

Planejamento de Mídias Sociais

Endireitados



1. Entendendo o Endireitados

Quem nunca passou um bom tempo se preparando para um Exame, seja no colégio, faculdade ou concurso público? São "N" horas de estudo, cursos preparatórios e simulados

para validar o conhecimento. Além desta necessidade, diversas tendências e mudanças de mercado estão forçando as pessoas à repensar nas metodologias de estudo, pois:

- temos uma **geração Y** *mobile* digital;
- temos uma **mobilidade urbana** impactando cada vez mais o deslocamento, roubando um tempo precioso que poderia ser investido nos estudos;
- o livro como material de estudo se tornando um artigo cada vez mais vintage e pesado para carregar de um lado para o outro;
- as pessoas estão cada vez mais conectadas virtualmente com objetivo de complementação dos estudos, seja em blogs, fóruns, vídeo-aulas ou sites especializados no assunto;

As mudanças estão latentes enquanto a metodologia de validação de conteúdo continua a mesma de 50 anos atrás. São os mesmo simulados com perguntas e respostas A, B, C e D.

O Exame da Ordem dos Advogados é um destes exemplos. Após a formação acadêmica, o Bacharel em Direito precisa obrigatoriamente buscar a aprovação para conseguir exercer a profissão de Advogado.

Temos então um nicho de mercado bastante relevante que busca a aprovação para o Exame em um universo de constante mudança e inovação, o que está exigindo subjetivamente novas formas didáticas de estudar e aprender.

Tendência de mercado, geração Y, **tempo desperdiçado**, livros pesados, **dificuldade de carregar material de estudo relevante** e necessidade de realizar simulados anteriores para validar o conhecimento.

Destas necessidades nasceu o **Endireitados**:

utilizando a dinâmica da **gamificação** para fortalecimento do engajamento, aprendizado e capacitação continuada, este aplicativo desafia o treinamento para o Exame da Ordem.



IMPORTANTE

Caso acerte as questões, parabéns! Você acumula pontos, não perde vidas e passa para a próxima pergunta. Errando você perde pontos, mas poderá assistir a uma mini-aula explicando a resposta da questão.

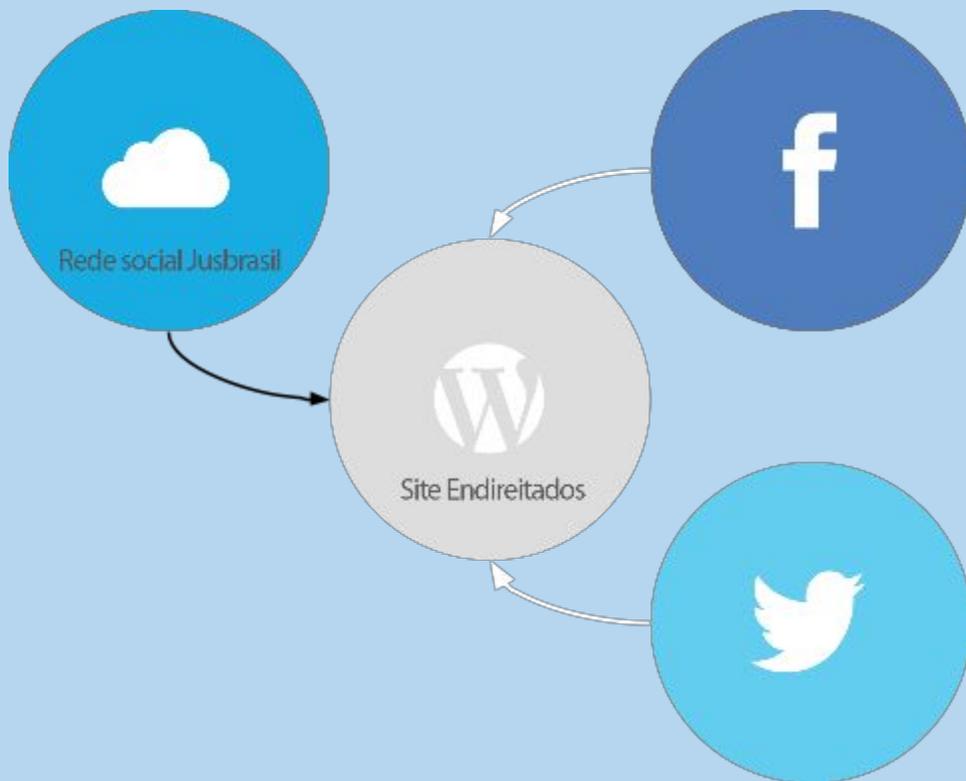
Para mais dicas, acesse nosso [blog](#).

2. Como o Endreitados se posicionava nas mídias sociais

O marketing Digital do Endreitados está pautado na geração de conteúdo relevante, seja através do blog ou materiais de apoio (ebooks, planilhas, vídeos, etc). Este conteúdo tem o objetivo de atrair o visitante para a página principal via link, para então focar no funil de venda e transformação em um potencial cliente (com o download do aplicativo nas plataformas mobile).

O conteúdo criado no blog do site Endreitados é direcionado via link nas mídias sociais elencadas no gráfico abaixo. Não existe nenhuma diferenciação do conteúdo gerado, sendo a mesma informação disponibilizada em todas as mídias sociais.

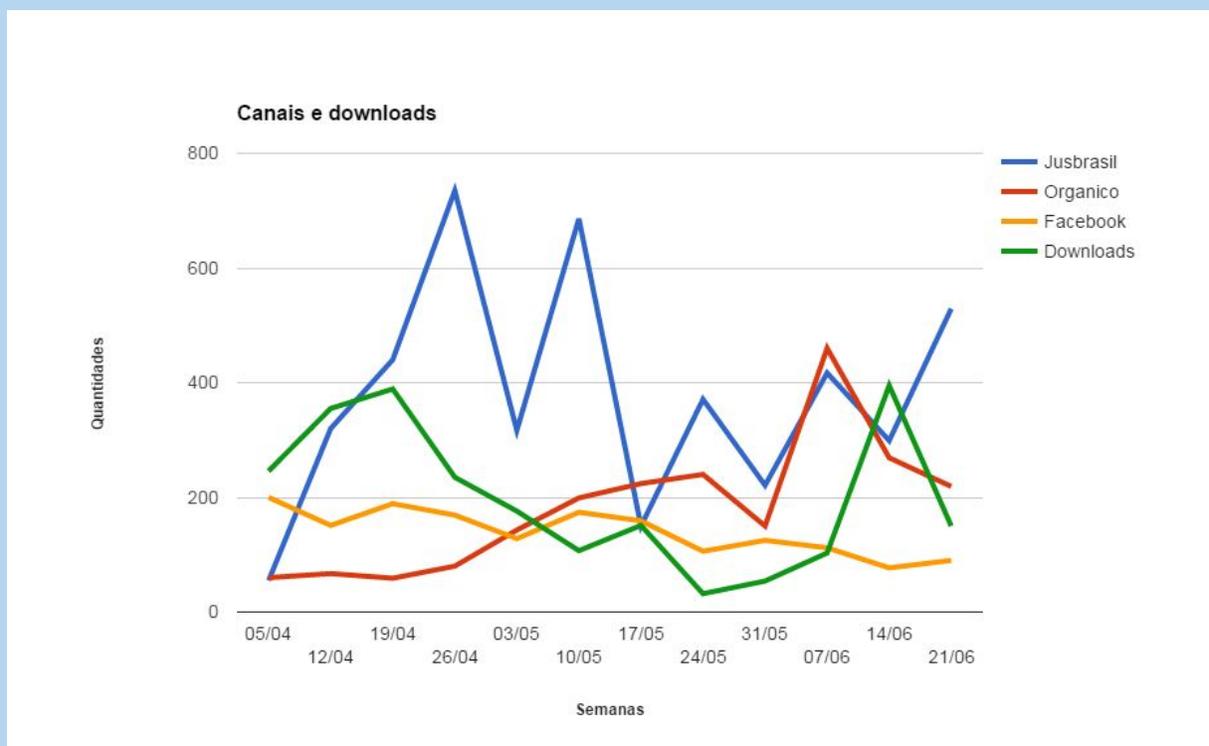
A gestão de conteúdo prima pela geração e postagem de conteúdo uma vez ao dia em todas as mídias sociais abaixo, sempre às 08:00 horas da manhã.



3. Métricas do passado

Com base nas ações de marketing digital acima, os dados abaixo exemplificam os visitantes por mídias sociais, além do número de downloads do aplicativo Endireitados.

	05/04	12/04	19/04	26/04	03/05	10/05	17/05	24/05	31/05	07/06	14/06	21/06
Jusbrasil	#	#	#	#	#	#	#	#	#	#	#	#
Organico	#	#	#	#	#	#	#	#	#	#	#	#
Facebook	#	#	#	#	#	#	#	#	#	#	#	#
Twitter	#	#	#	#	#	#	#	#	#	#	#	#
Downloads	#	#	#	#	#	#	#	#	#	#	#	#



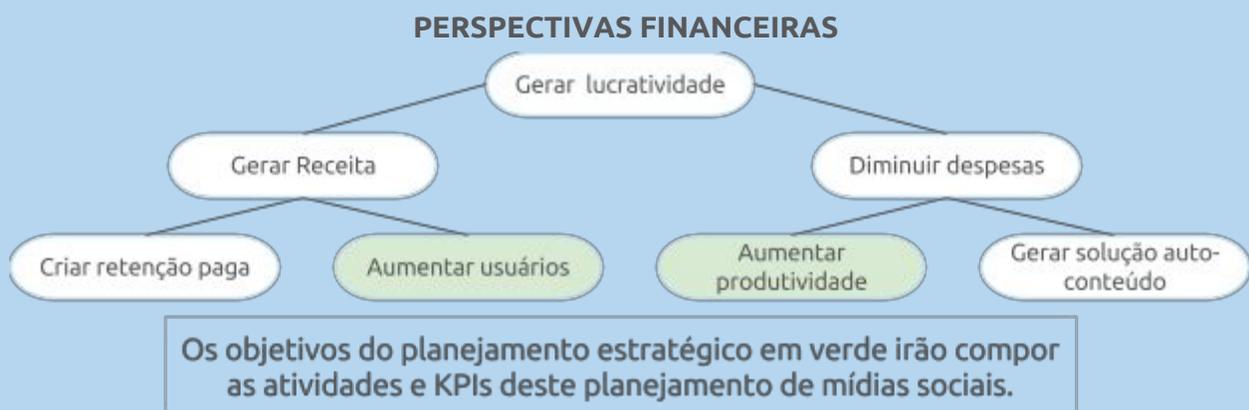
Com base nos dados históricos de engajamento x conteúdo das postagens, os seguintes assuntos foram identificados como mais relevantes:

- Metodologias e ferramentas de estudo (**Dicas**);
- Estrutura do novo Código de Processo Civil (**Colunista**);

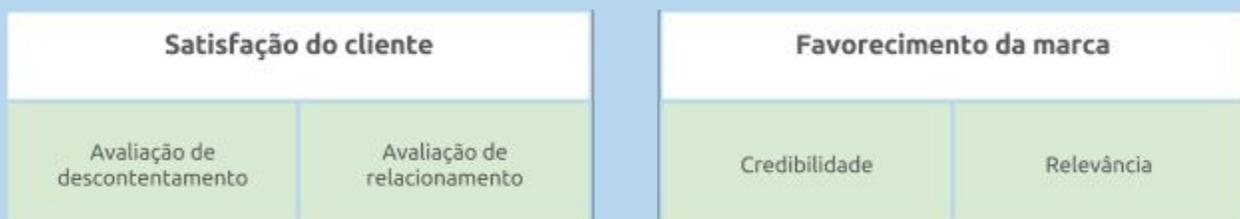
- Assuntos mais relevantes para o Exame da Ordem (**Dicas**);
- Assuntos relacionados com o Direito Administrativo (**Colunista**);
- Assuntos relacionados com o Direito Penal e Processual Penal (**Colunista**);
- Desafio Endireitados com questões e vídeos (**Quiz no site para Engajamento**);
- Assuntos genéricos relacionados ao Exame da Ordem (**Atualidades**);

Estas são as informações dos históricos de acesso e conteúdo relevante das ações de marketing e mídias sociais do dia 01/04/2015 até 21/06/2015. Estes dados serão analisados para definir conteúdos, métricas e KPIs com base no novo planejamento de mídias sociais que será detalhado abaixo.

4. Definição do planejamento estratégico - **Modelo BSC**



PERSPECTIVA DO CLIENTE



PERSPECTIVA INTERNA



5. Marca e Personas



Missão

Ajudar pessoas a passar no Exame da Ordem.



Valores

Gamification, Inovação, Conteúdo qualificado, Capacitação continuada, Plataforma de estudo



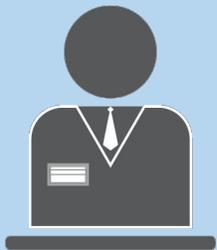
Produto

Aplicativo para celular que estimula o uso pelo desafio e gamificação, facilitando o estudo e assimilação do conteúdo para o Exame da Ordem à qualquer hora e em qualquer lugar.



Processo de venda de produto

- Busca na loja de aplicativos (IOS, WP, Android);
- Captura de leads nas mídias sociais direcionando as personas para a página principal. Neste canal, transformar os visitantes em clientes através do funil de vendas;



Público Alvo

- Bacharéis e formandos em Direito que possuem smartphones, tablets e irão prestar o Exame da Ordem (alvo principal para as mídias sociais e captura de leads);
- Estudantes de graduação que gostariam de começar a preparação para o Exame da Ordem treinando com o Endireitados;
- Concurseiros que gostariam de treinar para questões relacionadas ao Direito;

6. Análise e seleção de canais

Pensando no alinhamento das ações de mídias sociais com o planejamento estratégico da empresa (em verde), foram definidos nove critérios de importância, todos destinados a avaliar a confluência entre os canais digitais e as questões de relevância corporativa.

	Ajuste			Impacto			Viabilidade			Total
Canais Digitais	Alinhamento estratégico	Posicionamento Mercado	Indústria	Alcance Esperado	Custo X Benefício	Cliente	Risco Técnico	Recursos Financeiros	Recursos Pessoal	Peso
Peso	20%	10%	15%	20%	15%	5%	5%	5%	5%	100%

Concluída a priorização dos canais digitais, a planilha abaixo apresenta as principais mídias

analisadas com pontuação de 1 a 10 para avaliação de intensidade levando em consideração os critérios acima e as personas a serem atingidas.

	Ajuste			Impacto			Viabilidade		
Midias Sociais	Alinhamento estratégico	Posicionamento Mercado	Indústria	Alcance Esperado	Custo X Benefício	Cliente	Risco Técnico	Recursos Financeiros	Recursos Pessoal
Peso	20%	10%	15%	20%	15%	5%	5%	5%	5%
Twitter	8	7	9	7	7	8	9	6	6
Facebook	9	10	10	10	9	9	9	6	8
Linkedin	2	6	5	4	4	3	9	1	1
Youtube	7	5	7	8	3	3	9	10	1
Instagram	1	1	1	1	1	1	9	1	1
Pinterest	1	1	1	1	1	1	9	1	1
Google+	5	6	3	3	3	2	9	1	1
JusBrasil	10	10	10	9	10	6	7	10	8
Slideshare	7	8	7	2	5	8	9	1	4

Alinhamento Estratégico: O quanto o projeto está alinhado aos objetivos e metas?

Posicionamento de Mercado: A iniciativa ajuda a melhorar o posicionamento no mercado?

Indústria: Esse é um canal atraente para o Endireitados? Ataca as personas do Endireitados?

Alcance Esperado: O quanto o canal é popular? Ele irá gerar alto grau de exposição?

Custo X Benefício: A iniciativa tem um Custo X Benefício sólido? O quanto vale investir?

Cliente: O canal irá nos ajudar a prover um melhor atendimento para os clientes?

Risco Técnico: Qual a probabilidade de termos problemas técnicos com o canal?

Recursos - Financeiros: Temos recursos financeiros para a iniciativa?

Recursos - Pessoal: Temos recursos humanos para a iniciativa?

A planilha abaixo apresenta o Ranking das mídias sociais conforme ordem de prioridade avaliada sob o amparo de todos os critérios elencados acima.

Mídias Sociais	Pontuação Geral	Ajuste	Impacto	Viabilidade
----------------	-----------------	--------	---------	-------------

Twitter	7.6	3.7	2.9	1.1
Facebook	9.3	4.3	3.8	1.2
Linkedin	3.9	1.8	1.6	0.6
Youtube	6.2	3.0	2.2	1.0
Instagram	1.4	0.5	0.4	0.6
Pinterest	1.4	0.5	0.4	0.6
Google+	3.8	2.1	1.2	0.6
JusBrasil	9.4	4.5	3.6	1.3
Slideshare	5.5	3.3	1.6	0.7

Jusbrasil: Portal social Jurídico com mais de 12 milhões de usuários

Facebook: Rede social com mais de 96 milhões de usuários no Brasil

Twitter: Mídia social com mais de 30 milhões de usuários no Brasil

Youtube: Mídia social com mais de 80 milhões de usuários no Brasil

7. Diagrama de Soluções Digitais

Legenda para o gráfico DSD:



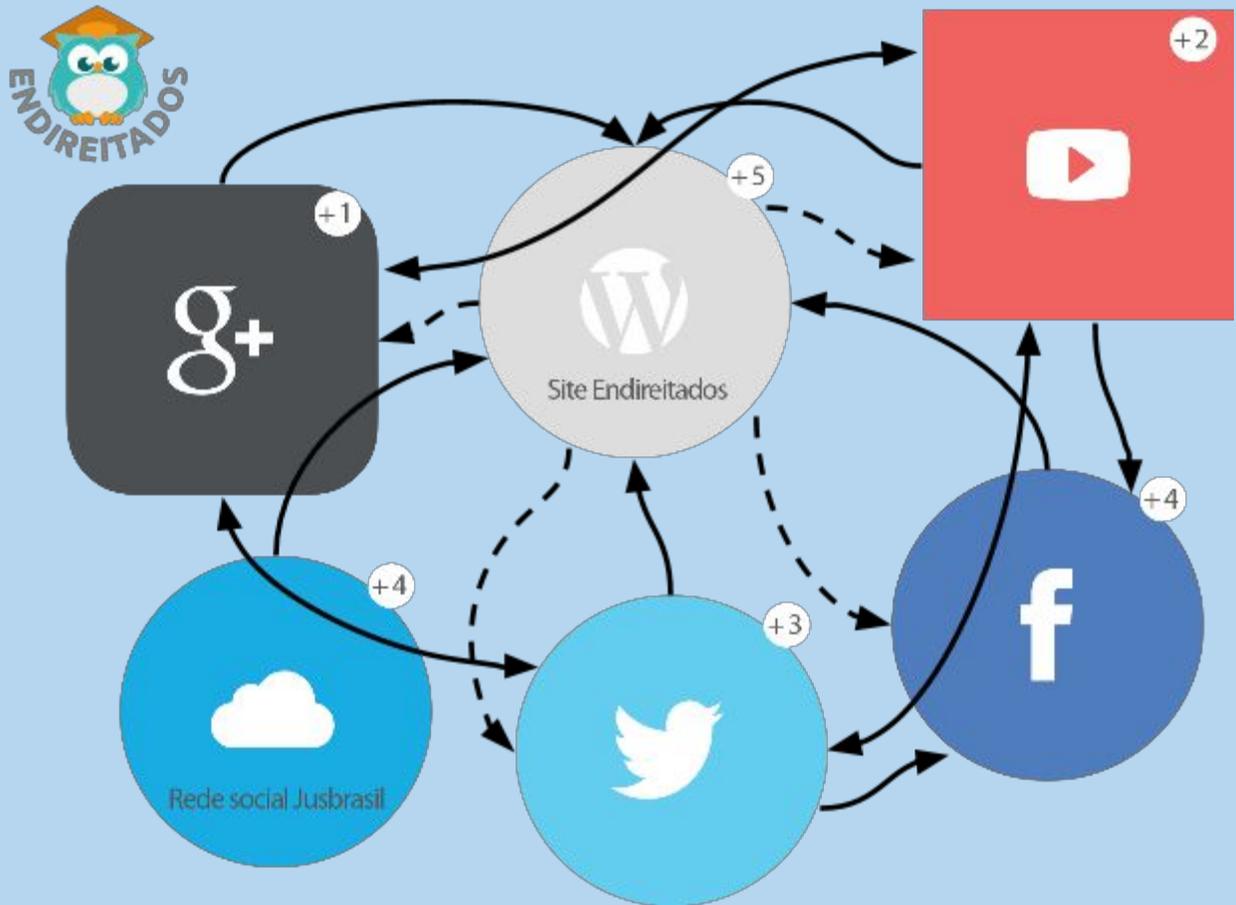
Mídias Sociais mais relevantes para a marca no plano digital. As atualizações, manutenção e produção de conteúdo devem ser constantes.



Estabelecer credibilidade e posicionamento da marca diante do mercado.



Mídias sociais de hospedagem de conteúdo produzido pela marca.



8. Recursos disponíveis para a gestão das mídias sociais

O Endireitados possui um *poll* de recursos limitados para a gestão das mídias sociais.

Recursos - Pessoal: 80 horas mensais;

Recursos - Financeiros: R\$ 300 mensais;

A definição de esforço com pessoal para as mídias leva em consideração o peso de cada uma delas (numeração de importância do canal). Assim, a fórmula de intensidade para o esforço em horas será de: $(1 * 5x) + (2 * 4x) + (1 * 3x) + (1 * 2x) + 1 (* 1x) = 80$, sendo $x = 4,21$ horas.

Os recursos humanos que serão investidos por mídia social será de:

Página Endireitados: 21 horas mensais

Mídia social Jusbrasil: 17 horas mensais

Facebook: 17 horas mensais

Twitter: 13 horas mensais

Youtube: 8 horas mensais

Google+: 4 horas mensais

9. Métricas

Os seguintes objetivos do planejamento estratégico serão foco na definição das métricas das mídias sociais conforme o diagrama de soluções digitais:

Aumentar usuários

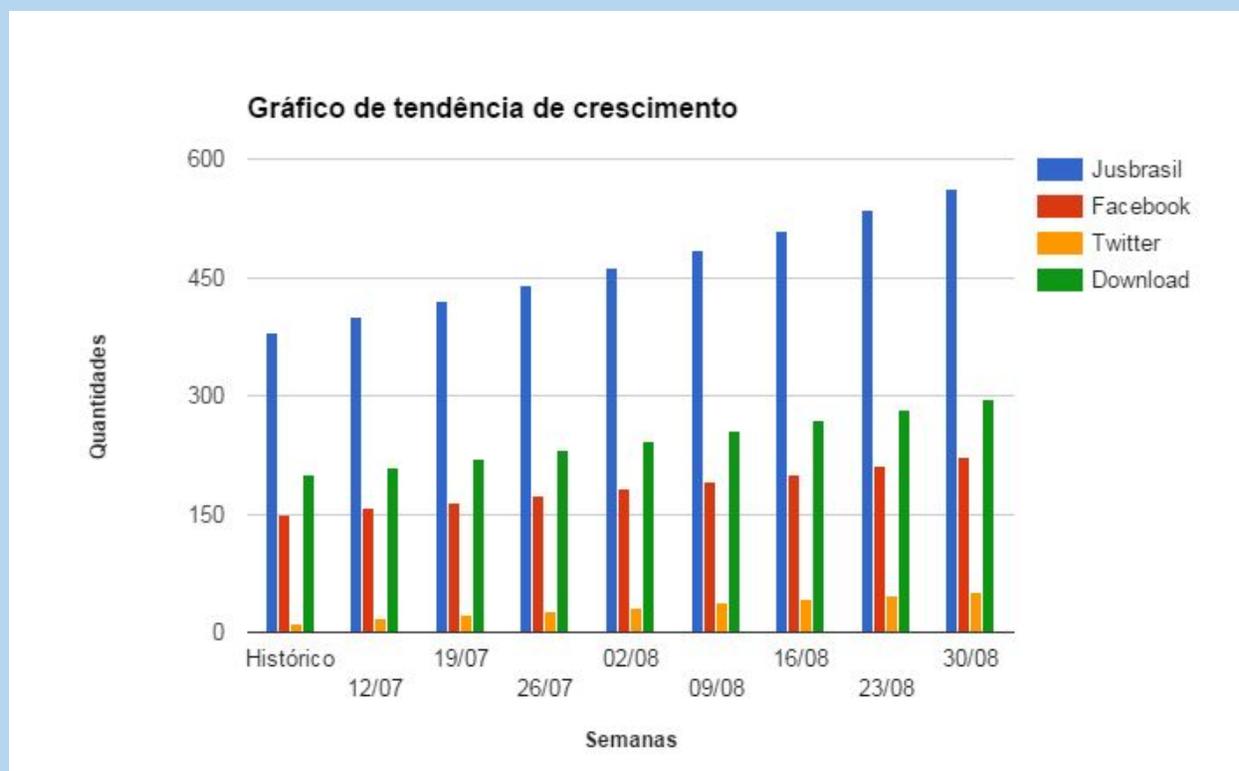
- **Data de início da métrica:** em medição;
- **Revisão dos indicadores:** 28/08/2015;
- **Métrica atual:** 200 downloads por semana;
- **Métrica pretendida:** 5% de incremento nos downloads por semana;

Aumentar conteúdo relevante: visitas - Jusbrasil

- **Data de início da métrica:** em medição;
- **Revisão dos indicadores:** 28/08/2015;
- **Métrica atual:** 380 visitas por semana;
- **Métrica pretendida:** 5% de incremento nas visitas por semana;

Aumentar conteúdo relevante: visitas - Facebook

- **Data de início da métrica:** em medição;
- **Revisão dos indicadores:** 28/08/2015;
- **Métrica atual:** 150 visitas por semana;



Para o controle do planejamento de marketing e mídias sociais, o dashboard abaixo controla a entrada de todas as informações da gestão e métricas, além de calendário para postagem dos conteúdos relevantes por segmentação.

Legendas para o dashboard

- (A) visitantes: não sabem o que é o produto
- (B) leads: quer entender e quer saber porque quer usar
- (C) oportunidades: pensando em baixo o aplicativo Endireitados
- (D) clientes: efetivamente baixaram o aplicativo Endireitados no celular
- (J) Jusbrasil
- (F) Facebook
- (T) Twitter
- (Y) Youtube
- (G) Google+
- (E) Esforço empregado + horas de esforço, com total de 72 horas mensais
- (em vermelho) Ads a serem realizados conforme estabelecido no orçamento

10. Estratégia das postagens e gestão do conteúdo

Estratégia

Pensando no funil de vendas alinhado à jornada de compra, o novo planejamento irá atacar um assunto relevante de conteúdo por semana para **segmentar e conduzir o nicho de mercado até o objetivo final (download e uso do aplicativo Endireitados)**. Por exemplo, na primeira semana de execução do novo planejamento o foco será o Direito Administrativo, contendo dois posts na mesma semana. E cada post diário agendando neste período irá conter as “iscas” focando neste assunto para evolução do visitante no processo de compra.



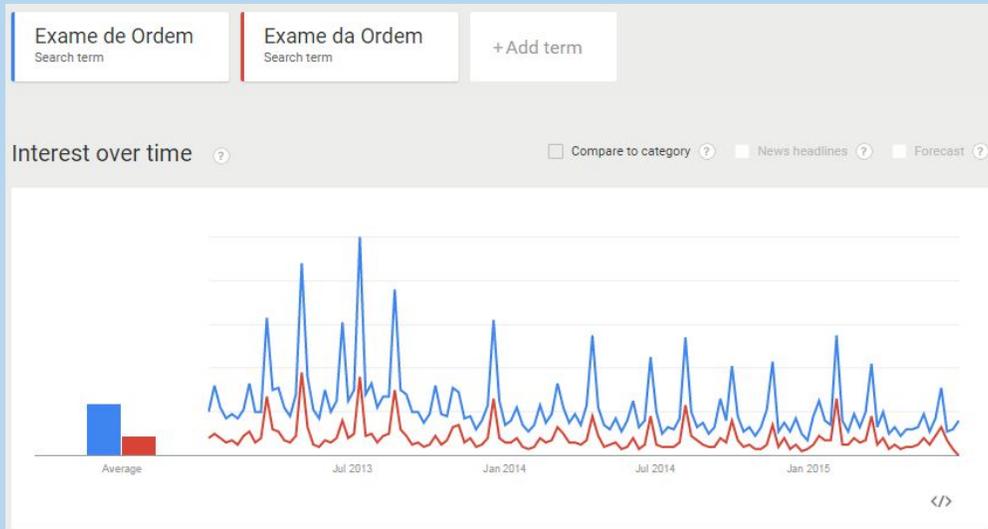
Conteúdo

Buscando a relevância da busca orgânica no conteúdo produzido pelo Endireitados, foram avaliados os potenciais concorrentes na busca de palavras chaves mais relevantes (informações obtidas com base na análise das ferramentas Semrush e SimilarWeb).

O próximo passo analisou palavra a palavra usando as ferramentas KeywordPlanner do Google Analytics em conjunto com o Google Trends (para avaliar a tendência de pesquisa e comparação entre as palavras mais relevantes).

Portalexamedeordem	blog portal exame de ordem	blog exame de ordem	portal exame de ordem	blog da oab	blog exame da ordem	blog portal exame de ordem	blog da oab	portal exame	blog do exame de ordem	exame de ordem
Média mensal: busca	4400	27100	18100	3600	3600	4400	3600	4400	2900	14800
Concorrência	Baixa	Baixa	Baixa	Baixa	Baixa	Baixa	Baixa	Baixa	Baixa	Baixa
Preço sugerido		3.03	2.88	2.8	2.39		2.8		2.15	2.16
Provadaordem	portal exame da ordem	prova de ordem	portal do exame da ordem	proxima prova da oab	site exame	prova da oab	portal de exame de ordem	prova da ordem	portal de ordem	aprovação oab
Média mensal: busca	3600	140	480	320	320	6600	140	1000	140	90
Concorrência	Baixa	Baixa	Baixa	Média	Baixa	Média	Baixa	Baixa	Baixa	Baixa
Preço sugerido	2.88		2.76	0.79	1.4	1.2	1.73	1.98		
Outras sugestões	blog oab	Exame da Ordem	Exame da OAB	questões OAB	simulado OAB					
Média mensal: busca	5400	6600	2900	1300	2900					
Concorrência	Baixa	Baixa	Média	Baixa	Baixa					
Preço sugerido	2.55	1.87	2.13	0.84	0.36					

Ficou claro na análise dos dados que o conteúdo relevante produzido no blog do Endireitados não focava nas palavras mais relevantes para o nicho de mercado a ser alcançado. Por exemplo, a palavra “Exame **da** Ordem” uma das palavras mais relevantes do conteúdo interno gerado. Porém, conforme o gráfico abaixo, a palavra “Exame **de** Ordem” tem muito mais relevância na pesquisa orgânica (mais do que o dobro).



Concluindo a análise de palavras mais relevantes, temos:

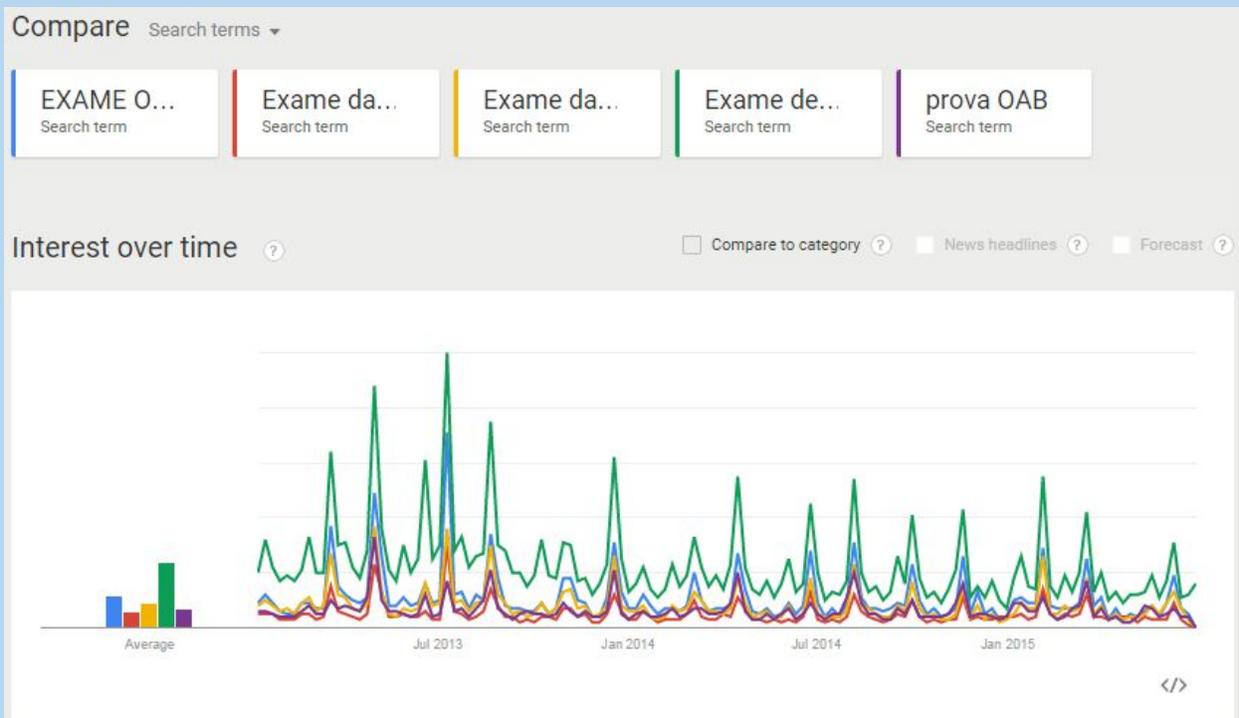
Azul: Exame OAB

Vermelho: Exame da OAB

Amarelo: Exame da Ordem

Verde: Exame de Ordem

Roxo: Prova OAB



- **Cabeça:** palavras com alto volume e alta concorrência;
Blog Exame de Ordem, Exame de Ordem, **Prova da OAB**, Blog OAB
- **Longtail:** palavras com baixo volume e baixa concorrência;
Blog da OAB, Exame da OAB, **Questões OAB**, Simulado OAB

Estas palavras serão conectadas aos conteúdos gerados na semana visando assim o aumento da busca orgânica. E como complemento desta atividade, será realizada uma revisão do conteúdo legado do Endireitados, para edição e inclusão destas palavras chaves (trabalho sob demanda com terceirizada).

Horário das postagens

Os horários foram definidos com base em pesquisa de mercado e histórico de acesso das mídias sociais escolhidas:

- **Jusbrasil:** 10:00 horas;
- **Facebook:** 11:00 hora;
- **Twitter:** 21:00 horas;

Guia Editorial das mídias sociais

Endireitados

Conteúdo técnico, especializado e aprofundado com linguagem formal, clara e objetiva, sempre na terceira pessoa do singular. Os posts de conteúdo gerados no blog Endireitados serão formatados conforme as regras estabelecidas neste guia editorial e publicados em cada uma das mídias sociais conforme o planejamento estabelecido no dashboard de controle.



Jusbrasil

Título atrativo para despertar a curiosidade na leitura. Sempre, no início do post incluir uma imagem ilustrativa que demonstre o assunto apresentado. O conteúdo tem que ser técnico, especializado e aprofundado com linguagem formal, clara, objetiva e sempre na terceira pessoa do singular. Criar links apontando para a página principal do Endireitados sempre que possível, linkando os assuntos abordados.

JusBrasil

Publicar

Menu

Endireitados Editar nome

app. para inovar o estudo do Exame da Ordem • Florianópolis (SC)

Com o Endireitados você treina para o Exame da Ordem e ainda tem à disposição mini-aulas das questões que teve dificuldade. São sete níveis de dificuldade que proporcionam uma maior interação jogabilidade e desafio. E todas estas questões são perguntas reais dos Exames da Ordem anteriores. Assim, você valida o seu conhecimento aprendendo, além de identificar as áreas do conhecimento que necessitam de uma maior atenção. Editar

EMPRESA AUTOR COMENTARISTA

Ver telefone • Website • Endereços

Editar Página

Publicou o documento e **mais 19 ações**, 6 dias atrás

Desafio Endireitados: Ranking

A comunidade jurídica do Brasil está aderindo ao desafio Endireitados Já tivemos quatro questões para o desafio e na próxima semana a quinta questão sai do forno. Caso você ainda não tenha

Recomendou este comentário, 6 dias atrás

Biblioteca digital da OAB disponibiliza livros gratuitos

"Obrigado pela dica!"



Contribuições	76
Publicações	66
Comentários	2
Notícias	66

Seguidores 498



Tópicos que segue 2



Facebook

Título atrativo para despertar a curiosidade na leitura. Sempre, no início do post incluir uma imagem ilustrativa ou vídeo nativo que demonstre o assunto apresentado. A linguagem tem que ser um pouco mais descontraída, com uma release curta relacionada à postagem no blog. O foco é despertar a curiosidade e direcionar o público alvo para a página principal do Endireitados.



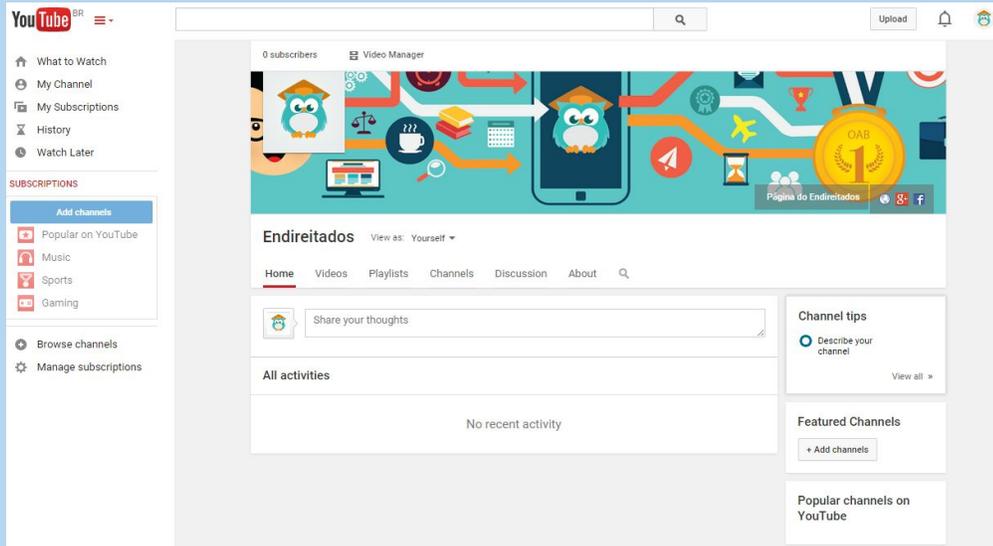
Twitter

A linguagem tem que ser um pouco mais descontraída, com uma release curta relacionada ao assunto. Incluir hashtags e sempre usar imagem para despertar o interesse. A pincelada inicial sobre o assunto deve linkar para a página principal do Endireitados.



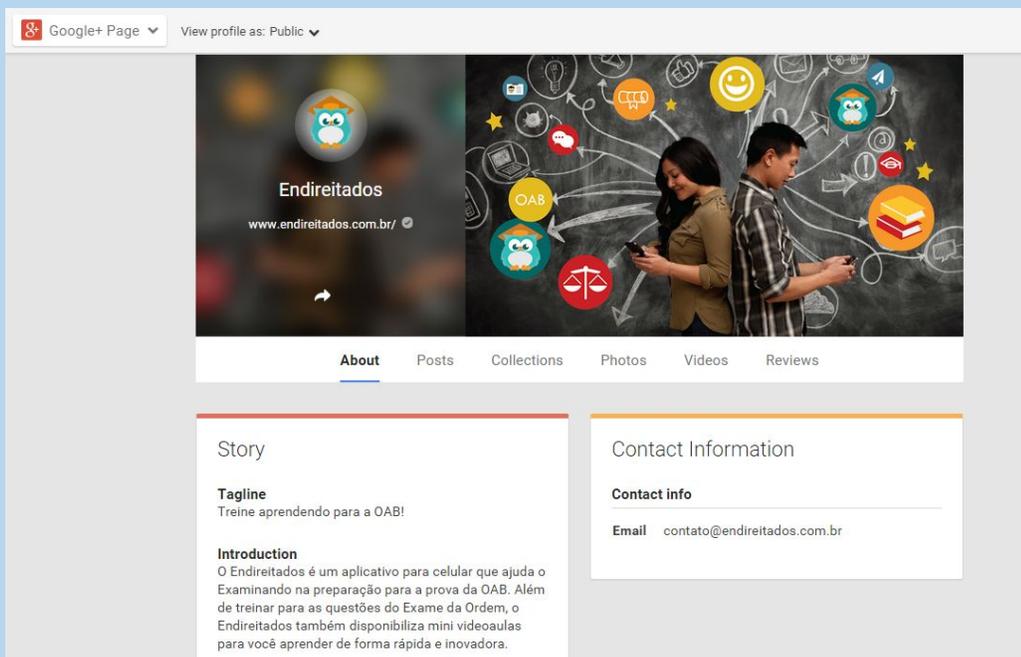
Youtube

Esta plataforma irá armazenar vídeos engajadores sobre o Endireitados, principalmente demonstrando as mini videoaulas para as questões do Exame de Ordem.



Google+

Esta plataforma será usada como posicionamento da marca no mercado.



11. Outras ações

Os seguintes objetivos do planejamento estratégico serão foco na definição das ações de operação visando otimizar as horas gastas na gestão de conteúdo:

Aumentar produtividade

Aumentar eficiência operacional

- **Aquisição do Hootsuit:** Reduzir tempo de postagem nas mídias sociais;
- **Plugin para automatizar leads:** Plugin pago para automatizar a gestão dos leads da página Endireitados no mailchimp;