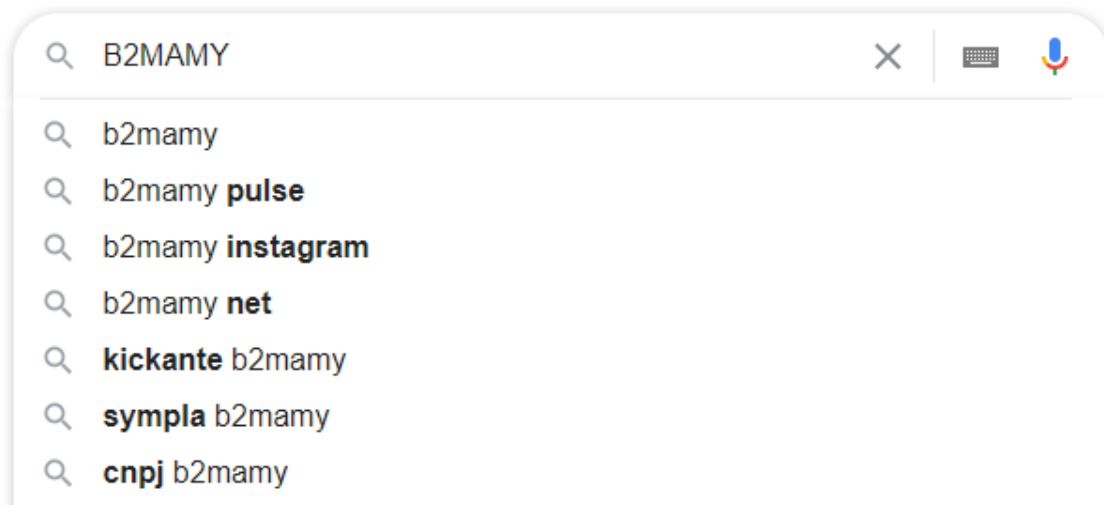
ou

“Siri, quais os restaurantes
mexicanos abertos agora?”



A pesquisa navegacional acontece quando o usuário já sabe em qual site deseja navegar e dificilmente mudará seu destino final.

Então, ele utiliza o Google como um atalho, uma forma de lembrar a URL completa ou sugerir uma busca relacionada dentro daquele site.








A pesquisa transacional é uma busca relacionada a uma compra. O usuário pode estar a fim de comprar um produto, encontrar o endereço de uma loja ou comparar preços, por exemplo.

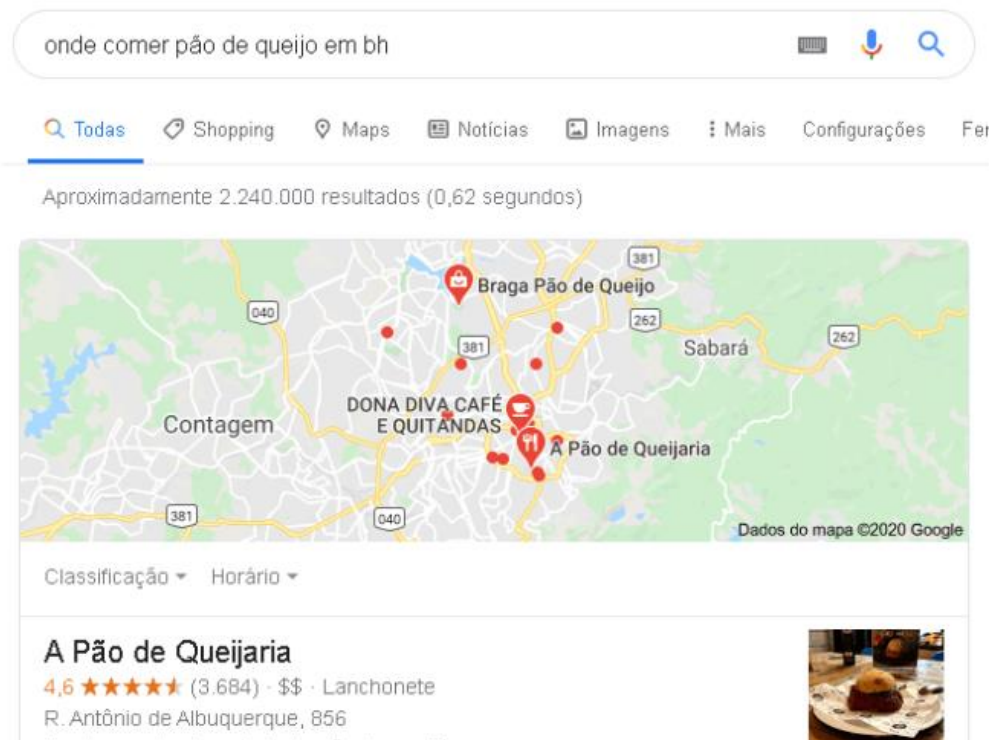
Esse tipo de busca é valioso porque pode direcionar diretamente para a compra, já que o usuário está com a decisão mais avançada.

Ver quanto custa um ps4

Patrocinados ⓘ

 <p>PlayStation 4 Slim 1TB...</p> <p>R\$ 1.866,69 Amazon.com.br</p>	 <p>Playstation 4 1TB 1 Control...</p> <p>R\$ 1.759,90 Magazine Luiza</p>	 <p>Console Xbox One S 1TB +...</p> <p>R\$ 1.594,86 Amazon.com.br</p>	 <p>Console Xbox One S - 1 TB ...</p> <p>R\$ 1.644,71 Amazon.com.br</p>	 <p>Sony Playstation 4...</p> <p>R\$ 1.644,90 Casas Bahia</p>
---	---	---	---	---

Pesquisas locais são buscas com um componente geográfico, dentro de determinada região. Acontecem, por exemplo, quando o usuário busca por restaurantes, cinemas, lojas, hotéis, escolas, consultórios, entre outros tipos de estabelecimentos com uma localização física.



Na pesquisa informacional, o usuário busca informações sobre algum assunto, produto ou marca. Aqui, ele ainda não sabe muito bem o que quer, o que mostra que ele está no começo da jornada de compra.

Imagens de tipos de pisada



Existem ainda outros tipos de busca que os usuários podem realizar, como:

notícias;

institucionais;

músicas;

buscas acadêmicas;

informações pontuais (clima, data etc.);

imagens;

vídeos.



GOOGLE KEYWORD PLANNER

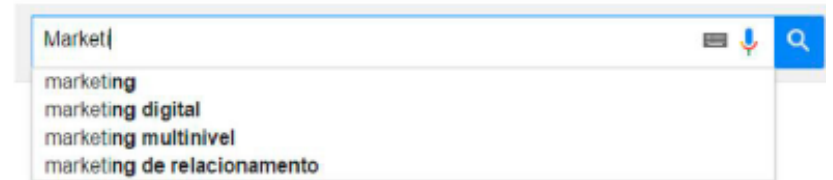
O Google Keyword Planner, como o próprio nome nos sugere, é uma ferramenta que auxilia no planejamento de palavras-chave para serem abordadas na sua estratégia de Marketing de Conteúdo.

GOOGLE TRENDS

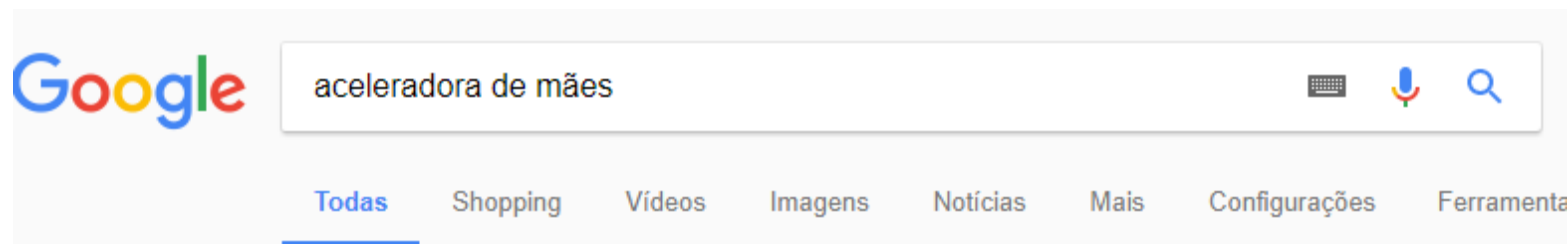
Ainda aproveitando que o assunto é planejamento de palavras-chave e conteúdos, você já pensou no quanto o time de marketing pode ter dificuldades para escolher um tema atrativo ao público-alvo da empresa? Obviamente, se basear em achismos ou adivinhações não condiz com o ato de planejar. E é aí que entra o Google Trends.

GOOGLE SUGGEST

O Google Suggest é o autocomplete do Google, aquele que sugere palavras sempre que você começa a digitar o que quer buscar. Ao começar a escrever determinada palavra, você consegue entender quais são os outros termos que estão relacionadas à sua busca e que têm um alto volume de procura pelos usuários.



Pressione "Enter" para pesquisar.



B2Mamy - Acelerando a mãe empreendedora | São Paulo

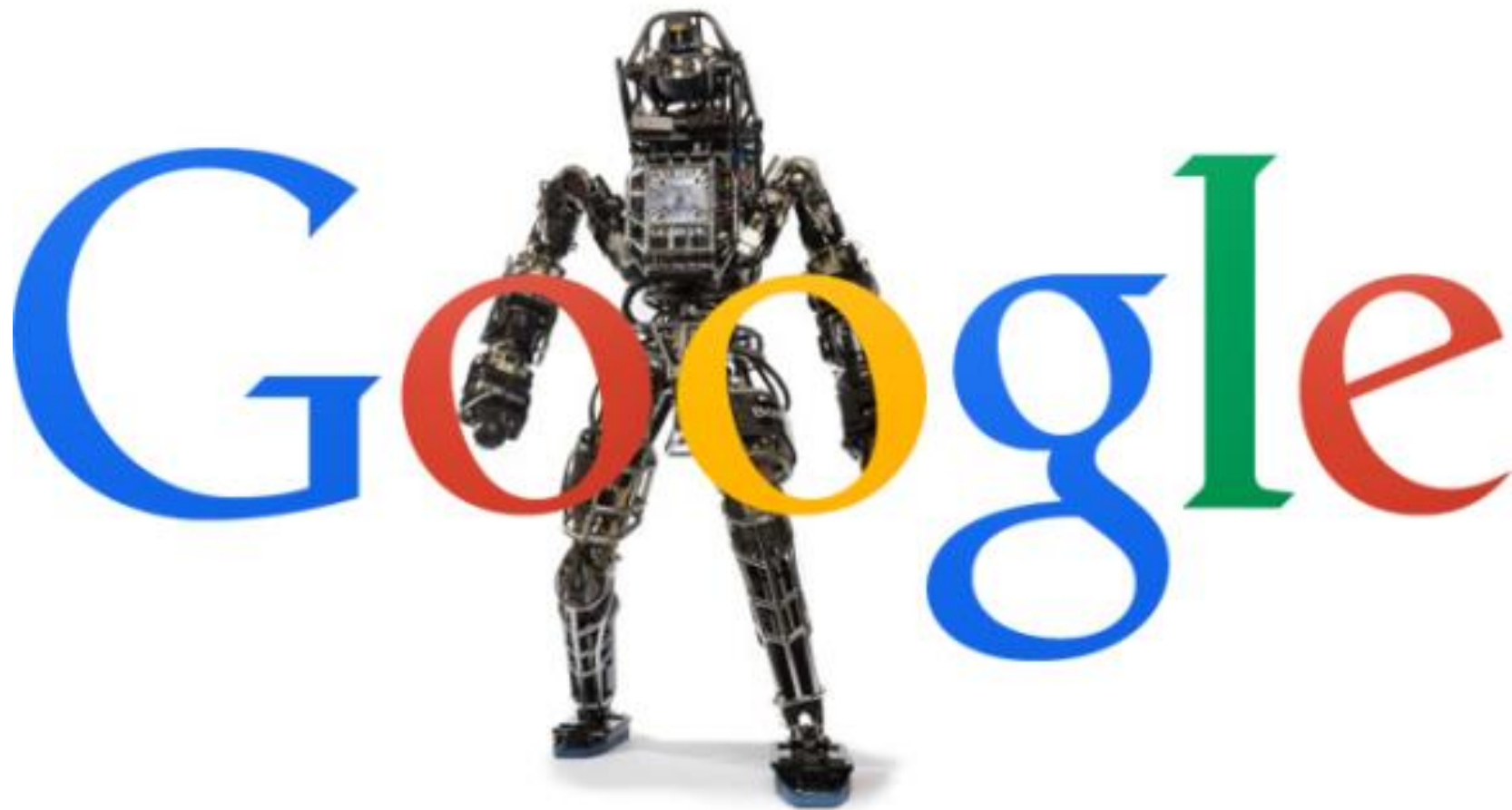
<https://www.b2mamy.com.br/>

Criamos uma aceleradora dedicada a selecionar mães empreendedoras de alto impacto, impulsionar e consolidar a sua empresa. Venha ser uma B2mana!

Mulheres lançam aceleradora de projetos com foco em mães ...

convergecom.com.br/.../mulheres-lancam-aceleradora-de-projetos-com-foco-em-mae...


Mulheres lançam aceleradora de projetos com foco em mães empreendedoras. Postado em: 13/04/2017, às 00:24 por Redação. Em 85% das empresas ...



Os motores de busca funcionam, basicamente, em três etapas:



1 CRAWLING



Primeiramente, os buscadores rastreiam os conteúdos da web. Quem faz isso são os robôs ou spiders — no caso do Google, chamados de Googlebot. Eles seguem os caminhos que os links apontam, em busca de novas páginas e atualizações.

Na sequência, as páginas rastreadas são indexadas. Ou seja, elas vão para o índice do buscador, que funciona como uma grande biblioteca de conteúdos da web.

Lá, as páginas ficam organizadas de acordo com as informações coletadas no rastreamento, como o tempo de carregamento das páginas e as principais palavras-chave.

2 INDEXAÇÃO



3 RANKEAMENTO

Os processos de rastreamento e indexação acontecem a todo momento. Os robôs estão sempre em funcionamento para encontrar e organizar os conteúdos da web.

Mas a ordem em que eles são exibidos nas buscas dos usuários é definida no momento do ranqueamento.

A cada segundo, milhões de pesquisas são feitas nos buscadores — especialmente no Google, o mecanismo de pesquisa mais usado do mundo. Os três primeiros links orgânicos recebem cerca de ;

Apenas 0,78% dos usuários clicam em algum link na segunda página dos resultados.

Off page

Os fatores de ranqueamento on page estão presentes nas suas próprias páginas.

Quando falamos de SEO on page, estamos falando de otimizações nesses elementos.



Os fatores off page, por sua vez, são elementos de fora da página que mostram se ela é uma referência. Portanto, o SEO off page consiste em otimizar a autoridade do site diante dos usuários e de outros sites da web, com foco na aquisição de backlinks.

On page

Não é necessariamente o título do artigo ou página, mas o título de que ele terá no mecanismo de buscas. Assim, ela deve ser atrativa e chamativa para captar o usuário o mais rápido possível

É aquele resumo da página referente, tem que ser atrativo, explicativo e com um call to action fera!

B2Mamy - Acelerando a mãe empreendedora | São Paulo 📍

<https://www.b2mamy.com.br/> ▼

Criamos uma aceleradora dedicada a selecionar mães empreendedoras de alto impacto, impulsionar e consolidar a sua empresa. Venha ser uma B2mana!

Você visitou esta página em 04/06/17.

On page

1. Sua marca e se possível sua palavra chave
2. Pequena e autoexplicativa
3. Por subtítulos : www.saturnosurf.com.br/sobre-a-saturno-surf
4. Usar hífen sempre
5. Tenha uma url limpa
6. No máximo 115 caracteres

<https://www.b2mamy.com.br/post/voce-esta-preparado-para-o-mundo-digital>

<https://www.b2mamy.com/url?sa=i&source=imgres&cd=&ved=687879857698>

Link building

As estratégias de link building são essenciais dentro de uma estratégia de Marketing de Conteúdo e os mecanismos de busca verificam os links inseridos para também relacionar com as pesquisas de usuários sobre os temas buscados.

Links internos

O objetivo de inseri-los é melhorar a navegabilidade do usuário e mantê-lo em seu domínio. Relacione sempre que possível links com assuntos semelhantes já tratados em seu blog e, em uma estratégia mais avançada, desenvolva textos âncoras para conquistar palavras-chave concorridas.

Links externos

O objetivo de inseri-los é relacionar o seu conteúdo com outros complementares e que já tenham relevância online, que você pode checar com o Moz Link Explorer.

Tente inserir entre 2 ou 4 links externos a cada 1.000 palavras e os configure para abrir em uma nova página, de modo que os usuários eles não saiam da sua.

Mais uma vez, o importante aqui é considerar a experiência do usuário. Pense no que ele pode buscar para complementar a pesquisa dele.

Heading Tags

As heading tags são estruturas dentro de conteúdos que servem para tornar a hierarquia da informação mais fácil para a leitura.

H1: A Grande América;

H2: América do Sul, América do Norte, América Central;

H3: Brasil, Panamá, Canadá, Chile, Estados Unidos, Cuba, Honduras etc.;

H4: São Paulo, Montreal, Buenos Aires, Lima, Havana, Santiago, Nova York etc.

Como fator de ranqueamento, o Google verifica se há palavras-chave neles para fazer associações às buscas dos usuários. Por isso, priorize a presença da palavra-chave no H1 e nos H2, os subtítulos com maior destaque.

Valor do Conteúdo

O valor de um conteúdo é algo bem difícil de estimar, porque o essencial é que ele responda às dúvidas que um usuário tiver quando ele fizer uma busca, correto?

No entanto, pesquisas mostram que conteúdos mais longos geram maior resultado, possivelmente porque conteúdos mais longos são mais aprofundados e respondem a essas dúvidas de forma completa.

Além disso, podemos entender que eles engajam mais os leitores e mantêm eles por mais tempo, diminuindo a taxa de rejeição das páginas e aumentando o tempo de permanência nelas, o que são ótimos indicadores de qualidade.

Sendo assim, tente fazer artigos mais longos e com muita qualidade. O ideal é apresentar, pelo menos, 2.000 palavras, mantendo uma média de, ao menos, 2.400.

Design Responsivo

Um dos fatores de ranqueamento mais importantes hoje em dia é, definitivamente, a responsividade de uma página web. Desde 2015, o Google começou a avaliar esse critério e, por isso, a otimização dele é essencial.

Um design responsivo é aquele que tem uma performance boa tanto no desktop quanto no mobile, sendo bem-adaptado aos dois formatos de uso.

Quando pensamos na intensidade em que estamos conectados em nossos celulares, faz bastante sentido ser tão importante, não é mesmo?

Design Responsivo

← Teste de compatibilidade com dispositivos móveis

http://b2mamy.com.br/

Resultados do teste

⚠ Problemas no carregamento da página [VISUALIZAR DETALHES](#)


Testado em: 27 de abr. de 2020 em 21:01

A página é compatível com dispositivos móveis

Esta página é fácil de usar em dispositivos móveis

Recursos adicionais

Página renderizada HTML CAPTURA DE TELA



Velocidade do Site

Para você ter noção, 47% dos usuários esperam que o carregamento se complete em menos de dois segundos e 75% dos usuários não revisitariam uma página se ela levasse mais de 4 segundos para carregar.

Isso é ainda mais alarmante para e-commerces, que são altamente prejudicados por lentidão na web.

O atraso de um segundo no tempo de resposta da página, pode render uma redução de 7% nas conversões



PageSpeed Insights

HOME

DOCS

Aumente a velocidade das suas páginas da Web em todos os dispositivos

Insira um URL da página da Web

ANALISAR

<https://developers.google.com/speed/pagespeed/insights/>



Incentivo de engajamento

O incentivo para usuários engajarem com o seu site ou blog também é algo bem legal, ainda que não seja um fator direto para ranqueamento. Mas, como o Google avalia o comportamento do tráfego, ter usuários compartilhando e comentando em seus conteúdos pode ser bem positivo.

Para isso, você pode inserir botões de compartilhamento nas redes sociais de fácil uso durante o processo de leitura. Isso pode aumentar em até 700% os resultados de compartilhamento, acredita?

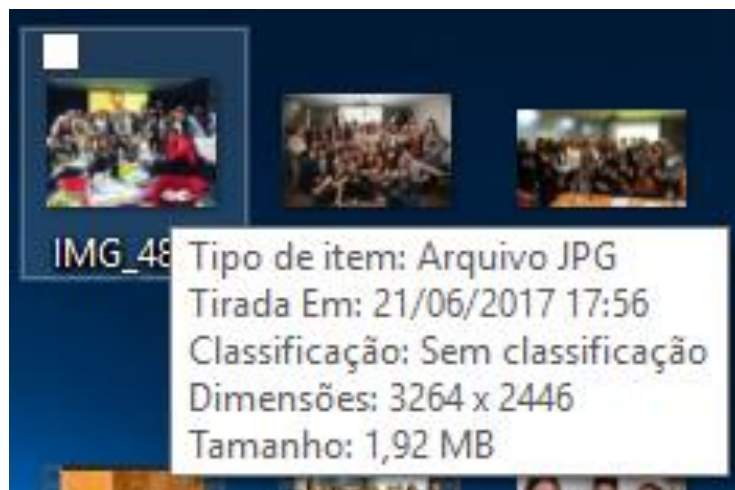


startup • tecnologia • mercado

Otimização de Imagens e Vídeos

As imagens também precisam de algumas configurações. A primeira delas, está no nome do arquivo, que deve conter a palavra-chave.


Ao inseri-la, deve-se colocar o alt text, o texto alternativo para caso a imagem não abra. Ele fala ao Google sobre o que a imagem trata e ajuda na indexação dela no Google Imagens, além de promover uma atitude muito mais acessível para os deficientes visuais.





https://www





Lighthouse
<https://www.b2mamy.com.br>
 Simulated throttling (faster)

Options Generate report

Emulação do Nexus 5X, [mostrar original](#) [Opções](#)



9 atuação 80 Acessibilidade 86 Melhores práticas 99 SEO Aplicativo da Web progressivo

Escala de pontuação: 90-100 50-89 0-49

Houve problemas que afetam esta corrida do farol:

- As extensões do Chrome afetaram negativamente o desempenho de carregamento desta página. Tente auditar a página no modo de navegação anônima ou em um perfil do Google Chrome sem extensões.



atuação

Métricas

Primeira pintura de conteúdo	4,7 s ▲	Primeira pintura significativa	4,9 s ▲
Índice de velocidade	23,7 s ▲	Primeira CPU inativa	20,0 s ▲



The screenshot shows the Woorank website analysis tool interface. At the top, there is a navigation bar with the Woorank logo, a search bar for the URL to analyze (containing 'URL para analisar'), an 'Analisar' button, a language dropdown set to 'Português', a 'Login' button, and a 'Teste Gratuito' button. The main content area is divided into a left sidebar, a central analysis panel, and a right sidebar. The left sidebar contains navigation options: 'Relatório', 'Keyword Tool', 'Site Crawl', and 'Configurações do ...'. The central panel, titled 'Conteúdo', displays analysis results for 'b2mamy.com.br'. It includes sections for 'Tag de Título' (Title Tag) with a warning icon, 'Meta Descrição' (Meta Description) with an information icon, and 'Google Preview' for both desktop and mobile views. The right sidebar contains a 'Voltar ao topo' button, a 'Plano de Marketing' checkbox, and a list of analysis categories: 'ON-PAGE' (Conteúdo, Indexação, Dispositivo Móvel, Dados estruturados, Segurança, Performantie, Tecnologias) and 'OFF-PAGE' (Backlinks, Tráfego, Google Analytics, Local).

woorank URL para analisar **Analisar** Português **Login** **Teste Gratuito**

b2mamy.com.br

Relatório

Keyword Tool

Site Crawl

Configurações do ...

Conteúdo

Tag de Título B2Mamy Aceleradora
Tamanho: 18 caractere(s) (155 pixels)

Meta Descrição Capacitando e conectando mães ao ecossistema de inovação e tecnologia para que sejam líderes e livres economicamente. Acesse o site e faça parte dessa comunidade!
Tamanho: 162 caractere(s) (993 pixels)

Google Preview Versão Desktop
www.b2mamy.com.br
B2Mamy Aceleradora
Capacitando e conectando mães ao ecossistema de inovação e tecnologia para que sejam líderes e livres economicamente. Acesse o site e faça parte dessa comunidade!

Versão Móvel

https://www.b2mamy.com.br
B2Mamy Aceleradora
Capacitando e conectando mães ao ecossistema de inovação e tecnologia para que sejam líderes e livres economicamente.

ON-PAGE

- Conteúdo
- Indexação
- Dispositivo Móvel
- Dados estruturados
- Segurança
- Performantie
- Tecnologias
- Gestão de marca
- Domínio

OFF-PAGE

- Backlinks
- Tráfego
- Google Analytics
- Local



Anúncios pagos





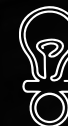
Google Ads

The Facebook Ads logo is displayed on the right monitor. It features the word 'facebook' in white lowercase letters on a blue background, with 'Ads' in smaller white uppercase letters below it.

facebook
Ads

Mais
ABRAÇOS[®]
Marketing

Powered by



B2Mamy
ACELERADORA



Mais
ABRAÇOS
Agora

Powered by
 **B2Mamy**
ACELERADORA



O Adwords geralmente está relacionado a vendas de formas mais diretas, visto que o usuário já está buscando pelo produto ou serviço. Possui taxas de conversões maiores justamente pelo usuário ter interesse prévio.

O Facebook Ads procura construir ou consolidar um relacionamento e engajamento com o público-alvo. Pode ser utilizado para aumentar as pessoas interessadas no conteúdo da marca ou redirecionar para o site.



Google Ads

Lançado no ano de 2000, o Google Adwords é uma das maiores ferramentas do Google em termos de representatividade – a maior parte das receitas do Google provém dela. O seu conceito é bastante simples: permitir que empresas anunciem online, nos resultados de busca do Google e em sites parceiros, diretamente para um público relevante para os negócios.

Google aceleradora de mães

Todas Shopping Vídeos Imagens Notícias Mais Configurações Ferramentas

Aproximadamente 20.100 resultados (0,42 segundos)

BrazilLAB - Empreendedorismo e Governo
Anúncio www.brazillab.org.br/ ▾
Programa de Aceleração. Mentoria. Ideias de Impacto. Inovação no Setor Público.
Regulamento · Aceleração · Serviços · Portfólio · Notícias · Localização

MIDI Tecnológico - Incubadora de Empresas - acate.com.br
Anúncio www.acate.com.br/ ▾
Incentivo ao desenvolvimento de empresas de base tecnológica em Florianópolis.

B2Mamy - Acelerando a mãe empreendedora | São Paulo 🌐
<https://www.b2mamy.com.br/> ▾
Criamos uma aceleradora dedicada a selecionar mães empreendedoras de alto impacto, impulsionar e consolidar a sua empresa. Venha ser uma B2mana!

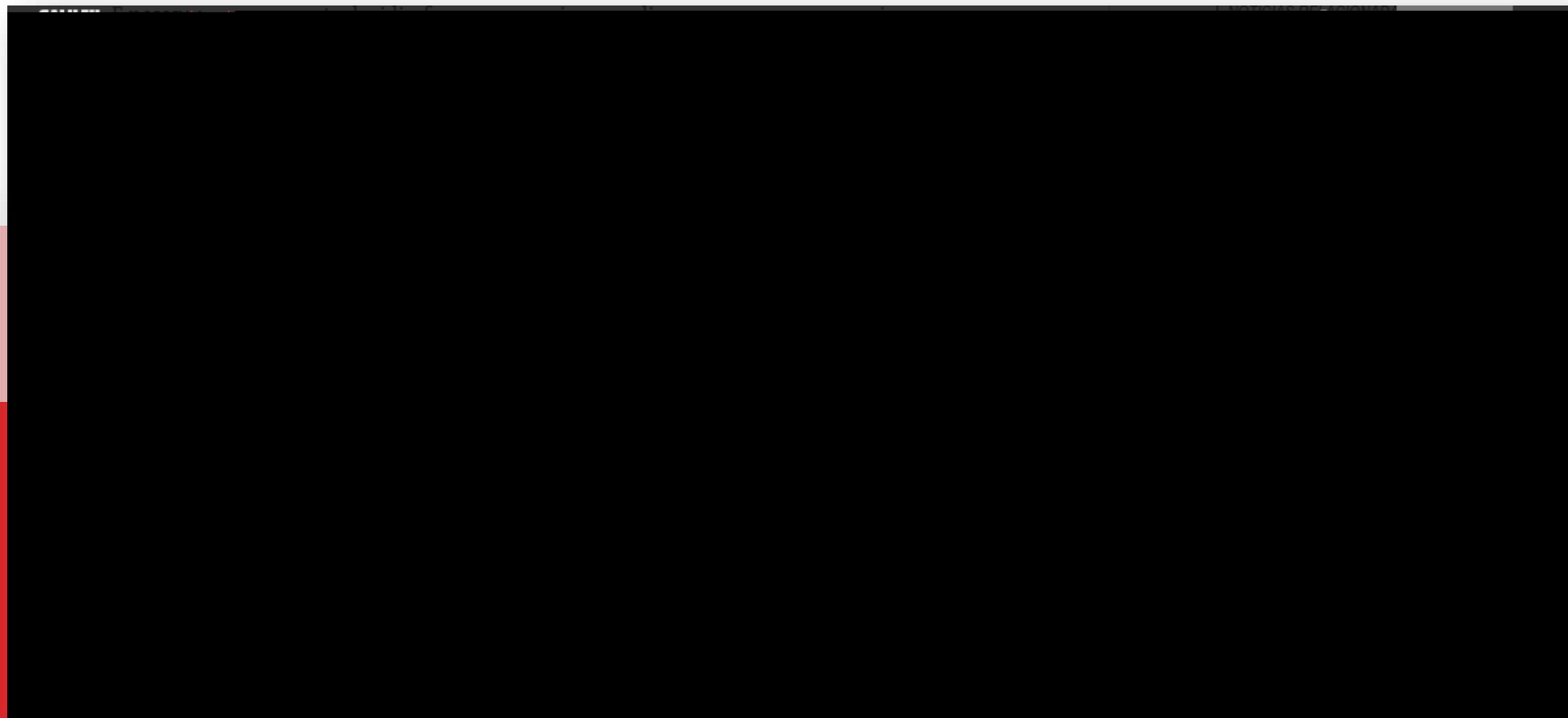
#botaelasnopalco | B2Mamy Aceleradora | São Paulo 🌐
<https://www.b2mamy.com.br/botaelasnopalco> ▾
A campanha do B2Mamy que tem como objetivo dar voz e visibilidade para ideias de negócios idealizados e gerenciados por mulheres e mães. Saiba Mais!

Mulheres lançam aceleradora de projetos com foco em mães ... 🌐



Google Ads

Lançado no ano de 2000, o Google Adwords é uma das maiores ferramentas do Google em termos de representatividade – a maior parte das receitas do Google provém dela. O seu conceito é bastante simples: permitir que empresas anunciem online, nos resultados de busca do Google e em sites parceiros, diretamente para um público relevante para os negócios.



<https://support.google.com/google-ads/answer/6146252?hl=pt-BR>



Powered by





Google Ads

Lançado no ano de 2000, o Google Adwords é uma das maiores ferramentas do Google em termos de representatividade – a maior parte das receitas do Google provém dela. O seu conceito é bastante simples: permitir que empresas anunciem online, nos resultados de busca do Google e em sites parceiros, diretamente para um público relevante para os negócios.

Passport Scotch Whisky - Na gaveta! #SuaQualidade
PassportScotchBR
...ESSE WHISKY AI É QUE NEM AQUELE
GOL NA GAVETA SABE?
SEGUNDO NOSSOS FÃS NO FACEBOOK.

Anúncio - 0:05 | youtube.com/PaseportScotchBR/ |
VERA.COM MODERAÇÃO

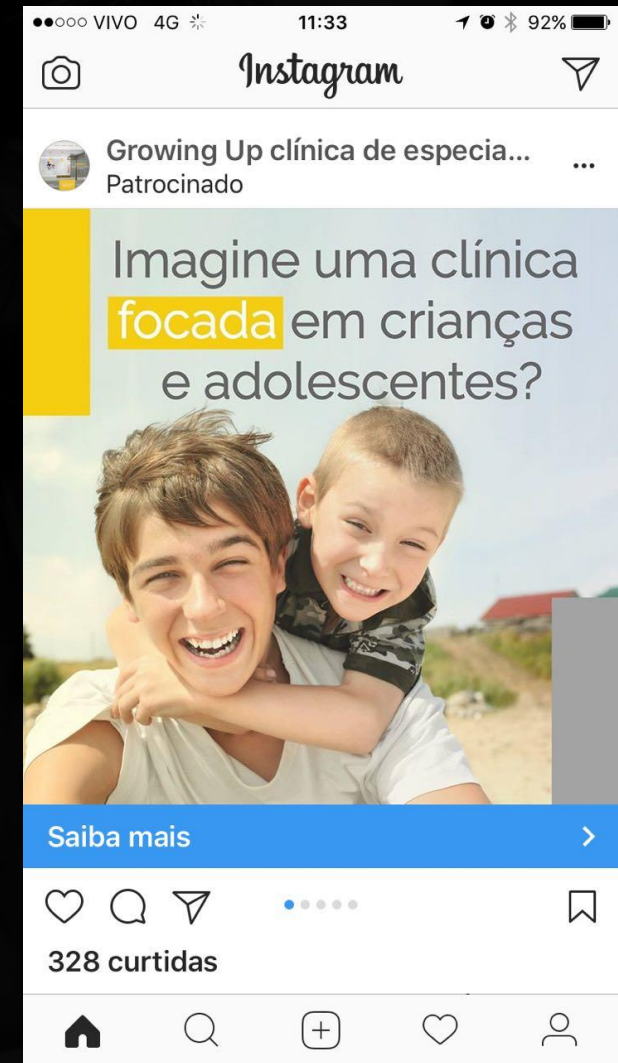
Amores Imperfeitos - ANAVITORIA
Bruna Amorim
Inscrever-se 178
277.982 visualizações
+ Adicionar a Compartilhar Mais 2.418 17

Próximo Reprodução automática
Anavitória - Barquinho de Papel (MINIDocs®)
MINIDocsVivo
2.023.442 visualizações
50+ VIDEOS
Mix - Amores Imperfeitos - ANAVITORIA
YouTube
Projota - Linda ft. Anavitória
ProjVEVO
3.622.516 visualizações NOVO
Anavitória - Trevo (Tu) (Audio) ft. Tiago Iorc
AnavitóriaVEVO

Mais
ABRAÇOS
Academy

Powered by

 **B2Mamy**
ACELERADORA



<https://business.facebook.com/ads/manager/account/account>



Facebook Ads

The image shows a Facebook profile page for a user named 'Micheli'. The profile header includes the name 'Micheli', 'Página inicial', and 'Criar'. Below the header is a search bar and a 'Criar publicação' (Create post) section with the text 'No que você está pensando, Micheli?'. The post creation options include 'Foto/vídeo', 'Marcar amigos', and 'Sentimento/a...'. Below the post creation area is a 'Stories' section with four story thumbnails: a profile picture with a plus sign, a B2Mamy Acceleradora advertisement, a Physio Terapia advertisement, and a story by Nathalia Pontes. On the right side, there is a 'Sua Página' (Your Page) section with a lightbulb icon and a 'Publicação' (Post) button. A 'Gerenciador de Negócios' (Business Manager) overlay is open, showing a list of 'Suas Páginas' (Your Pages) including 'Assina Marketing', 'Lero Decoração Santos', and 'CTO do Futuro'. Below this, it lists 'Gerenciador de Negócios' (Business Manager) roles: 'Ela é CTO', 'Micheli Junco', and 'Dani Junco'. At the bottom of the overlay, there are buttons for 'Gerenciar Páginas', 'Gerenciar grupos', and 'Gerenciar anúncios' (Manage ads).



Estranhos

Atrair Visitantes

Ferramentas:

Blogs, Redes Sociais, Anúncios, Sites

E-books, podcast

Visitantes

Converter visitantes

Ferramentas:

Landing Page, Formulários e Contatos



Faça o download grátis aqui
Você precisa preencher o formulário abaixo.

Nome *

E-mail *

Idade *

Estado:

Sexo *

2 + 10 = ?

Receber material

Procederem a editar suas informações de contato para evitar qualquer tipo de SPAM.



Assine a nossa newsletter

[eBook gratuito]

O Guia Definitivo do Marketing Digital

Aprenda a usar os canais online para se relacionar, aumentar suas oportunidades de negócio e gerar vendas

[Não tenho interesse, obrigado.](#)



Google Forms

NOME COMPLETO:

CPF:

IDADE:

NASCIMENTO:

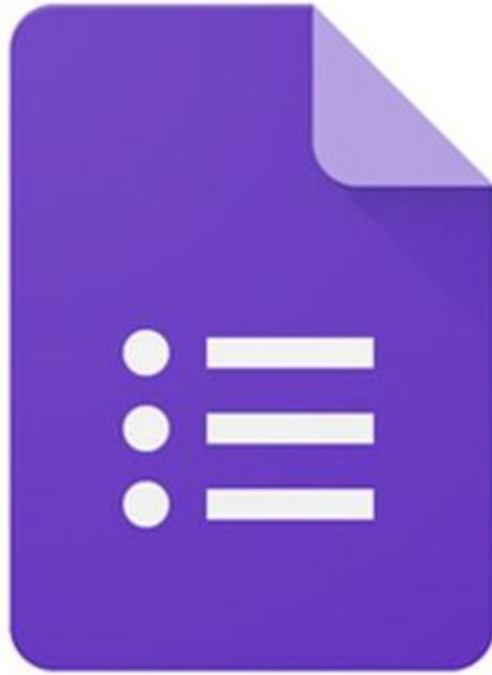
CIDADE:

UF:

WHATS APP:

VOCE ACEITA RECEBER NEWS?

<https://www.google.com/forms/about/>



Google Forms



<https://www.google.com/forms/about/>



Estranhos

Atrair Visitantes

Ferramentas:
Blogs, Redes Sociais, Anúncios, Sites

Visitantes

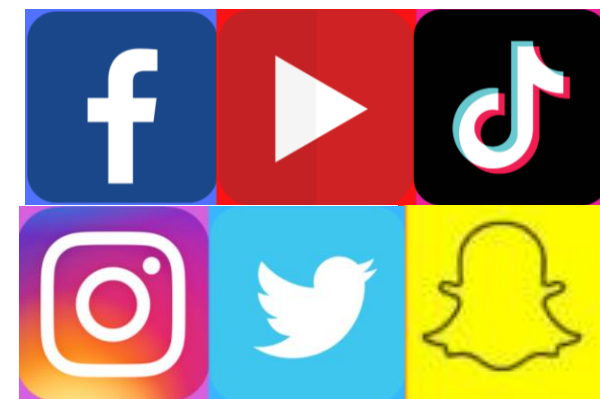
Converter Visitantes

Ferramentas:
Landing Page, Formulários e Contatos

LEADS

Relacionamento

Ferramentas:
E-mail, Redes Sociais, Webinários



Webinar

videoconferência

Esse formato de conteúdo vem ganhando bastante destaque, especialmente em estratégias que utilizam o Marketing de Conteúdo.

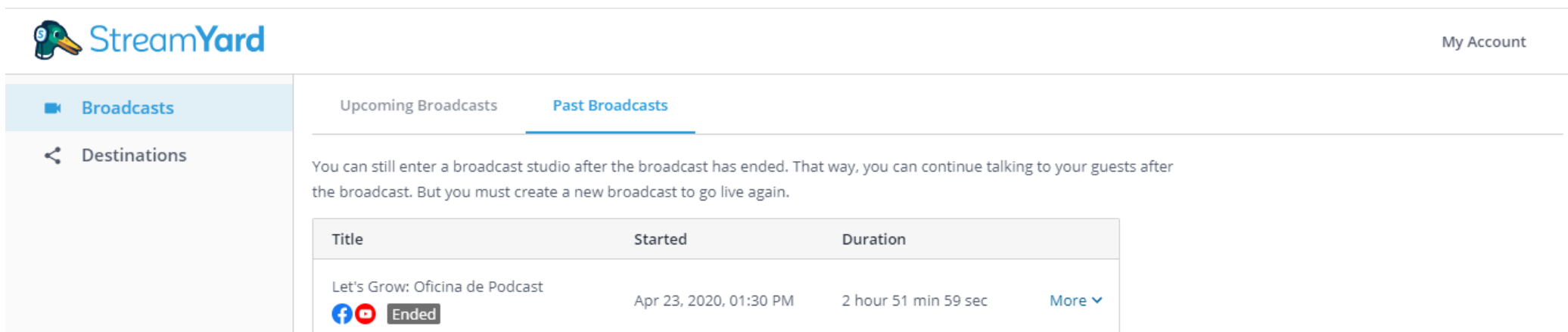
Afinal, grande parte dos conteúdos disponibilizados online tem o formato de texto, o que acaba saturando alguns internautas. O webinar é uma alternativa a esse lugar-comum

Você já sabe que o engajamento é uma das métricas mais importantes no Marketing Digital, não é? E o que pode ser melhor para potencializar esse fator do que a realização de uma transmissão ao vivo? O webinar cria uma conexão entre marca e consumidores que é essencial para o sucesso do negócio.

Disponibilizar um webinar é uma maneira de aumentar o tráfego do site. Se bem realizado, o evento será divulgado pelos próprios espectadores, atraindo mais visitantes e, conseqüentemente, elevando as oportunidades de negócio.

Plataformas

- Facebook.
- YouTube.
- Hangouts.
- Skype.
- Twitch.
- GoToWebinar.
- WebinarJam.
- StreamYard



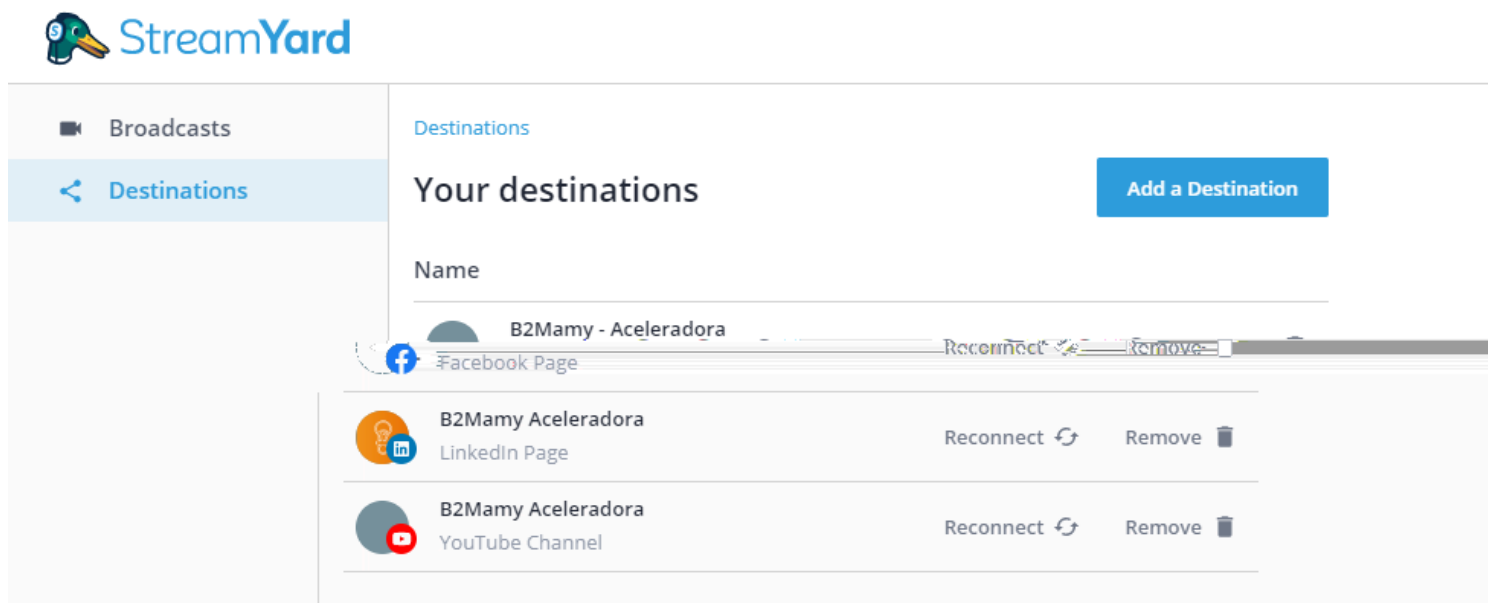
StreamYard My Account

Broadcasts Destinations

Upcoming Broadcasts **Past Broadcasts**

You can still enter a broadcast studio after the broadcast has ended. That way, you can continue talking to your guests after the broadcast. But you must create a new broadcast to go live again.

Title	Started	Duration	
Let's Grow: Oficina de Podcast f y Ended	Apr 23, 2020, 01:30 PM	2 hour 51 min 59 sec	More v






StreamYard

Broadcasts **Destinations**

Your destinations Add a Destination

Name

-  B2Mamy - Aceleradora Reconnect Remove
-  B2Mamy Aceleradora Reconnect Remove
-  B2Mamy Aceleradora Reconnect Remove

E-MKT

MONITORAR



Estranhos

Atrair Visitantes

Ferramentas:

Blogs, Redes Sociais, Anúncios, Sites

E-books, podcast

Visitantes

~~Convertir visitantes~~

Ferramentas:

Landing Page, Formulários e Contatos

LEADS

Relacionamento

Ferramentas:

E-mail, Redes Sociais, Conteúdo Webinars

Cliente

Recomendação

Ferramentas:

Redes Sociais, E-mail e Vídeo

Promotor





PRECISO ESTAR EM **TODAS?**

 Oberlo

Usuários das redes sociais: as gerações mais tecnológicas



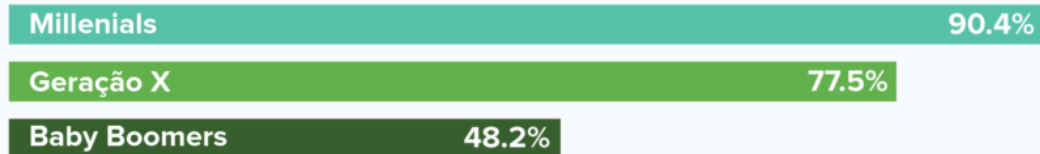
90.4%
Millenials



77.5%
Geração X



48.2%
Baby Boomers



(Emarketer, 2019)

Social Media Channels Explained



Facebook

I LIKE DONUTS



Twitter

I'M EATING A
#DONUT



Pinterest

HERE'S A DONUT
RECIPE



Instagram

HERE'S A PHOTO
OF MY DONUT



LinkedIn

MY SKILLS INCLUDE
DONUT EATING



Google+

I'M A GOOGLE EMPLOYEE
WHO EATS DONUTS



M

A linha fibratto é leve, saborosa e fonte de fibras. São biscoitos feitos artesanalmente, com ingredientes escolhidos com muito carinho. Experimente e escolha o seu favorito!

O _____ além de ser importante para o _____, também é responsável _____
_____. _____ pode ser uma _____ esse tipo de alimento: opte por
snacks com ingredientes naturais e fáceis de serem consumidos, como os biscoitos da Fibratto, que vêm em
embalagens individuais. Marque aqui seu amigo que vai gostar dessa novidade!

Diagrama de perguntas orientadoras:

- QUEM (seta apontando para o primeiro espaço em branco)
- POR QUÊ? (seta apontando para o segundo espaço em branco)
- QUANDO (seta apontando para o terceiro espaço em branco)
- ONDE (seta curva apontando para o quarto espaço em branco)
- O QUÊ (seta apontando para o quinto espaço em branco)



Tip Top adicionou 4 novas fotos.

12 de julho às 18:27 · 🌐

Julho é o mês que os papais e mães se desdobram para achar maneiras de entreter as crianças dentro de casa, por isso, fique atento às nossas dicas, principalmente se você tem um pequeno bem agitado! Aproveite e boas férias ❤️



i91411983447/1613689171983671/?type=3



Dove

5 de julho às 00:01 · 🌐

Milhares de bebês precisam de ajuda todos os dias. E você pode ajudar. Acesse o site e conheça a linda história dos bebês e das mães que precisaram de ajuda. #DoeLeiteMaterno #AjudeUmPrematuro



Baby Dove

Cuidado essencial que seu bebê precisa

DOELEITEMATERNO.COM.BR

Saiba mais



Curtir



Comentar



Compartilhar



👍❤️👤 2,6 mil

Comentários mais relevantes ▾

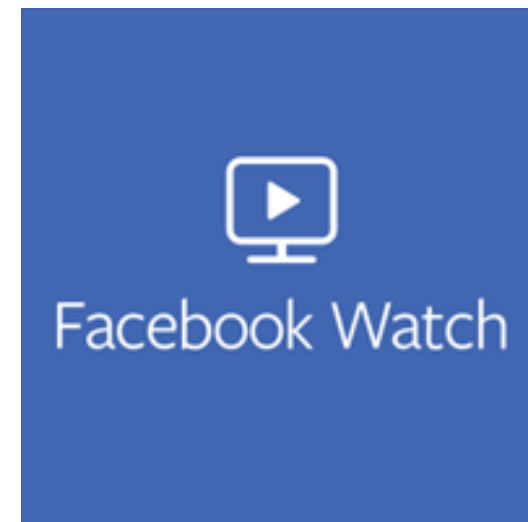
234 compartilhamentos



~ Mais ~
ABRAÇOS[®]
Academy



Mais
ABRAÇOS[®]
Academy



Novos efeitos



Sua história



Página Caixa de entrada 2 Notificações 15 Informações Ferramentas de publicação Configurações Ajuda

B2Mamy - Aceleradora
@b2mamy

Página inicial
Eventos
Publicações
Fotos
Vídeos
Grupos
Loja
Avaliações
Sobre
Curtidas
Promover

Canecas B2Mamy Editar

Adicionar produto

Caneca Evolução R\$ 30,00 Editar Compartilhar

Caneca Forever Beta R\$ 30,00 Editar Compartilhar

Camisetas B2Mamy Editar

Saiba mais

Ver todos (8)

shopbop

La Vie Rebecca Taylor Lattice...
\$295.00

Converse All Star 70s High Top...
\$85.00

Ver todos (8)

B2Mamy - Aceleradora
@b2mamy

Página Caixa de entrada 2 Notificações

Página inicial
Eventos
Publicações
Fotos
Vídeos
Grupos
Loja
Avaliações
Sobre
Curtidas
Promover
Gerenciar promoções

Faltam 10 dias para o Start!
Corre! Ainda dá tempo para validar sua ideia ou melhorar seu negócio

Prepara e Conecta!
Bora fazer parte?

Produtos mostrados:

B2Mamy Start - São Paulo - 28/07
B2Mamy - Aceleradora
R\$ 200,00

Ver mais em B2Mamy
3.510 curtidas

Quintal de Trocas
Organização comunitária

Quintal7Cores
Educação

Páginas curtidas por esta Página

Diploma de Mãe

Português (Brasil) · Português (Portugal) · English (US) · Español · Français (France)

Privacidade · Termos · Anúncios · Opções de anúncio · Cookies

Facebook © 2017



Os posts no Instagram são quarta-feira
ao meio-dia e 2 da tarde e quinta-feira às 1 e 2 da tarde.

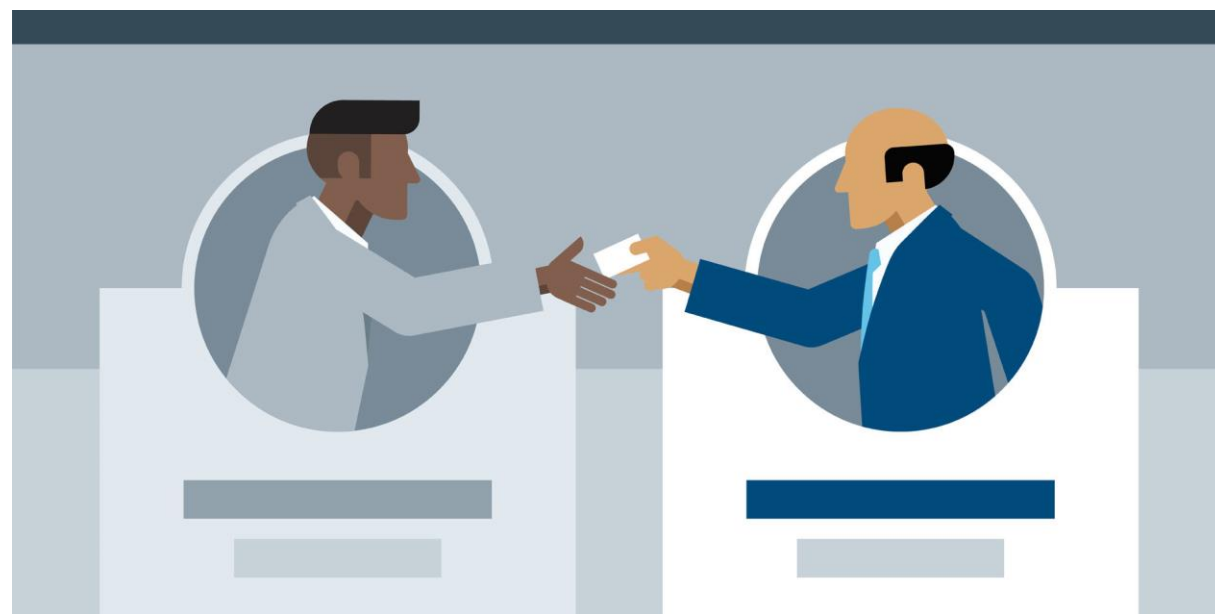
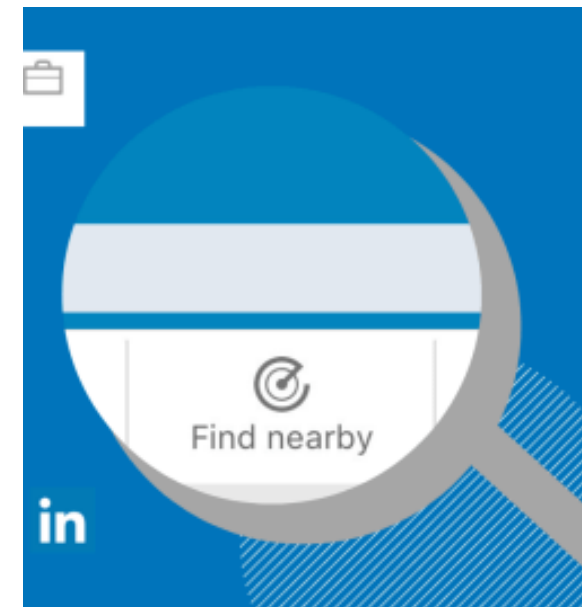
Quinta-feira é o melhor dia para postar no Instagram na semana.

Os melhores horários mais seguros para postar no Instagram incluem dias da semana
das 10h às 15h.

~ Mais ~
ABRAÇOS[®]
Academy



Mais
ABRAÇOS[®]
Academy





O melhor horário para postagem no LinkedIn é

é o melhor dia para postagem no LinkedIn.

Os números de engajamentos variam por dia, mas de

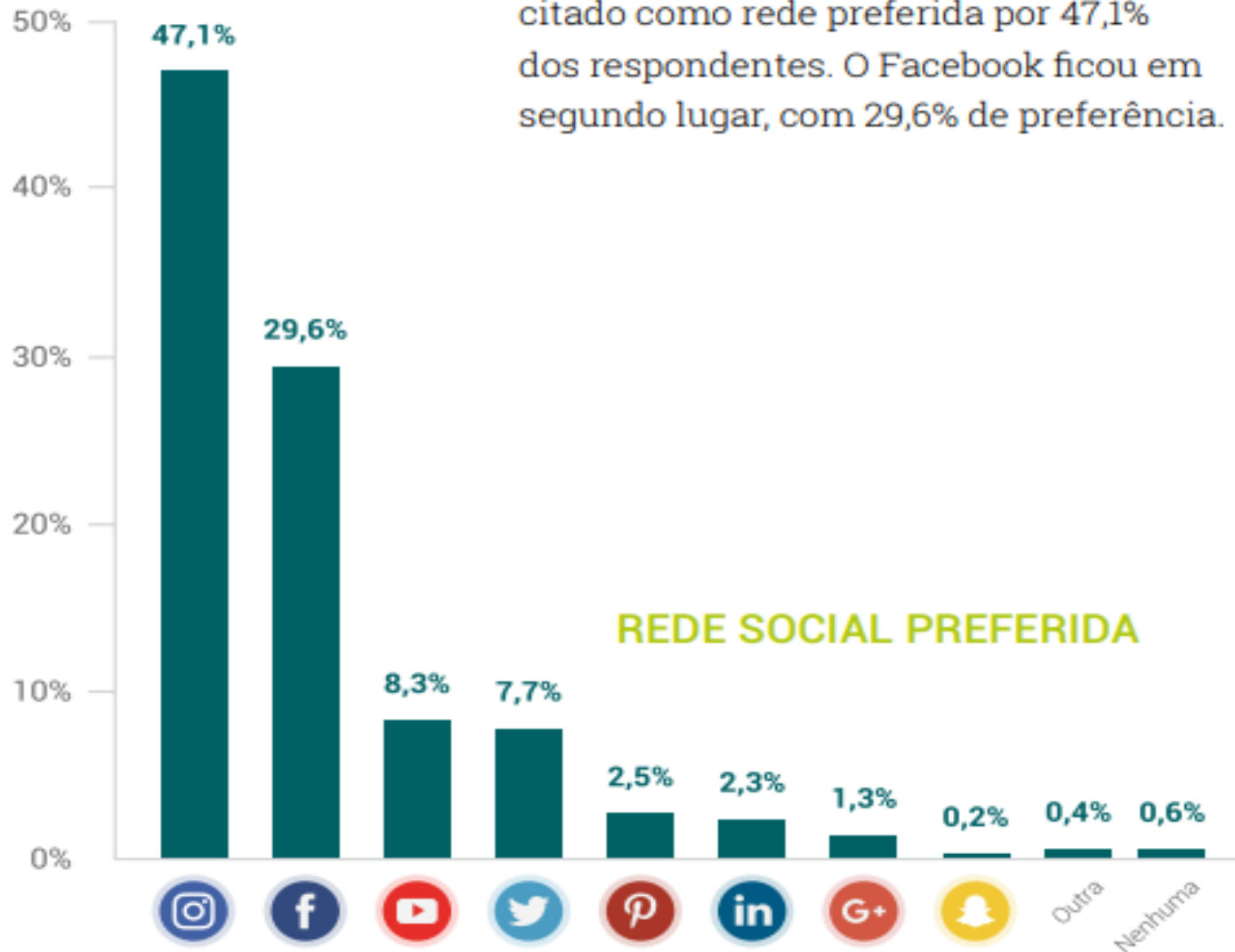
não é um período favorável para engajamento.

~ Mais ~
ABRAÇOS[®]
Academy



REDE SOCIAL PREFERIDA

No resultado geral, o Instagram foi citado como rede preferida por 47,1% dos respondentes. O Facebook ficou em segundo lugar, com 29,6% de preferência.



FUNIL DE VENDAS SIMPLIFICADO NO INSTAGRAM

CURIOSO

Encontra a sua publicação

VISITANTE

Visita o perfil e analisa o seu conteúdo

FOLLOWER

Passa a te seguir

LEAD

Deixa o WhatsApp no direct

COMPRADOR

Compra o seu produto

EMBAIXADOR



ITAIS

dicas
digitais

COMO SER REFERÊNCIA NO Instagram

CONTEÚDO

POST PELO MENOS 1X POR DIA

HASHTAGS

UTILIZE-AS PARA GANHAR
MAIS VISIBILIDADE

ENGAJAMENTO

STORIES

NICHO

VALOR



COMO FUNCIONA O ALGORITMO NO INSTAGRAM



Sua nova postagem é mostrada para uma pequena parte dos seus seguidores



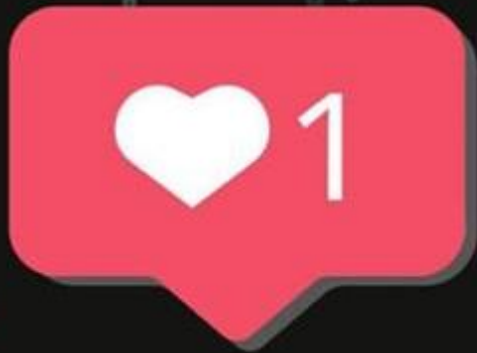
Ele começa a medir o quão rápido os seus seguidores irão engajar com o seu post. Os 20 primeiros minutos são cruciais para isso.



O Algoritmo compara o engajamento que está chegando na postagem com o que você teve em postagens anteriores



Quanto melhor for a performance do seu post atual comparando com os anteriores, melhor será o seu alcance e o seu post aparecerá no Feed de mais seguidores seus.



E quanto mais seguidores interagem com o seu perfil, maiores serão as chances de você aparecer na página de explorar no Instagram e alcançar mais usuários.



COMO SER REFERÊNCIA NO Instagram

CONTEÚDO

POST PELO MENOS 1X POR DIA

HASHTAGS

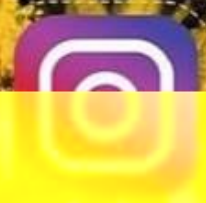
UTILIZE-AS PARA GANHAR
MAIS VISIBILIDADE

ENGAJAMENTO

STORIES

NICHO

VALOR



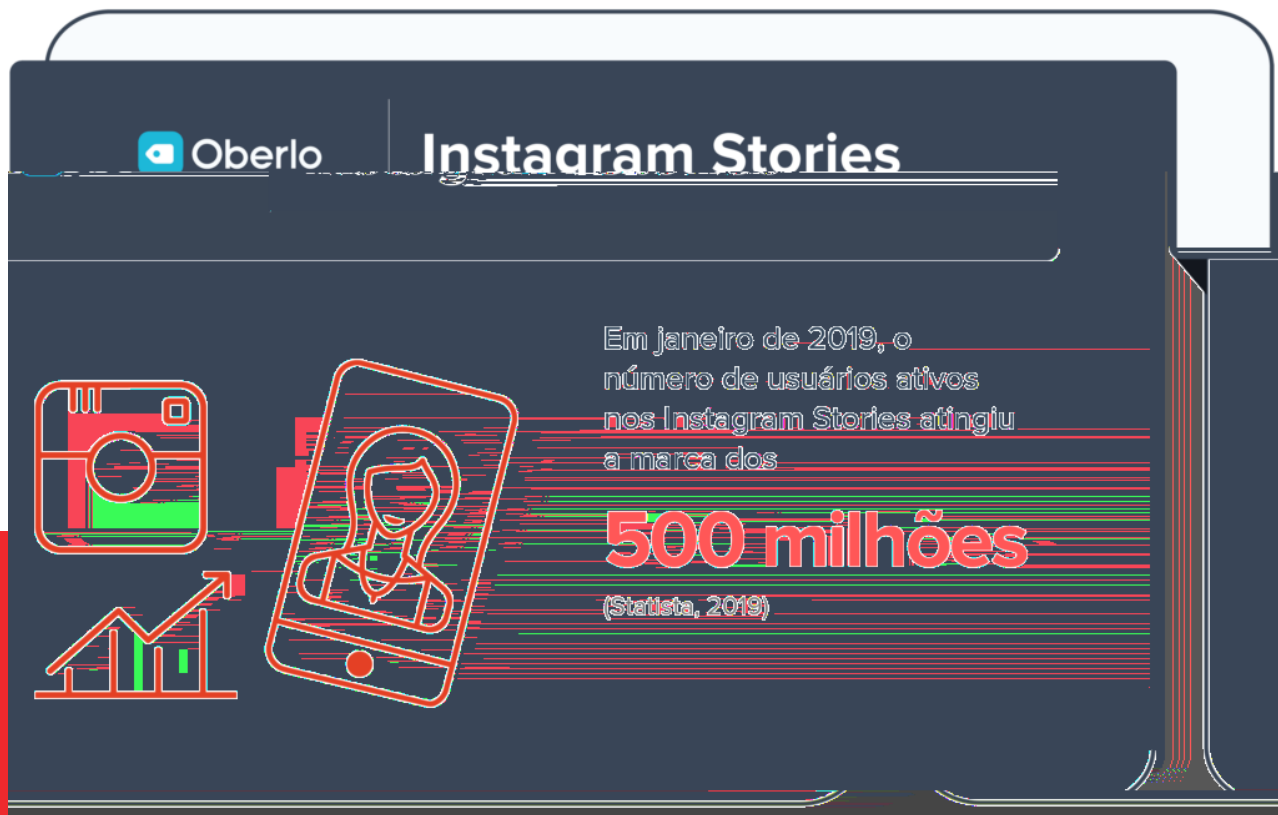
@DICASDIGITAIS

e só vai ler isso aqui por último

VOCÊ VAI LER ISSO AQUI PRIMEIRO

depois vai ler isso aqui
e depois isso aqui

dicas
digitais



IDEIAS DE CONTEÚDOS de Stories

@dicasdigitais



INDICAÇÃO

indique um livro, podcast, blog, canal



BASTIDORES

documente os bastidores do seu negócio



RESPONDA DÚVIDAS

compartilhe sua resposta nos stories



TUTORIAIS

ensine algo de valor para a sua audiência



CONTE SUA HISTÓRIA

utilize de técnicas de story-telling



PROVA SOCIAL

coloque depoimentos, antes e depois e mostre sua agenda e negócio lotado



CHAMADA PARA AÇÃO

leve o cliente para o direct, whatsapp ou telegram



QUIZ

vai gerar uma boa interação e aumentará sua retenção

dicas digitais

Mais ABRACÇOS® Academy

Powered by



B2Mamy ACELERADORA

– Criar conteúdo;

– Criar conteúdo;

– Calendário e métricas
metrics;

– Link do Perfil;

– Link para o
WhatsApp.

trakto.



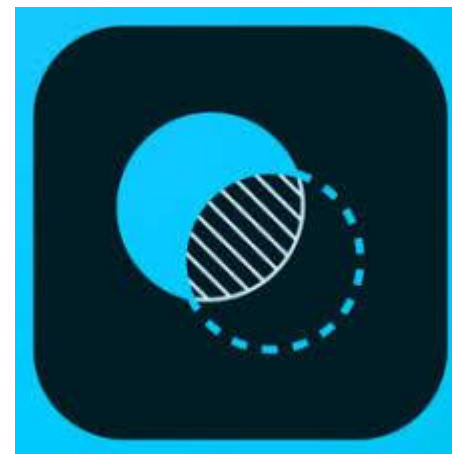
 **linktree**

mLabs

– Cria e Edita Filmes a partir de fotos e vídeos;

– Criador de Legendas;

– Edição de fotos;



Clipomatic

Vantagens De usar hashtag

@DICASDIGITAIS



HASHTAGS AUMENTAM A CHANCE DO SEU NEGÓCIO SER ENCONTRADO.

IMEDIATAMENTE LIGAM UM POST A UM GRUPO DE PESSOAS INTERESSADAS.



TORNAM MAIS FÁCIL ACOMPANHAR NOVIDADES E TENDÊNCIAS DO MERCADO

PERMITEM QUE VOCÊ LIBERE NOTÍCIAS PARA UM GRUPO INTEIRO INTERESSADO AO MESMO TEMPO

MELHORAM O ENGAJAMENTO DA AUDIÊNCIA

PERMITEM ACOMPANHAR SEU DESEMPENHO E ANALISAR AS MÉTRICAS

dicas digitais

Mais
ABRAÇOS
Academi

Powered by



B2Mamy
ACELERADORA

Ferramentas para rastrear as

Também dá para buscar por uma hashtag específica e saber a quantidade de posts existentes com ela ao redor de todo o mundo.

Além disso, o site dá dicas de hashtags a partir de assuntos específicos. Se você fala sobre carros, por exemplo, mas se encontra sem ideias criativas, o site te ajuda.

No Top Hashtags, o monitoramento é retirado das seguintes redes sociais: Instagram, Twitter, Facebook, Tumblr e Ello.

quantidade de postagens feitas com aquela hashtag;
alcance da hashtag;
número de usuários que postaram a hashtag;
impressões que ela causou, ou seja, a quantidade de
pessoas que visualizou postagens que continham a
hashtag.
perfis que mais compartilham;
países onde ela é popular;
sentimento daquela hashtag — como as pessoas a
vêm;
gênero dos perfis que fizeram os posts.

O site é focado em hashtags feitas no Instagram e dá informações interessantes como as hashtags mais usadas no momento.

Ao clicar em cada uma delas, ele dá uma visão completa dos posts de forma que os dois anteriores não fazem. Além do nome dos usuários, ficam exibidas também as imagens que foram compartilhadas, sem a necessidade de sair da página para visualizar o teor dos conteúdos.





Os melhores horários para se postar no Instagram são

Os horários mais seguros para postagem vão de

é o dia com pior engajamento para o seu Instagram.

Ferramentas para instagram



10
Bancos de imagens
Free @DICASDIGITAIS

1.  www.freepik.com
2.  www.freepixels.com
3.  www.photogen.com
4.  www.freeimages.com
5.  www.openphoto.net
6.  www.rgbstock.com
7.  www.pexels.com
8.  www.stockvalut.net
9.  www.pixabay.com
10.  www.creativecommons.net

dicas
digitais

22 Tendências para 2020.

1. Streaming
2. Influenciadores x Mídia Tradicional
3. Deepfake (fakenews dos vídeos)
4. Telegram
5. Tik Tok
6. Reinado do Instagram (Recursos de G.Ads migrarão para o insta)
7. Podcasting (cresceu 67%)
8. Todos são seu concorrentes (de atenção)
9. Google irá criar uma ferramenta gratuita de agendamento de posts e leitura das redes sociais.
10. Autoridade x Google (O seu site pode ser citado em outro sites para o google testar sua relevância)
11. Agradar algoritmo e pessoas (pessoas tem q participar mais e mais das suas postagens)
12. Live no LinkedIn
13. Copywriting x tráfego (Copy – arte da escrita persuasiva / tráfego – anúncios para chegar no público-alvo) precisamos de ambas!

22 Tendências para 2020.

14. Menos beleza mais real time (não perca tempo nos posts lindos que ficarão para amanhã, poste hoje da forma que pode!
15. Facebook como plataforma de anúncios (Insta ads depende dele para os dados das pessoas)
16. Curadoria de conteúdo por chatbots (chatbots avisa seu cliente de conteúdos semelhantes ao que ele está lendo)
17. Novis no Whats – catálogo no whatsapp
18. MOSTRA o preço! Não é segredo!
19. Grupos de Facebook (Face está divulgando em outdoors)
20. Storytelling para Stories (menos quadros, mais rostos)
21. Blogs em alta com áudio
22. Twitter tem promessas para 2020

5 princípios e ações para ter em mente

PRINCÍPIOS



**Orientações globais,
decisões locais**

AÇÕES

Controle top-down de conteúdo e mensagens — e lembre que algumas decisões devem ser locais.



**Reavaliação de canais
e peças criativas**

Realize uma auditoria completa de todos os possíveis pontos de contato para a marca, tanto em mídias pagas como próprias.



**Obtenha
o criativo certo**

Defina novas diretrizes para as peças criativas que sejam consistentes com a situação atual e com os valores da marca.



Continuidade e valor

Responda duas questões: o que é mais relevante para o seu cliente? Como isso está relacionado à prioridade do seu negócio?



**Usando todas
as oportunidades
para ajudar**

Garanta que seu site, mídias sociais e lojas estejam refletindo o propósito maior que é ajudar as pessoas.

<https://www.thinkwithgoogle.com/intl/pt-br/advertising-channels/busca/por-dentro-do-marketing-do-google-5-processos-que-ajudam-a-guiar-nossas-equipes-de-midia-em-tempos-de-covid-19/>

~ Mais ~
ABRAÇOS[®]
Academy



Powered by



B2Mamy
ACELERADORA