

Olavo Dinis



**04
ABR**
14:30H
FORUM
DA MAIA

CHECK IN
ABERTO
AS 13:30H

maiaGo
2013
Skills
Networking
Opportunities



EM PARCERIA COM:
ANJE; CIDADEDASPROFISSOES;
IAPMEI; IEFP; ISMAI; FUNDAÇÃO DA
JUVENTUDE; TECMAIA;
UNIVERSIDADE DO MINHO;
EXPONOR; CESAE

Marketing Digital

| 04.abr | 14:30 – 19:30

Hélder Falcão | Contact Management Intelligence

**GameChanger – As 15 dinâmicas da Web.
Como potencializar o seu negócio através
das redes sociais**

Olavo Dinis | JCI Portugal

**Marketing e Eu
Somos todos profissionais de Marketing!**

Jorge Sobreira | Azevedo's, S.A.

Networking e oportunidades

Hélder Falcão | Contact Management Intelligence

**12 Passos de implementação de
tecnologia social na empresa**

Miguel Cardoso | Frulact – Marketing

**Estratégias low cost para conhecer e
comunicar com clientes e público-alvo**

Despertar da Jessica

- <http://www.youtube.com/watch?v=qR3rK0kZFkg>

Estou lixado!



Marketing? Redes Sociais? Marketing Digital? Guru?

old
social is the ~~new~~
business

Sumário

- **Simplificação do Marketing**
- **Branding**
- **Marca Digital eficaz**

O que é o Marketing?

- Atividades e processos para criar, comunicar, distribuir e efetuar a troca de ofertas que tenham valor para consumidores, clientes, parceiros e a sociedade como um todo.

(AMA - American Marketing Association - Definição 2008)

Simplificando...

- **Marketer é um tipo que percebe de gente e sabe contar histórias!**
- **Todos contamos histórias desde que começamos a falar!**
- **Os Marketers bem sucedidos contam histórias nas quais os consumidores optam por acreditar.**
 - Ex: Banana

It's the
difference
between
this...



...and this:



És profissional de Marketing?

- **Sim! Seja qual for sua situação!**
 - **Ideia para divulgar? Convencer os outros sobre tua religião, partido, clube, namorar...**
 - **Desempregado? Arranjar um emprego...**
 - **Pediste um empréstimo? Espera obtê-lo...**
 - **És patrão? Tirar maior produtividade dos empregados...**

És profissional de Marketing?

Todos os dias fazemos Marketing!

Alguns fazem-no pessimamente e pensam que não têm aptidão.

O que se passa é que não sabem muito bem como contar histórias...

...ainda! 😊

Caso Riedel

- Artesão e contador de histórias
 - Transmissores da mensagem do vinho
 - Enófilos, especialistas e gurus são crentes
 - Testes científicos
-
- O que se passa? As pessoas acreditam que sabe melhor, logo sabe mesmo!
 - O marketing faz com que o vinho seja melhor!
 - Através de um copo caro e a história que o acompanha!

Conhece o teu poder!

- O Marketing é a força mais poderosa à disposição de quem quer mudar a sua história.
- Meu objetivo é demonstrar como devem criar e contar a vossa história!

9 Características de uma boa história

1. É verdadeira!
 - Não precisa ser factual
 - Coerente e autêntica
 - Imagem: Longaberger



9 Características de uma boa história

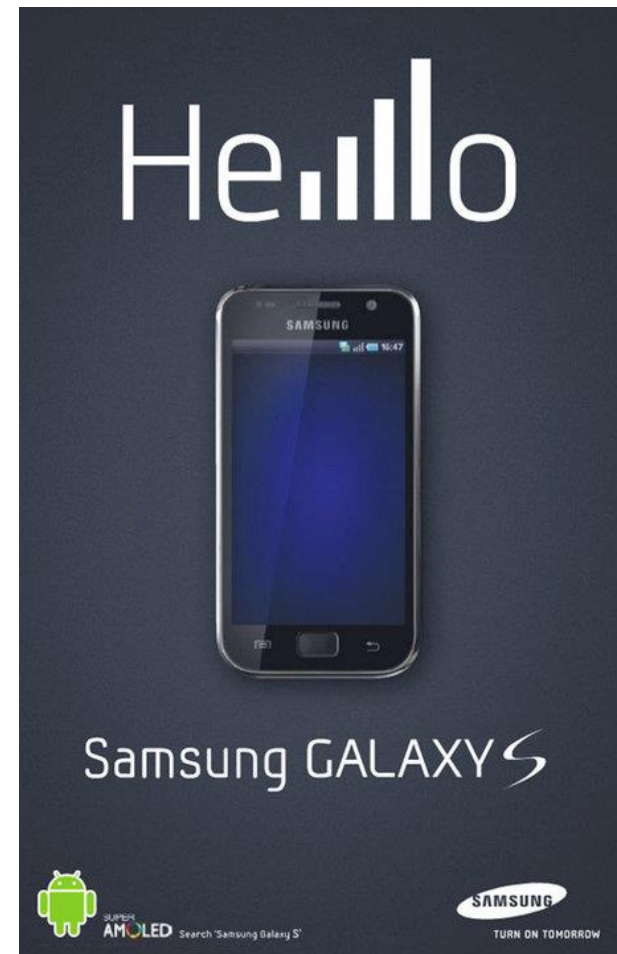
2. Promete algo!

- Diversão, Dinheiro, Segurança, Atalho
- É excepcional ou ignorada



9 Características de uma boa história

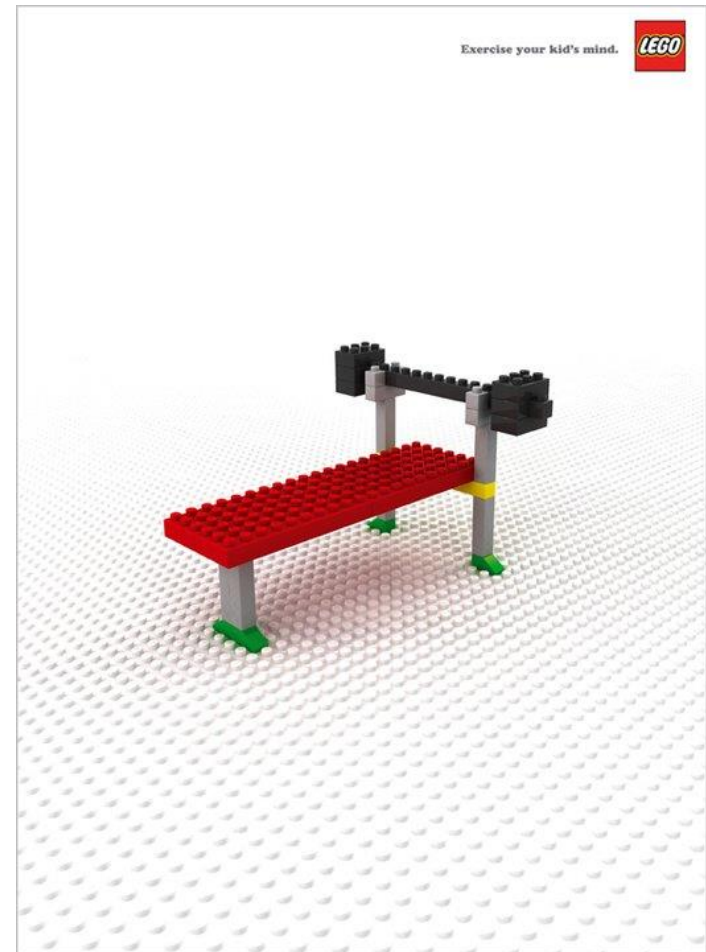
3. As pessoas confiam nas boas histórias
 - Confiança é o recurso mais escasso que nos resta



9 Características de uma boa história

4. São subtis

- Quanto menos fala, mais poderosa é a mensagem



9 Características de uma boa história

- 5. Acontecem depressa
 - O poder das primeiras impressões



9 Características de uma boa história

6. Não apelam à lógica e muitas vezes aos sentidos

- Feromonas não são mito!



9 Características de uma boa história

7. Raramente se destinam a toda gente

- A única forma de não agradar ninguém é tentar agradar toda gente!



9 Características de uma boa história

8. Não são contraditórias

- Os consumidores são espertos e rapidamente percebem o embuste!



9 Características de uma boa história

9. Coincidem com nossa visão do mundo

- Não ensinar nada de novo
- Confirmar o que o público já acredita



Dicas!

- Foge das maiorias! Está cheia de gente e ruído! É nas extremidades que encontramos o mais valor!
- Foca nas emoções (é esta parte do cérebro que toma as decisões)
- Assume a tua especialidade
- Enquadra a tua história na visão que as pessoas já têm do mundo
- As primeiras impressões condicionam a história (não sabemos quando acontece! Impressão vs Contacto)
- Exemplo: Poneys Malditos.

Poneis Malditos

- <http://www.youtube.com/watch?v=X3yGSJE53kU>

Faz a tua história

- Ter uma marca não é tua opção
- Estar nas redes sociais não é tua opção
- Posicionar bem a tua marca, SIM!
- Porque o digital? (mas não só)
 - Internet = Fermento
 - Sem limites. Larga esfera de influência
 - Pull e Push
 - Dá credibilidade e reconhecimento
 - Aumenta o valor percebido

Faz a tua história

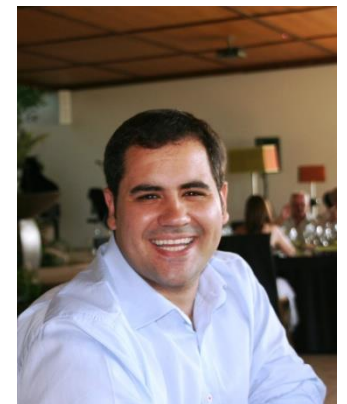
*it's all branding - whether
purposeful or accidental,
decided by you, or
decided by your audience*

Princípio Monica Lewinsky



Princípio do “Top of Mind”

- Verão
- Telemóvel
- Treinador de futebol
- Especialista em Marketing



Princípio da Fofoca

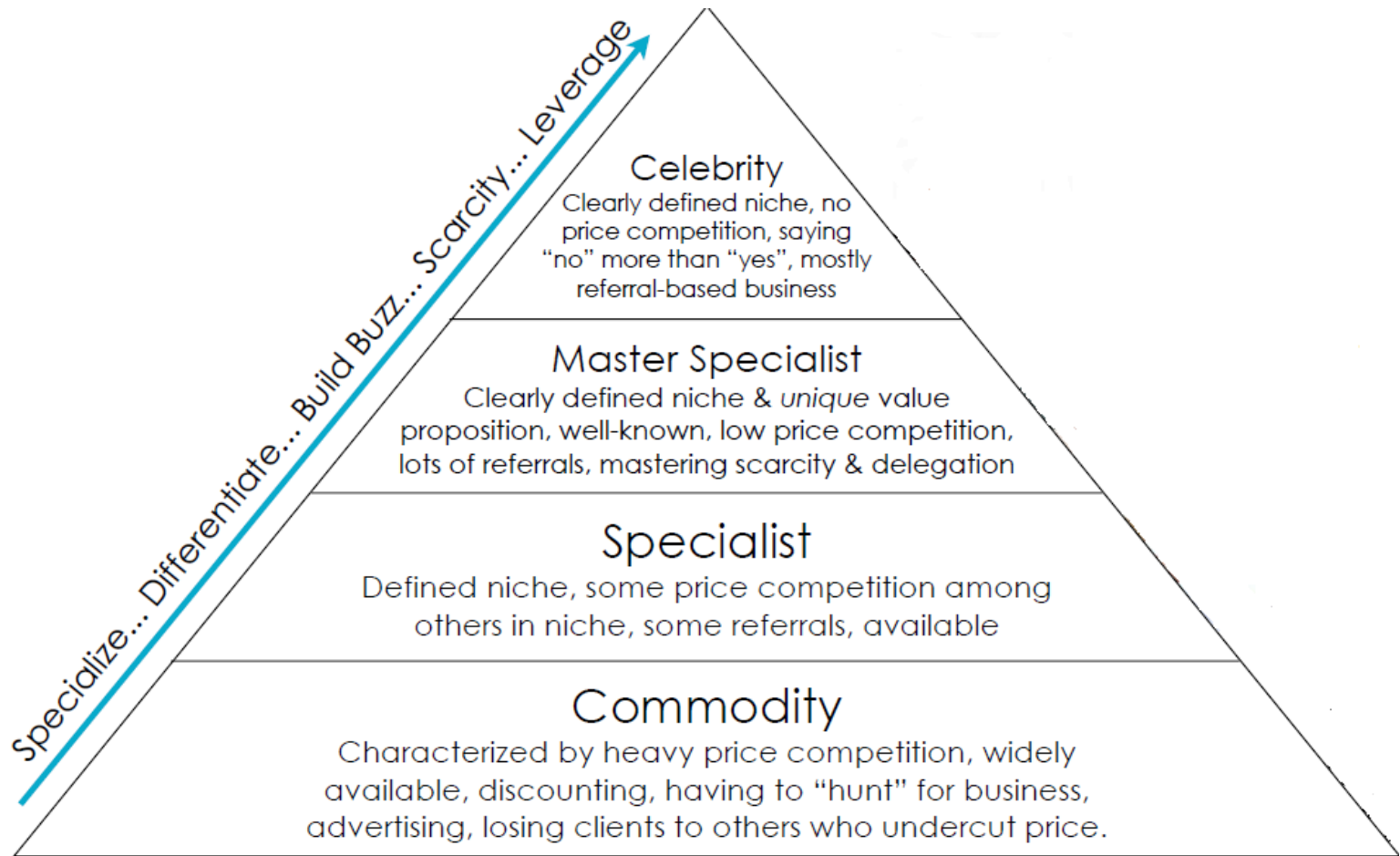
- As pessoas gostam de falar dos outros!



Marca pessoal

- “A maioria das pessoas consegue emprego através de um amigo, colega ou referencias!”
- “Não se trata do que tu sabes.
Não se trata de quem tu conheces.
Trata-se de quem te conhece...
e o que eles dizem sobre ti...
quando não estás presente!”
- És conhecido por:
 - Onde estiveste
 - Onde vais

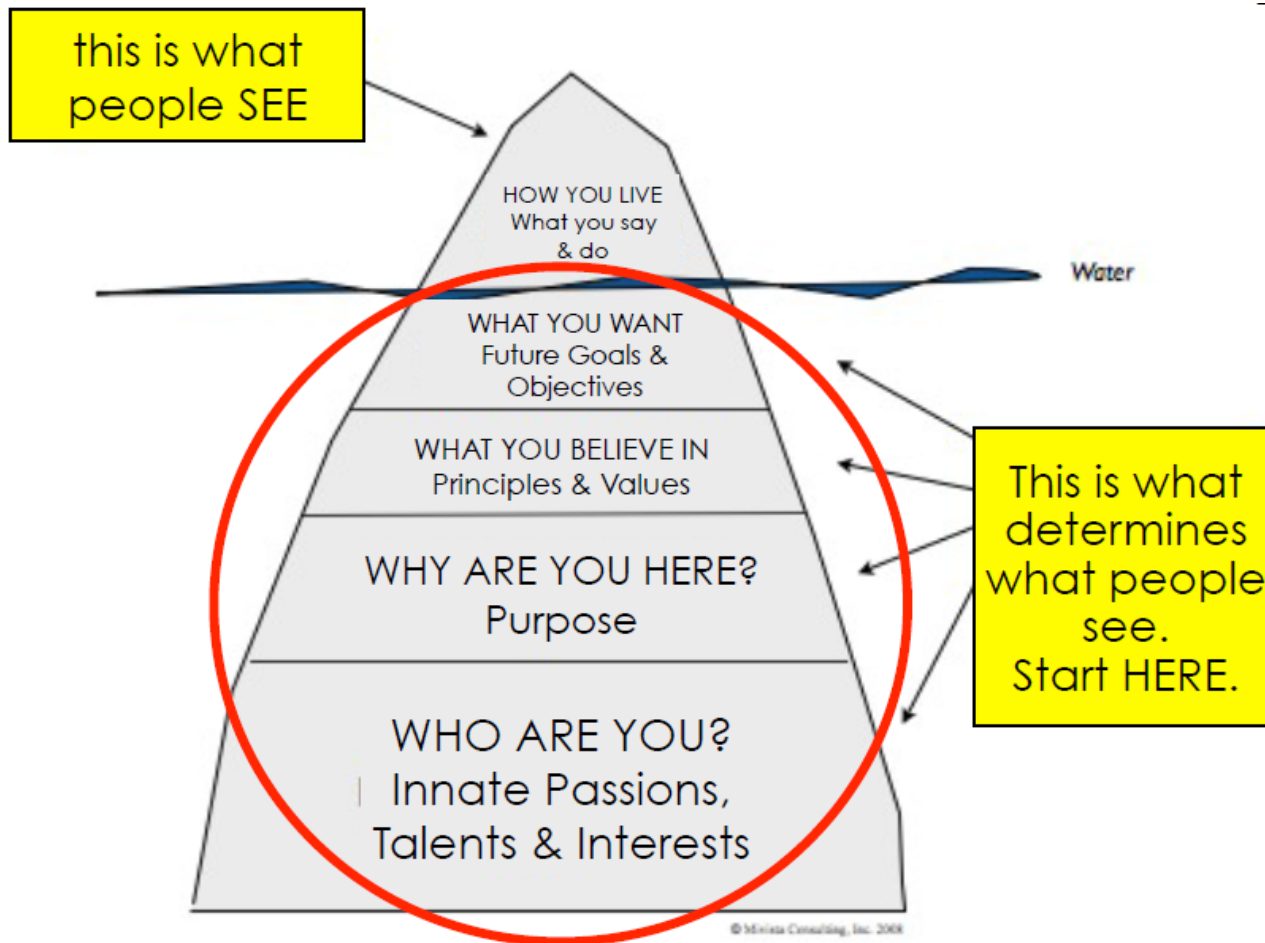
Marca pessoal



Antes de definir tua Marca

- Paixões, Talentos, Interesses, Personalidade, Recursos, Capacidades
- Gostas do que fazes/estudas? Então?
- Como queres que tua vida seja daqui a 3 anos?
- Que tipo de trabalho queres fazer?
- Para quem queres trabalhar?
- Gostas de estruturas empresariais grandes?
- Queres viajar muito? Trabalhar em casa?
- Projetos pessoais? Tempo livre?
- Precisas de quanto dinheiro para ser feliz?

Marca pessoal



Escolhe tua definição!

- **Olavo Dinis é um especialista em Marketing, Vendas e Gestão, obcecado em criar valor para si próprio, pessoas e organizações.**

Marca Digital – Define tua Marca

– Como queres estar no “Top of Mind”? Como queres ser reconhecido?

- Escreve a tua história
- Posicionamento
- Foca no teu público-alvo
- Promete o que podes e queres cumprir
 - Uma mentira não pega por muito tempo!

Marca Digital – Define tua Marca

– Importância do Alinhamento

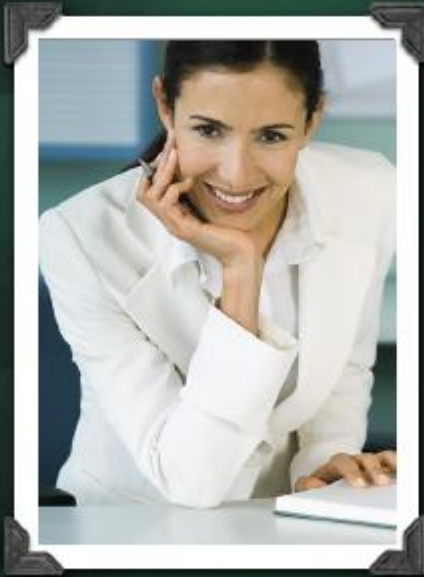
- Cartões de visita
- Assinatura de email
- Forma de vestir
- Forma de falar
- Com quem andas
- Fotografias nas redes sociais
- Atitude online e offline

Marca Digital – Define tua Marca

– Procura os holofotes

- Voluntariado, associações, organizações...
- Alianças, parcerias e sistemas de apoio
- Networking
- Mentoring
- Fanclub

Marca Digital – Define tua Marca



Body Language

- Eye contact
- Body language
- Clothes
- Neatness
- Expression
- Attitude
- "Props"
- Greeting/handshake
- Striking up rapport

Marca Digital – Define tua Marca



- Unequal distribution of eye contact
- Arms/hands/fidgeting
- Unhappy/angry "resting face"
- Smile-talking (it feels fake)
- Personal space / proximity
- Leaning in
- Other people around you

Marca Digital – Define tua Marca



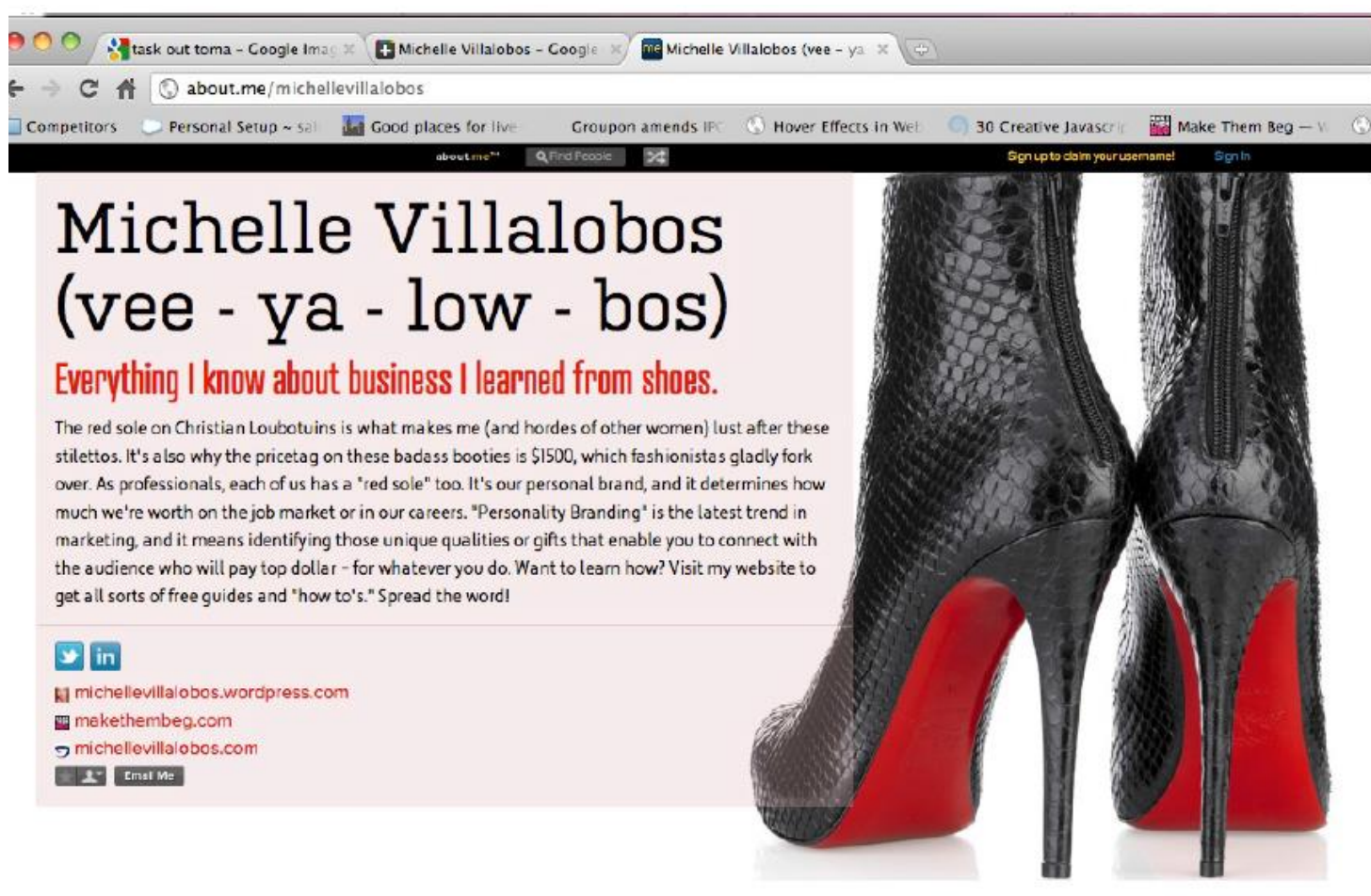
Marca Digital – Define tua Marca



Marca Digital – Define tua Marca



Marca Digital – Define tua Marca



task out toma - Google Image Michelle Villalobos - Google Michelle Villalobos (vee - ya - low - bos)

about.me/michellievillalobos

Competitors Personal Setup ~ 500 Good places for live Groupon amends IPC Hover Effects in Web 30 Creative Javascript Make Them Beg — V

about.me™ Find People Sign up to claim your username! Sign In

Michelle Villalobos (vee - ya - low - bos)

Everything I know about business I learned from shoes.

The red sole on Christian Louboutins is what makes me (and hordes of other women) lust after these stilettos. It's also why the pricetag on these badass booties is \$1500, which fashionistas gladly fork over. As professionals, each of us has a "red sole" too. It's our personal brand, and it determines how much we're worth on the job market or in our careers. "Personality Branding" is the latest trend in marketing, and it means identifying those unique qualities or gifts that enable you to connect with the audience who will pay top dollar - for whatever you do. Want to learn how? Visit my website to get all sorts of free guides and "how to's." Spread the word!

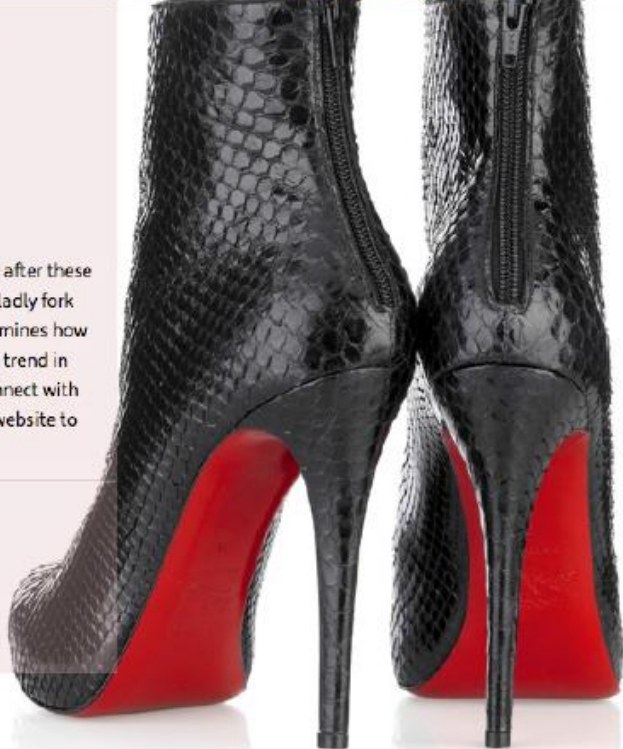
[Twitter](#) [LinkedIn](#)

[michellievillalobos.wordpress.com](#)

[makethembeg.com](#)

[michellievillalobos.com](#)

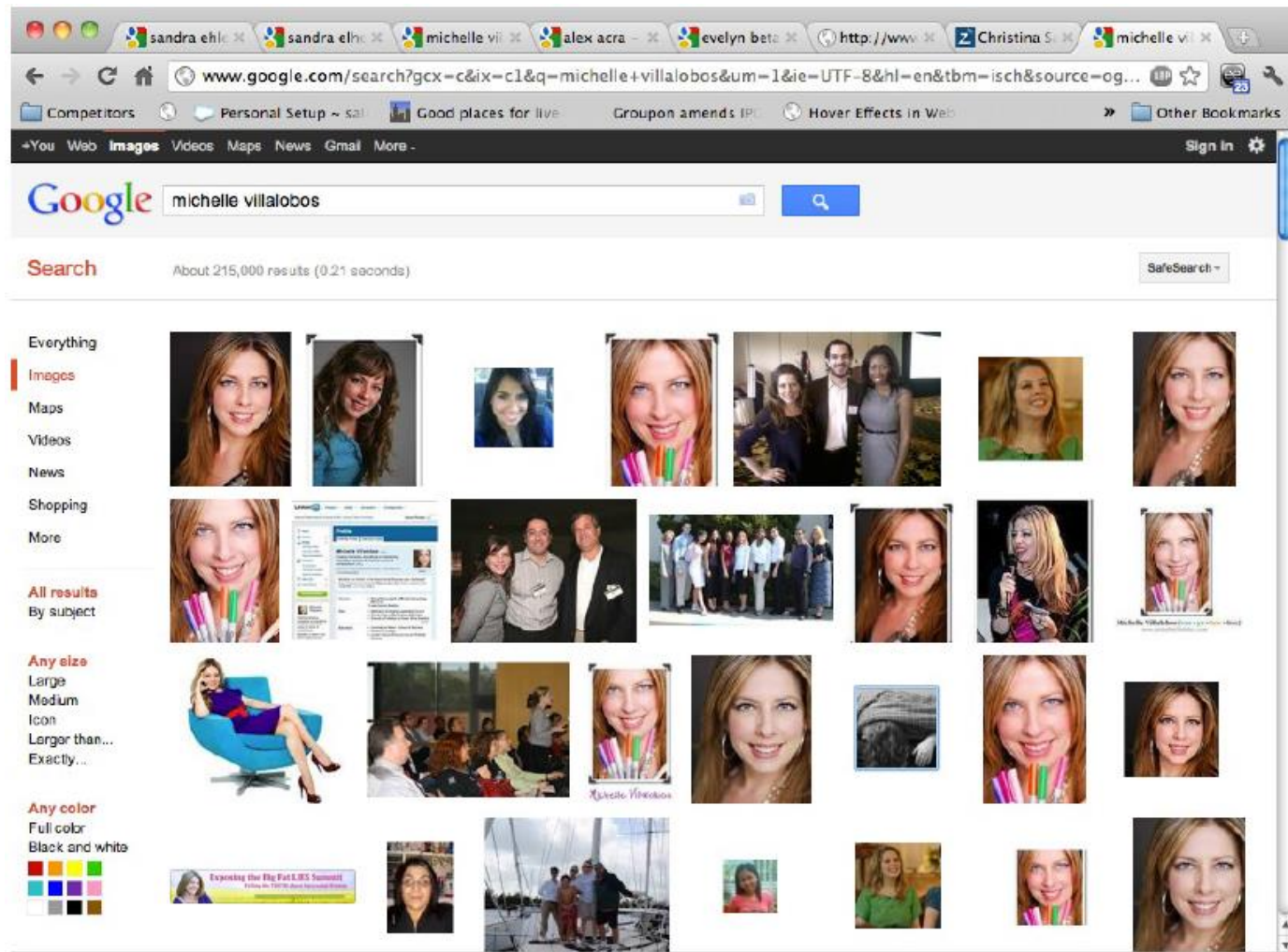
[Email Me](#)



Marca Digital – Define tua Marca



Marca Digital – Define tua Marca



Marca Digital – Define tua Marca



Michelle Villalobos
(vee . ya . LOW . bos)

Creator of "Communicate More Powerfully (Without Being A Bit#\$)," co-founder of Femfessionals, professional speaker & trainer, lover of brightly-colored Sharpies.
www.MichellaVillalobos.com



Michelle Villalobos
@mivi Miami, FL
Creator of Communicate More Powerfully (Without Being A Bit#\$)
<http://www.michellevillalobos.com>

Edit your profile →

Timeline Favorites Following Followers Lists ▾

 **jessicakizorek** jessicakizorek  by mivi
Got a Million-Dollar Idea? My buddy Nell Merlino will help you build it into a Million-Dollar business. Watch this
<http://bit.ly/dEqjZ9>
8 Feb

 **mivi** Michelle Villalobos
Am speaking at FIU tomorrow in case you want to come!
<http://fb.me/BERahpcc>
19 hours ago

 **mivi** Michelle Villalobos
I'm back... <http://conta.cc/gylvLR> via #constantcontact
21 hours ago

 **mivi** Michelle Villalobos
Dumb ad, yes, but I wager ultimately the exposure they'll get from the backlash will (over-) compensate for the faux pas
#groupon #superbowl
7 Feb

 **mivi** Michelle Villalobos
I did! RT @ScottGreenfield: See @btannebaum's moving comment about being a lawyer. The man has feelings. Who

About @mivi

1,297 Tweets **503** Following **1,107** Followers **51** Listed

Following **503** Followers **1,107**

Similar to You · view all

 **ScenePRMiami**
Ysset Boan

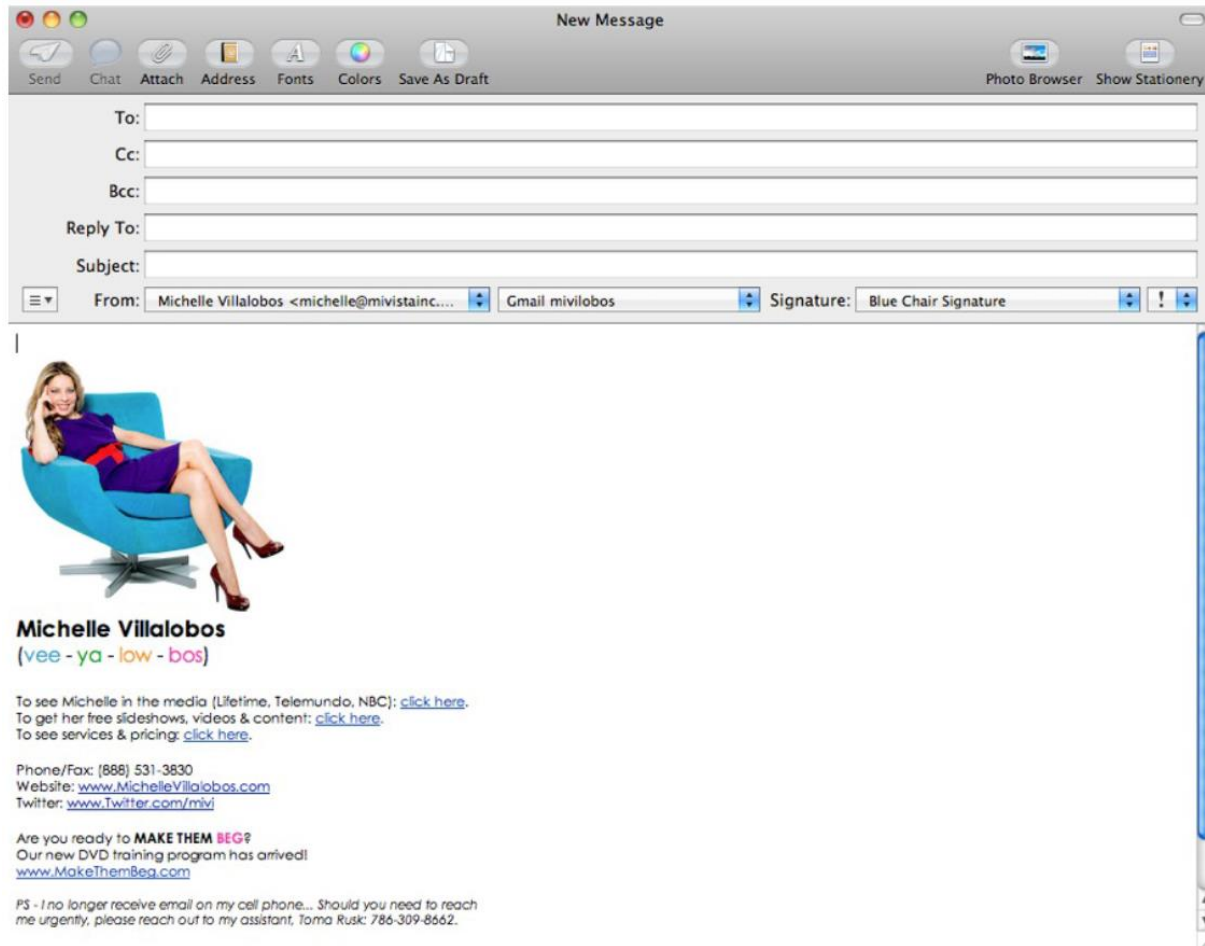
 **espiegler**
eileen spiegler

 **mimi2point0**
Michelle Catin

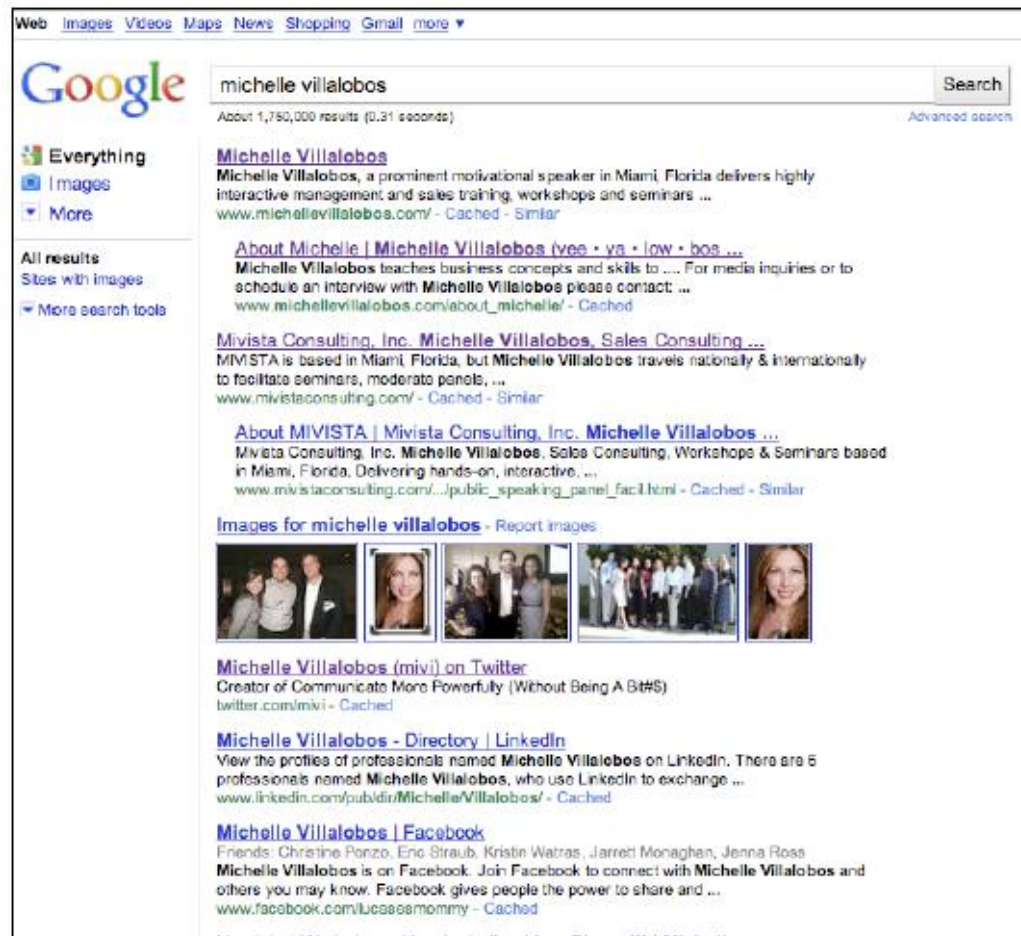
 **KathyBurststein**
Kathy Burstein

About · Help · Blog · Status · Jobs · Terms · Privacy · Shortcuts
Advertisers · Businesses · Media · Developers · Resources · © 2011 Twitter

Marca Digital – Define tua Marca

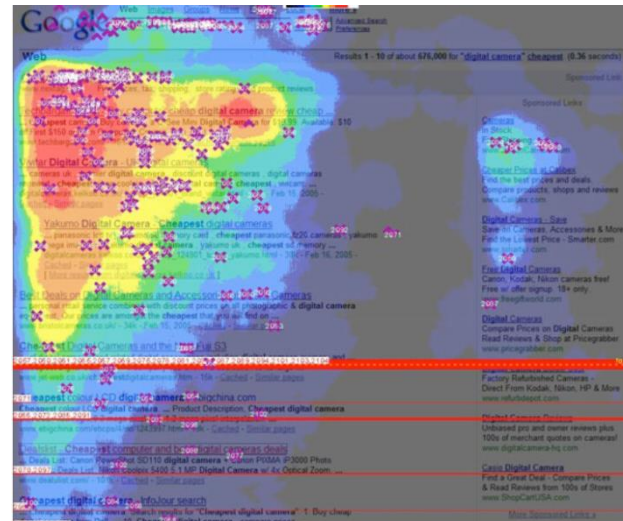


Marca Digital – Define tua Marca



Marca Digital – 1# Toma posse do teu nome

- Cria perfis online onde puderes (usa plataformas para atualizar)
 - Compra teu URL (www.olavodinis.com)
 - LinkedIn
 - Facebook
 - Google Profiles
 - SlideShare
 - Scoop
 - Youtube
 - FlickrR
 - Twitter
 - Pinterest
 - Instagram
 - Diretórios específicos do teu negócio
 - Disponibiliza online um Kit para os media



Marca Digital – 1# Toma posse do teu nome

- Dicas para o facebook
 - Sê 1 só pessoa
 - Usa uma boa foto (mais pessoal)
 - Cria listas com os teus contactos
 - Dialogo ≠ Autopromoção
 - Faz links para o teu blogue/site
 - Sê acessível
 - Participa nos melhores grupos (ou crie). Regras (!)
 - Presta atenção ao buzz!
 - Define tua política de acesso!
 - Não faças poluição
 - Cria valor com conteúdos próprios ou “curation”
 - No spam
 - Ganha o respeito dos teus pares

Marca Digital – 1# Toma posse do teu nome

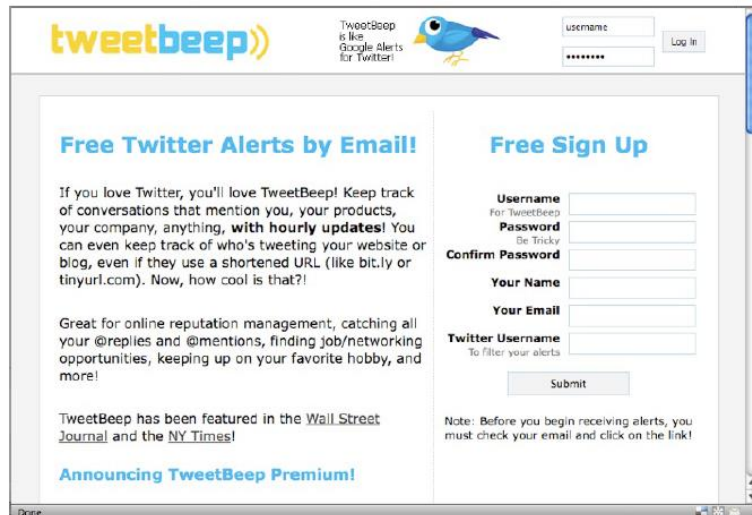
- Os cromos do facebook
 - O Observador (Nunca faz posts, mas passa o dia lá)
 - O Galo (Bom dia!)
 - O Dramático (Ninguém me ama)
 - O Depressivo (Odeia tudo)
 - O Ladrão (Rouba as actualizações e não dá créditos)
 - Disco Guy
 - Criticador
 - Central de informações
 - Gostador (Like-Man)
 - A jeitosa/O jeitoso
 - O ateu fanático
 - O crente fanático
 - A alegre
 - O nerd
 - O jogador

Marca Digital – 1# Toma posse do teu nome

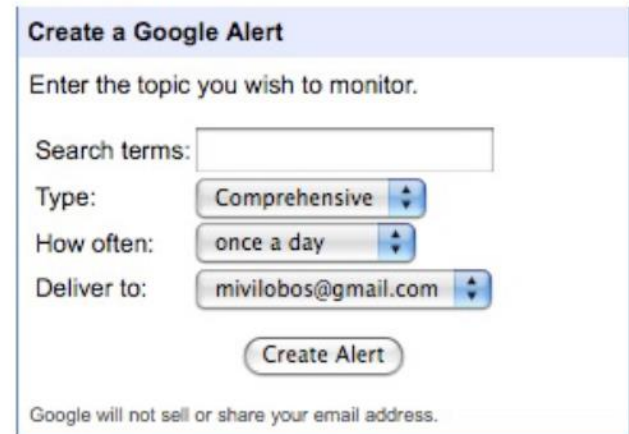
- Dicas para o LinkedIn
 - Não tentar vender no primeiro contacto
 - Participar nos grupos (ajudar)
 - Mandar convites personalizados
 - Agradece aos convites recebidos
 - Coloque as palavras chave no teu perfil
 - Foto profissional
 - Partilhe valor! “Giver Gains”
 - Estabelece uma rotina de interação (500plus)
 - Faz recomendações (!)
 - Aumenta tua rede de contactos
 - A ação está nos grupos! (leia as regras!)

Marca Digital – 1# Toma posse do teu nome

- Define alertas para a tua Marca, Nome, Alcunha, Industria, Concorrentes
 - TweetBeep e Google Alerts



The screenshot shows the TweetBeep website interface. At the top, there's a logo for 'tweetbeep' and a small bird icon. Below the logo, there's a section titled 'Free Twitter Alerts by Email!' with a paragraph of text explaining the service. To the right, there's a 'Free Sign Up' section with a form containing fields for 'Username', 'Password', 'Confirm Password', 'Your Name', 'Your Email', and 'Twitter Username'. A 'Submit' button is at the bottom of the form. There's also a 'Log In' button with fields for 'username' and 'password'.



The screenshot shows the 'Create a Google Alert' page. It has a light blue header with the title 'Create a Google Alert'. Below the header, there's a text input field for 'Search terms:'. To the right of this field are three dropdown menus: 'Type:' set to 'Comprehensive', 'How often:' set to 'once a day', and 'Deliver to:' set to 'mivilobos@gmail.com'. A 'Create Alert' button is at the bottom. At the very bottom, there's a small disclaimer: 'Google will not sell or share your email address.'

<http://www.google.com/alerts>

Marca Digital – Implementa tua estratégia

- Ouve! Comunica com valor!
- Cria um site (ou blogue) que reflita com rigor a tua marca
 - Blogspot ou Wordpress
 - Mantem todas as outras plataformas atualizadas
- Cria uma base de dados
- Entrega Valor regularmente
 - Oferece produtos
 - Vídeos de formação
 - Coloca pessoas em contacto
 - Escolhe o meio de comunicação ideal para o teu consumidor
- Sê paciente
 - Quanto tempo prevês que demore? Prepara-te para que demore o triplo e trabalhe para que demore metade!

Não te esqueças!



Obrigado!

- Queres esta apresentação?
- Ask me!