

ZOOM IN

WORKSHOP

SOCIAL MEDIA

COM IA

estratégias práticas para criar
conteúdo com impacto

ALGUÉM TEM ALGUMA QUESTÃO RELACIONADA COM **REDES SOCIAIS** E QUE PRECISA DE SABER JÁ A RESPOSTA?

Lisbon Digital School

Junho 2020 - Presente

Chief Innovation Officer - Formador - Consultor

TAP | NAU Hóteis | Nestlé Cerelac | Nescafé Dolce Gusto | Worten Portugal
| Samsung Portugal | Fundação Francisco Manuel dos Santos | Guloso |
EEA Grants | Sport Tv Portugal | KIA Portugal | Buondi |

Creative | Social Media Consultant

Março 2020 - Maio 2020

I'm not a Specialist. Sorry! - Narrativa.ch

Eleven Sports Portugal | Lisbon Digital School | Sindicato de Jogadores de
Futebol |

Wunderman Thompson Lisboa

Julho 2013 - Março 2020

Head of Social Media / Brand Content

Vodafone PT | GALP | Cerveja Sagres | Cerveja Bohemia | Cascade | Radler
| Iglo | Associação Mutualista Montepio | Um Bongo | Chocolates Nestlé |
Frize | Turismo de Cascais | Primavera | Mar Shopping | Kit Kat | Yoggi |

Sport Lisboa e Benfica

Outubro 2011 - Junho 2013

Head of Social Media - Brand Content

PT

Outubro 2011

Digital Creative

Agência Torke

Maio 2011 - Agosto 2011

Digital Creative

Formação:

Engenheiro Multimédia
Criatividade Publicitária



<http://www.ihaveaconce.pt>

<http://www.facebook.com/paulorossas>

<http://www.twitter.com/paulorossas>

<http://pt.linkedin.com/in/paulorossas>

paulo.rossas@ihaveaconce.pt

paulorossas@gmail.com

Paulo.rossas@lisbondigitalschool.com

ESTÁ TUDO MEIO CONFUSO CERTO?

**TODOS OS DIAS
HÁ COISAS NOVAS**

**TODOS OS DIAS
É UM “GAME CHANGER”**

**TODOS OS DIAS
É UM “NANO BANANA”**

**TODOS OS DIAS
É UM “UPDATE”**

**TODOS OS DIAS
É UM “POST DE LINKEDIN
SOBRE O FIM DE ALGO”**

TODOS OS DIAS UM DOS GIGANTES LIBERTA ALGO NOVO DE AI

**É IMPOSSÍVEL
ACOMPANHAR!**

MAS SERÁ MESMO ASSIM?

ESTAMOS MESMO A MUDAR MUITA COISA?

ALÉM DO ÓBVIO?!

O QUE É O ÓBVIO?

**ESTAS FERRAMENTAS
SÃO A MAIOR MÁQUINA
DE PLÁGIO QUE EXISTE**

**EU NÃO DISSE CRIAÇÃO,
EU DISSE DE PLÁGIO**

**AGARRAM EM COISAS
QUE FORAM CRIADAS
E COM UM PROMPT,
DEVOLVEM ALGO
NESSA BASE**

DEPOIS DE 4 ANOS A PERCEBER A DINÂMICA...

**ESTAMOS NAQUILO
QUE EU CHAMO DE...**

MOMENTO SERGUEI BUBKA

MOMENTO SERGUEI BUBKA



OU...



SERGUEI BUBKA MOMENT



**EM INGLÊS
PODE PARECER
MAIS SÉRIO**



QUEM É/FOI SERGUEI BUBKA?



**SERGUEI BUBKA FOI
DURANTE PRATICAMENTE
10 ANOS O MELHOR
SALTADOR COM VARA
DE TODOS OS TEMPOS**



FOI 6 VEZES CONSECUTIVAS CAMPEÃO DO MUNDO.

Paris 1985, Roma 1987, Tóquio 1991,
Estugarda 1993, Gotemburgo 1995, Atenas 1997.



BATEU 35 RECORDES MUNDIAIS



**COMEÇOU NOS 5,85 METROS
FECHOU NOS 6,14 METROS**



**COMEÇOU NOS 5,85 METROS
FECHOU NOS 6,14 METROS
ENTRE 1984 e 1994**



**POR DUAS VEZES,
BATERAM O RECORDE DELE.
RAPIDAMENTE RECUPEROU.**



**POR DUAS VEZES,
BATERAM O RECORDE DELE.
RAPIDAMENTE RECUPEROU.**

1984 Thierry Vigneron 5,85 | 1985 Billy Olson 5,96



PORQUE VIVEMOS NUM MOMENTO SERGUEI BUBKA?



**PORQUE A TODOS OS SALTOS
QUE SERGUEI FAZIA,
PERCEBIA-SE QUE SALTAVA
MAIS DE 1 PALMO
ACIMA DA BARRA
TRANSVERSAL**



**NO ENTANTO,
ELE SÓ AUMENTAVA 1 CM
A CADA SALTO.**



**35 RECORDES MUNDIAIS
ENTRE 1984 e 1994.**



**MAIS UM RECORDE.
MAIS UMA NOTÍCIA.
MAIS UM PRÊMIO.
MAIS UM
CAMPEONATO
DO MUNDO**



**COM AI ESTÁ A
PASSAR-SE O MESMO.**



**JÁ SABEMOS ONDE VAI DAR
MAS OS GIGANTES ESTÃO A
LIBERTAR COISAS
“NOVAS” TODOS OS DIAS..**



PARA ANDAREM NO RADAR E NA CONVERSA, NOSSA E INVESTIDORES



ISTO É...



MOMENTO SERGUEI NAZAROVITCH BUBKA



DEMORARAM 26 ANOS A BATER O RECORDE DE BUBKA



2020 ARMAND DUPLANTIS!



AGORA QUE JÁ ESTAMOS (MAIS) TRANQUILOS...

VAMOS COMEÇAR A NOSSA VIAGEM

SOCIAL MEDIA CHAVE NA MÃO ZOOM IN!

APRENDER A PERGUNTAR

TER UMA VISÃO DO QUE SE QUER

TER CONHECIMENTO DO QUE SE QUER

SABER O QUE SE QUER

**SE NÃO TEMOS ISTO,
VAMOS ANDAR
EM CÍRCULOS**

E CRIAR MAIS DO MESMO

**SE SOUBERMOS
PERGUNTAR,
JÁ TEMOS FERRAMENTAS
QUE NOS AJUDAM
A RESPONDER.**

**VÃO EXISTIR TODAS.
E SE NÃO EXISTE,
VAI EXISTIR EM BREVE.**

**APRENDAM A PERGUNTAR.
PERGUNTAS CERTAS.**

**ENSINEM AS VOSSAS
EQUIPAS A PERGUNTAR.**

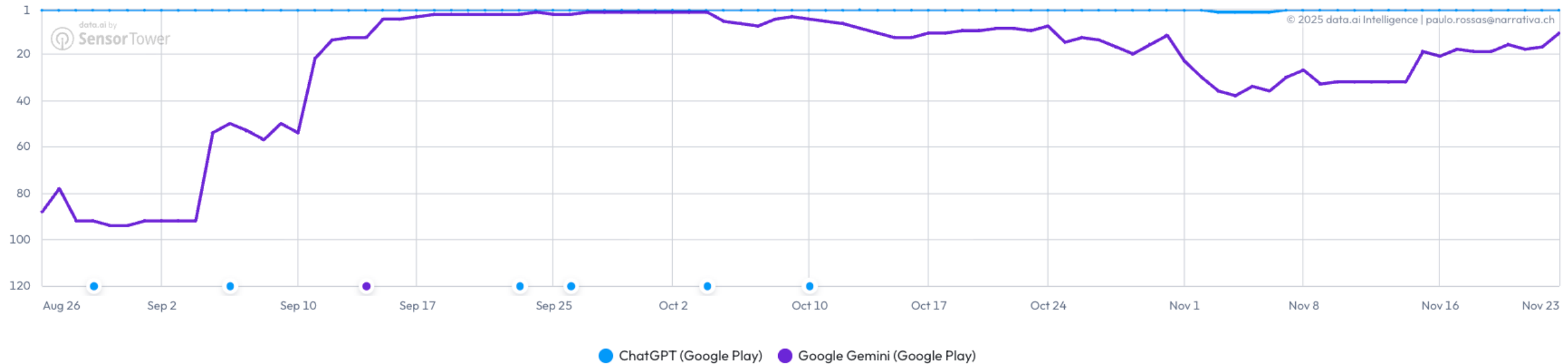
ENSINEM OS VOSSOS FILHOS A PERGUNTAR.

CRIEM A VOSSA ESTRUTURA DE CONHECIMENTO

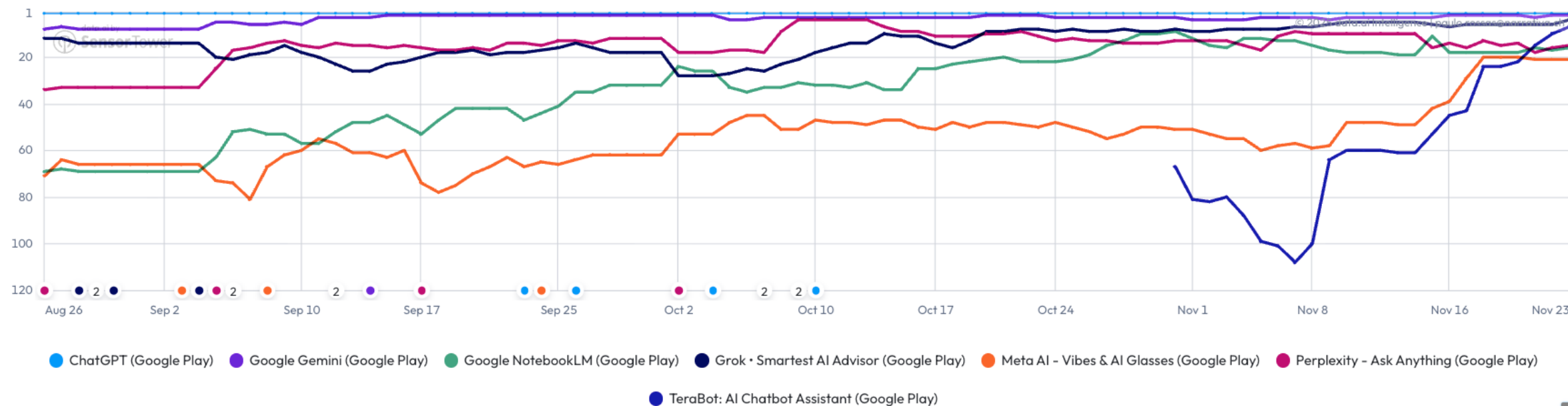
O QUE VAMOS USAR?

**VAMOS USAR O CHAT GPT
PORQUE É A APP MAIS
DESCARREGADA EM
PORTUGAL NO OVERALL
E PRODUTIVIDADE**

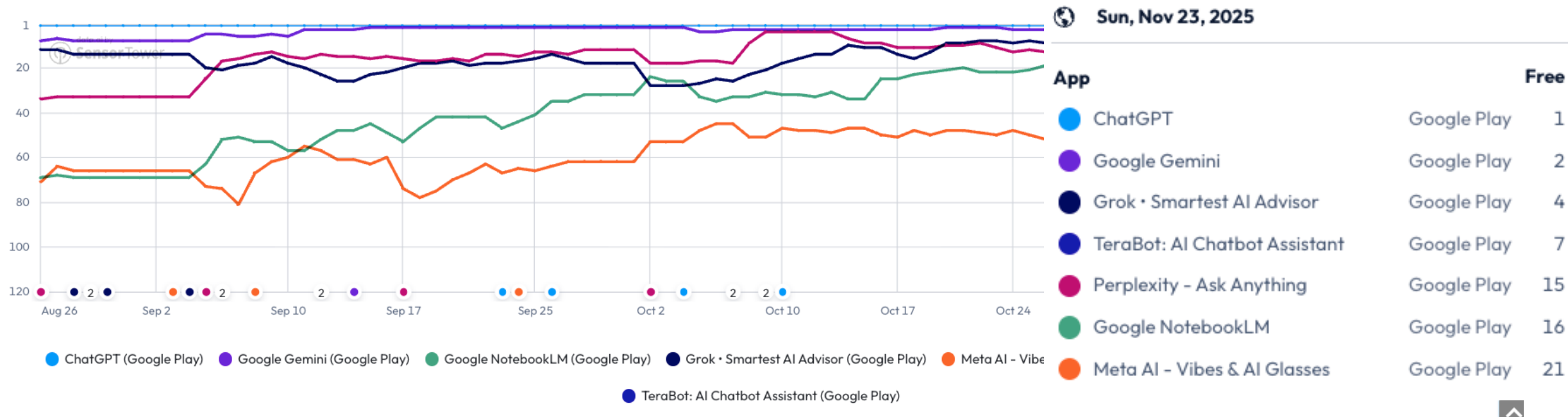
OVERALL PORTUGAL 90 DIAS



OVERALL PRODUTIVIDADE PORTUGAL 90 DIAS



OVERALL PRODUTIVIDADE PORTUGAL 90 DIAS



EU GOSTO DE TABELAS

EXISTEM

**NUVENS
GRÁFICOS
MAPAS MENTAIS
RESUMOS DE 99 CARACTERES
RIMAS
REFERÊNCIAS GAME OF THRONES
(...)**

COMEÇAMOS JÁ POR AQUI

APRENDER COM EXEMPLOS SIMPLES **GAME OF THRONES** **CAMPANHA 360° MARKETING DIGITAL**

**Explica-me uma campanha de marketing digital 360
comparando os ecossistemas
com as casas de Game of Thrones.**

**Apresenta em formato tabela com: Ecossistema, casa
game of thrones, ligação com marketing digital, nível de
importância, future e bonus conhecimento.**

[Partilhar](#) [Adicionar pessoas](#) ... Tabela: Ecossistemas de Marketing 360 x Casas de Game of Thrones

Ecossistema	Casa de Game of Thrones	Ligação com Marketing Digital	Nível de Importância	Future (tendências)	Bónus conhecimento
Branding & Estratégia	Casa Stark	Tal como os Stark são o "coração do Norte", o branding é a base que sustenta toda a identidade e valores da marca. Sem ele, o resto desmorona.	★★★★★	Marcas focadas em autenticidade, propósito e storytelling emocional.	O Branding é o único ecossistema que influencia todos os outros.
Website & UX/UI	Casa Targaryen	Poderoso, visualmente impactante e capaz de "voar alto". O site é o trono digital da marca — onde convertem visitantes em clientes.	★★★★★	Webs mais rápidos, mais conversacionais (IA), mais personalizados.	53% dos utilizadores abandonam sites que demoram mais de 3s.
SEO	Casa Arryn	Discreto, mas estrategicamente posicionado "no topo da montanha". É difícil de conquistar, mas oferece visibilidade a longo prazo.	★★★★★	SEO guiado por IA, pesquisa por voz e experiência de página (UX).	SEO é o canal com melhor ROI de longo prazo.
Conteúdo (Copywriting / Vídeo)	Casa Martell	Criativos, intensos e memoráveis. O conteúdo conquista pela emoção, narrativa e diferenciação — "Unbowed, Unbent, Unbroken".	★★★★★	Conteúdo interativo, microvídeos verticais, IA + criatividade humana.	O vídeo é o formato que mais converte nas redes.
Redes Sociais	Casa Tyrell	Sociáveis, ligados a influência, popularidade e reputação pública. As redes fazem a marca florescer e aproximam-na das pessoas.	★★★★★	IA para personalização, comunidades fechadas, social commerce.	76% dos consumidores confiam mais em marcas que interagem nas redes.
Publicidade Digital (Ads)	Casa Lannister	Poderosos, rápidos e com grandes recursos: Ads "pagam a conta" da visibilidade imediata. Se precisas de resultados agora, eles entregam.	★★★★★	Automação total de campanhas, AI targeting, anúncios conversacionais.	ROI de Ads aumenta quando combinado com SEO e conteúdo.

APRENDER COM EXEMPLOS SIMPLES

GAME OF THRONES

REDES SOCIAIS

Explica-me as redes sociais mas como se cada uma delas fosse uma casa de Game of Thrones.

Apresenta em formato tabela com: rede social, casa Game of thrones, definição, importância, future e Bónus conhecimento.

 Tabela — Redes Sociais x Casas de Game of Thrones

Rede Social	Casa GoT	Definição / Personalidade	Importância	Future (Tendências)	Bónus conhecimento
Instagram	Casa Tyrell	Bela, influente, estética e orientada à reputação. Vive de imagem, lifestyle e interação social.	★★★★★	Conteúdos verticais, IA para recomendação, mensagens privadas como novo "feed".	85% dos utilizadores decidem compras após verem um produto no Instagram.
TikTok	Casa Targaryen	Explosivo, dominante, imprevisível e capaz de "queimar" rapidamente tudo o que não for autêntico. Rápido, viral e governado pela criatividade.	★★★★★	Crescimento do social commerce, IA criativa, feeds hiper-personalizados.	É a rede com maior taxa de crescimento global.
Facebook	Casa Baratheon	Já governou o reino. Ainda poderoso, especialmente em comunidades, grupos e gerações mais adultas.	★★★★★	Transformação para ecossistema de comunidade e marketplace.	É a rede com mais utilizadores ativos no mundo.
LinkedIn	Casa Lannister	Profissional, estratégica, orientada ao poder e posicionamento. Aqui quem tem autoridade "paga sempre as suas dívidas" através do valor.	★★★★★	Conteúdos longos, IA para networking, personal branding avançado.	Publicações pessoais têm 3x mais alcance do que posts corporativos.
YouTube	Casa Stark	Resistente, duradouro e construído para o longo prazo. Pilares fortes, conteúdo profundo, lealdade do público.	★★★★★	Conteúdo educativo + IA, vídeos longos híbridos com shorts.	É o segundo maior motor de busca do mundo.
X (Twitter)	Casa Greyjoy	Direto, rápido, disruptivo e por vezes caótico. Vive de conversas, conflitos e atualidade imediata.	★★★★	Forte aposta em IA, conversação em tempo real e vídeo.	80% das grandes notícias do mundo ganham tração primeiro no X.
Pinterest	Casa Martell	Visual, inspiradora e estética. Focada em desejo, projeção de futuro e planeamento criativo.	★★★★	Crescimento do visual search e compra por inspiração.	É a rede social com maior intenção de compra por parte dos utilizadores.
Snapchat	Casa Frey	Surpreendente, súbita, focada em momentos curtos e estratégias de nicho. Forte em públicos mais jovens.	★★★	Realidade aumentada e filtros avançados.	90% dos adolescentes nos EUA usam Snapchat.
Reddit	Casa Arryn	Fechada, estruturada e altamente informada. Vive da profundidade das comunidades e do debate.	★★★	Crescimento de comunidades premium e IA para moderação.	82% dos utilizadores dizem confiar mais no Reddit do que noutras redes.
Twitch	Casa Mormont	Leal, comunitária, intensa e energética. Cresce pela autenticidade e proximidade do streaming ao vivo.	★★★★	Live commerce, streaming colaborativo, integração com IA para creators.	A média de tempo por utilizador é das mais altas do mercado.

APRENDER COM EXEMPLOS SIMPLES DESENHOS ANIMADOS

Explica-me como posso criar um Agente AI e explica-me como se eu fosse uma criança de 7 anos com exemplos de desenhos animados mais vistos pela crianças em Portugal nos anos 80 e 90. Explica-me passo a passo em formato tabela com: Passo, descrição, Ferramenta, Objetivo, Bónus conhecimento.

Como criar um Agente AI (tipo herói de desenho animado)

↑ Partilhar

👤 Adicionar pessoas

Passo	Descrição (explicado como para 7 anos)	Ferramenta (nome simples)	Objetivo	Bónus conhecimento (para o adulto que está a ler 😊)
1. Escolher o herói	Imagina que vais criar um novo amigo, tipo o Dartacão ou o Son Goku . Primeiro decides quem ele é : é sério? é engraçado? ajuda em quê?	Papel + lápis ou bloco de notas	Decidir a personalidade e a missão do agente (ex.: "ajudar com TPC de matemática", "explicar desenhos animados", "ajudar no trabalho")	Aqui defines o " persona " do agente: tom de voz, público-alvo, e problema que vai resolver. Antes de usar tecnologia, perceber bem o caso de uso .
2. Dar uma missão	Como nos Cavaleiros do Zodíaco , cada cavaleiro tem uma missão. O teu agente também: "Responder perguntas sobre ciência", "organizar tarefas", "ajudar a estudar português", etc.	Lista simples (Word, Google Docs, caderno)	Ter uma lista clara do que o agente faz e do que não faz .	Isto é definir o escopo e os limites . Ajuda a evitar que o agente tente fazer "de tudo" e acabe a fazer tudo mal.
3. Escolher o "cérebro mágico"	Pensa no "cérebro" como a energia do He-Man ("Eu tenho a força!"). Em vez de magia, usamos um modelo de IA que já sabe falar: tipo ChatGPT.	Um serviço de IA na internet (por ex.: OpenAI / ChatGPT , Azure OpenAI , etc.)	Ter um "cérebro" que consegue entender texto e responder em texto .	Na prática, escolhes um LLM (Large Language Model) via API (ex.: OpenAI API). Decides também preço, privacidade, línguas, etc.
4. Ensinar as regras (o "manual do herói")	É como dizer à Tartaruga Ninja : "Tu és o Leonardo, és calmo e líder". No agente, escreves instruções: "Fala simples, como para uma criança", "Responde sempre em português de Portugal", "Sê educado".	Campo de "instruções" / "system prompt" numa plataforma de IA, ou ficheiro de texto	Fazer o agente comportar-se sempre do mesmo jeito (educado, claro, focado no tema).	Isto é o prompt de sistema . Define o comportamento base do agente. Uma boa parte da "magia" da IA hoje é prompt engineering .
5. Dar-lhe livros e cadernos	Imagina que o teu agente é como a Bulma : sabe muitas coisas porque lê montes de manuais. Podes dar ao agente textos, PDFs, FAQs, base de dados para ele "consultar" quando fala.	Ferramentas de "docs para IA" ou "base de conhecimento" (ex.: carregar PDFs, páginas web, fichas)	Fazer o agente saber coisas específicas , como regras de uma empresa, manual de produto, etc.	Aqui costumamos usar RAG (Retrieval-Augmented Generation) : guardas textos numa base de vetores e o agente lê trechos relevantes antes de responder.
6. Escolher como ele fala contigo	O Goku fala, o Pikachu diz "pika pika", o teu agente pode: escrever num chat, falar por voz , ou estar dentro de um site / app / WhatsApp / Discord .	Plataformas tipo: chat na web, bot de WhatsApp / Telegram, plugin no site, app móvel	Decidir onde o agente vive e como as pessoas falam com ele .	Isto é a interface : UI de chat, integração em chatbot, voice bot, etc. Costuma envolver front-end (web/mobile) ou integração em canais (Twilio, WhatsApp, etc.).

**FACILITEM O VOSSO PROCESSO
E DIVIRTAM-SE PELO MEIO,
HOJE, APRENDER
É USAR A CRIATIVIDADE
E OS NOSSOS PRÓPRIOS GOSTOS.**

PARA CRIAR CONTEÚDO COM IMPACTO

PRIMEIRO PRECISAMOS DE UMA EMPRESA

PARA NÃO HAVER DISCUSSÃO ENTRE EMPRESAS, ESCOLHI A QUE REPRESENTO

LISBON DIGITAL SCHOOL

DEPOIS PRECISAMOS DE OBJETIVOS

A MISSÃO DA LISBON DIGITAL SCHOOL

**“Queremos combater
a iliteracia digital.”**

O OBJETIVO DIRETO DA LISBON DIGITAL SCHOOL?

**TER MAIS ALUNOS
TER MAIS PARCEIROS
VENDER FORMAÇÕES**

ONDE É QUE TUDO SE PROCESSA? WEBSITE DA LISBON DIGITAL SCHOOL

PROBLEMAS OU OPORTUNIDADES

PROBLEMA | OPORTUNIDADE

LISBON DIGITAL SCHOOL

“MARKETING DIGITAL”

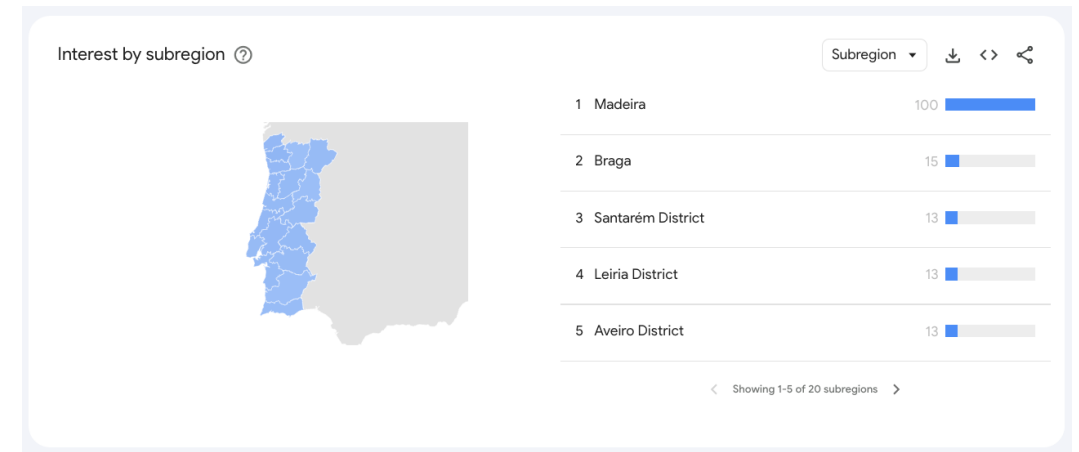
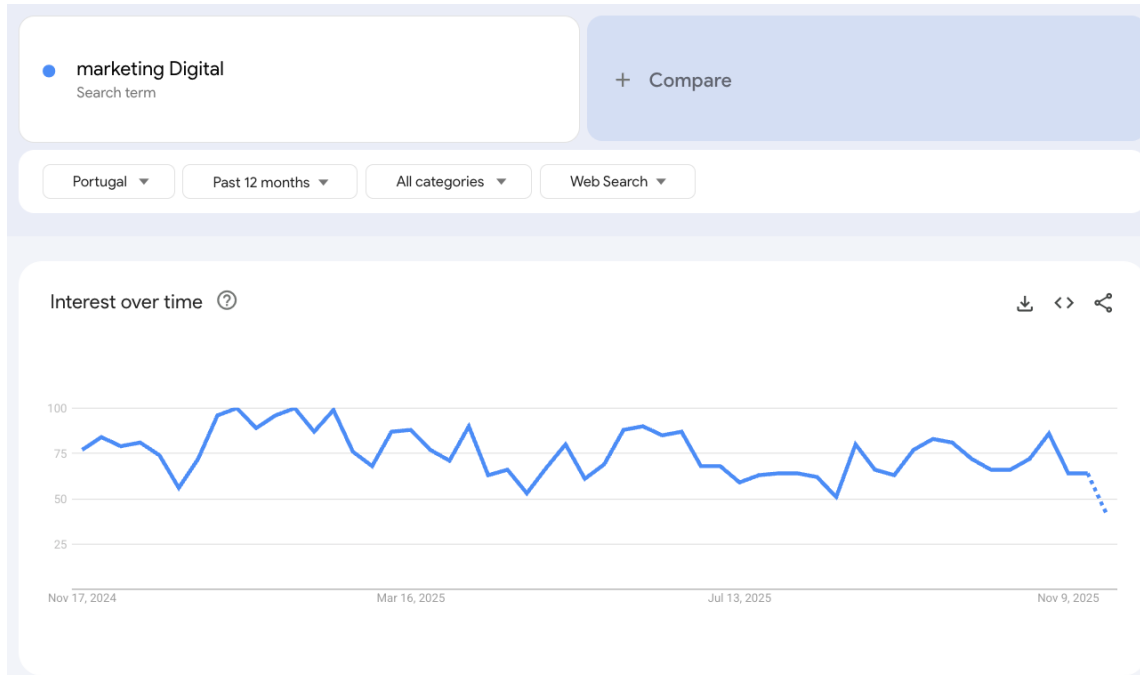
ZOOM IN

WORKSHOP

SOCIAL MEDIA

COM IA

estratégias práticas para criar
conteúdo com impacto



“LISBON DIGITAL SCHOOL”

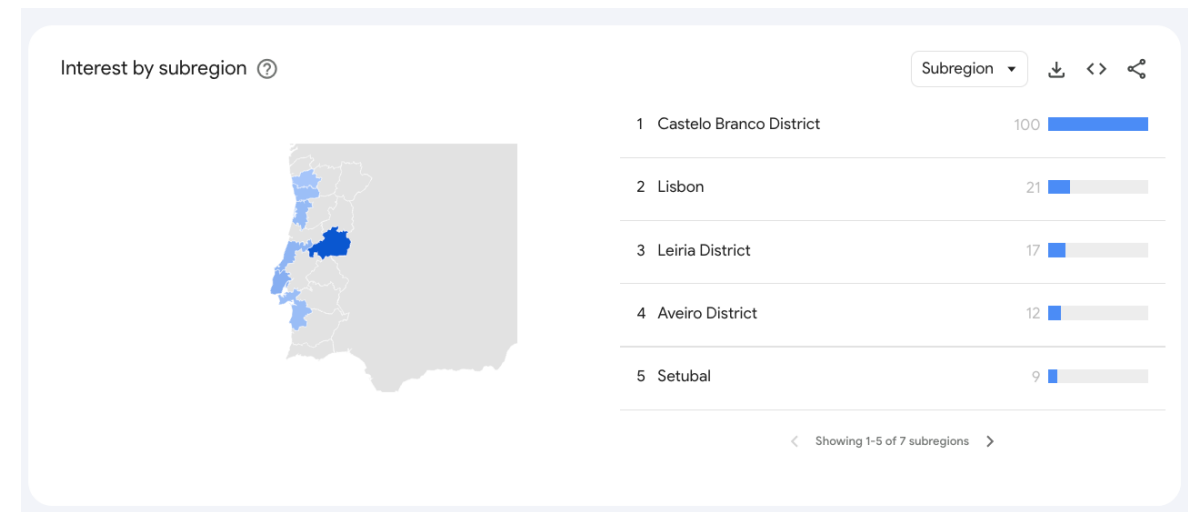
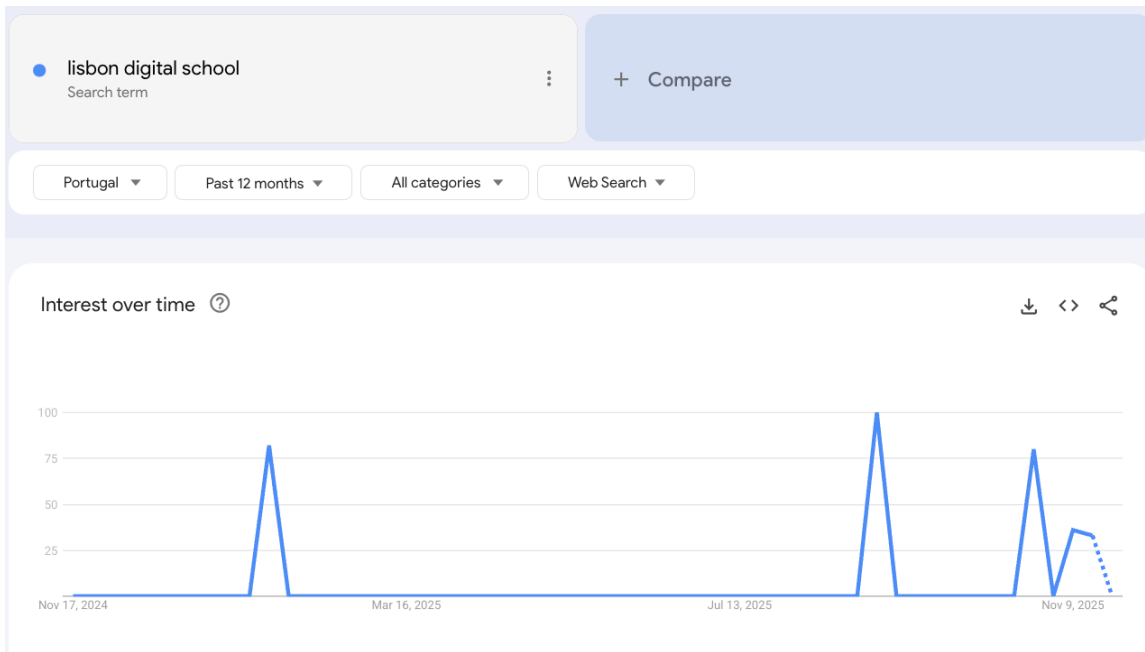
ZOOM IN

WORKSHOP

SOCIAL MEDIA

COM IA

estratégias práticas para criar
conteúdo com impacto



PROBLEMA

**Apesar das nossas formações
serem online, em direto,
somos procurados apenas nas
grandes cidades e o país inteiro devia
saber que pode ter aulas connosco
sem sair de casa.**

ZOOM IN

WORKSHOP

SOCIAL MEDIA

COM IA

estratégias práticas para criar
conteúdo com impacto

Cheque Formação + Digital



Lisbon
Digital
School®

✓ cursos online,
presenciais
ou híbridos

Formação + Digital

Cheque Formação + Digital

Lisbon
Digital
School®

Impulsiona as tuas competências digitais 😊

ZOOM IN

WORKSHOP

SOCIAL MEDIA

COM IA

estratégias práticas para criar
conteúdo com impacto

Cheque
Formação
+ Digital



Lisbon
Digital
School®

✓ cursos online,
presenciais
ou híbridos

ATÉ 750€

Lisbon
Digital
School®

Cheque

...cias digitais 😊

MAIS PROBLEMAS E OPORTUNIDADES?

LISBON DIGITAL SCHOOL VS HYPERISLAND

LISBON DIGITAL SCHOOL VS CONTROL PORTUGAL

VAMOS USAR OUTRA PLATAFORMA QUE PERMITE ATÉ 3 PESQUISAS POR DIA

<https://www.perplexity.ai/>

INSIGHTS MARCAS MARKETING DIGITAL

Vai a <https://www.lisbondigitalschool.com>
e <https://hyperisland.com/> e mostra-me quais as
semelhanças, pontos fortes, pontos fracos e
oportunidades para conseguir chegar a mais alunos para
a Lisbon Digital School. Apresenta em formato tabela
com, Escola, Semelhanças, Pontos fortes, pontos fracos,
oportunidade e bónus de conhecimento.

Escola	Semelhanças	Pontos Fortes	Pontos Fracos	Oportunidades	Bonus de Conhecimento
LISBON DIGITAL SCHOOL	- Educação digital transformativa - Formação prática e hands-on - Online e presencial disponível - Formadores profissionais ativos - Certificações reconhecidas	- Foco especializado em Marketing Digital & IA 5.500+ alunos 9.4/10 satisfação (métrica forte) 30 cursos especializados +100 empresas com formação customizada - Evento 'O Teu Futuro é Digital' (2.000 alunos/ano) - DGERT certified - Portfolio forte de alumni	- Presença apenas em Portugal (Oeiras) - Sem programa Master's Degree - Menor visibilidade internacional - Menos presença em mercados globais - Marca conhecida principalmente em PT	- Expandir para Espanha, França, Itália, Alemanha - Desenvolver Master's Degree programs - Parcerias com tech companies globais - Conteúdo multilíngue e SEO internacional - Programa mentoramento com alumni globais - Parcerias com universidades europeias	7 anos vs 28 de Hyper Island (agilidade vs experiência) - Satisfação 9.4/10 (comunicar mais) - Portugal é 4º mercado europeu em upskilling - AI & Marketing cresce 40% a.a. - Nicho bem definido = menos concorrência - Fundada por ex-Facebook/Socialbakers expert
HYPER ISLAND	- Educação digital transformativa - Formação prática e hands-on - Online e presencial disponível - Formadores profissionais ativos - Certificações reconhecidas 28 anos de experiência	- Presença global (7 cidades) - Master's Degree programs - Reputação internacional consolidada (28 anos) - Soluções empresariais customizadas - Partnerships com grandes corporações globais - Consultoria estratégica integrada - Brand recognition em Tech hubs globais - Network internacional forte	- Foca em grandes corporações - Menos ágil para micro-inovações - Presença limitada em mercados emergentes - Posicionamento mais corporate - Menos especialização em AI & Marketing - Modelo menos adaptável a startups - Formações genéricas vs especializadas	- Expandir para mercados LATAM - Criar trilhas especializadas em AI - Parcerias com startups e scale-ups - Programas para profissionais mid-career - Certificações profissionais rápidas - Content marketing em português	28 anos = credibilidade máxima - Master's sem Bachelor = inovação pedagógica - Modelo de parcerias com clientes é 'Revenue Share' - Alumni em posições C-level globalmente - São Paulo presença = porta para LATAM - Ecosystem innovation bem documentado

INSIGHTS MARCAS MARKETING DIGITAL

Vai a <https://www.lisbondigitalschool.com>
e <https://control.pt/> e mostra-me quais as
semelhanças, pontos fortes, pontos fracos e
oportunidades para conseguir chegar a mais alunos para
a Lisbon Digital School. Apresenta em formato tabela
com, Escola, Semelhanças, Pontos fortes, pontos fracos,
oportunidade e bonus de conhecimento.

ZOOM IN

WORKSHOP

SOCIAL MEDIA

COM IA

estratégias práticas para criar
conteúdo com impacto

Escola	Semelhanças	Pontos Fortes	Pontos Fracos	Oportunidades	Bónus de Conhec.
Lisbon Digital School	● Websites focados em conversão ● Testimoniais de clientes ● Atração de público qualificado ● Conteúdo centrado em benefícios	● 5500+ alunos formados ● Satisfação 9.4/10 ● Projetos reais ● Certificação DGERT ● Storytelling emocional ● Foco em resultados	● Website pouco segmentado ● Sem upselling/cross-selling ● Conteúdo limitado ● Sem personalizações ● Sem urgência/scarcity ● Sem retargeting	● Segmentação por perfil ● Landing pages específicas ● Urgency tactics ● Content hub ● Marketing automation ● Cross-selling ● Webinars ao vivo	Control excela em segmentação clara, storytelling emocional, gatilhos de urgência e recomendações contextuais. LDS pode aplicar na educação.
Control Portugal	● Websites focados em conversão ● Testimoniais de clientes ● Atração de público qualificado ● Conteúdo centrado em benefícios	● Segmentação de audiência ● Messaging diferenciado ● Taglines emocionais ● Diversificação ● Tone conversacional ● Estratégia de match	● Sem social proof estruturado ● Sem content marketing ● Sem formulários de suporte ● Sem brand story ● Sem fidelização ● Sem NPS visível	Control é expert em conversão digital. LDS pode aprender: personas definidas, gatilhos emocionais, recommendation engine, formatos diversos, ofertas limitadas.	Excelente em consumer psychology e conversion. Lições: copy emocional, segmentação clara, visual hierarchy, tone of voice, estratégia de discovery.

TARGET

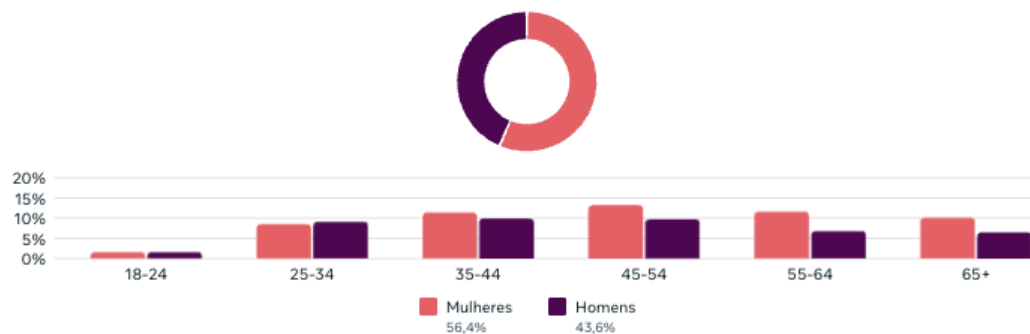
AUDIENCE INSIGHTS META

AUDIENCE INSIGHTS META | GLOBAIS

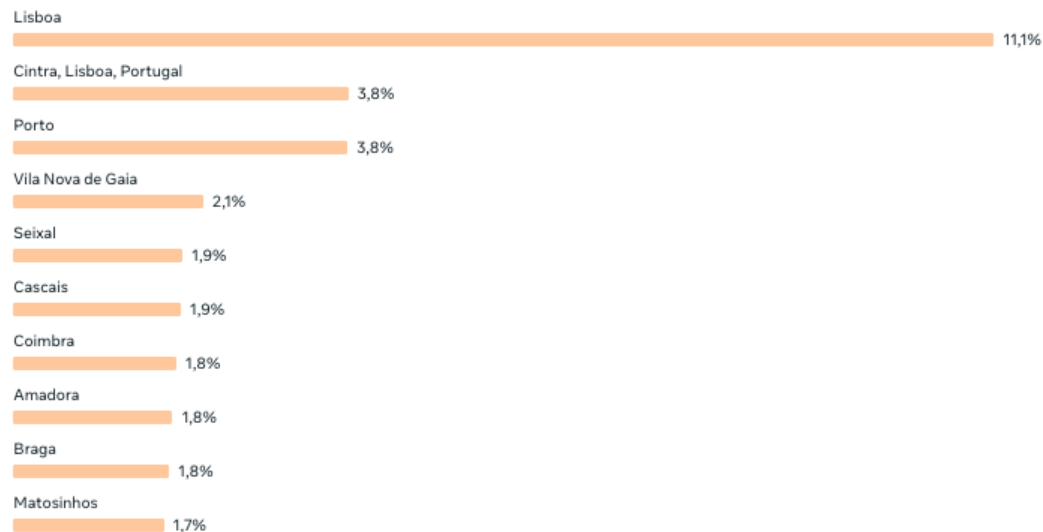
Tamanho do público estimado ⓘ

7 900 000 - 9 300 000

Idade e género ⓘ



Cidades principais



Páginas principais ⓘ

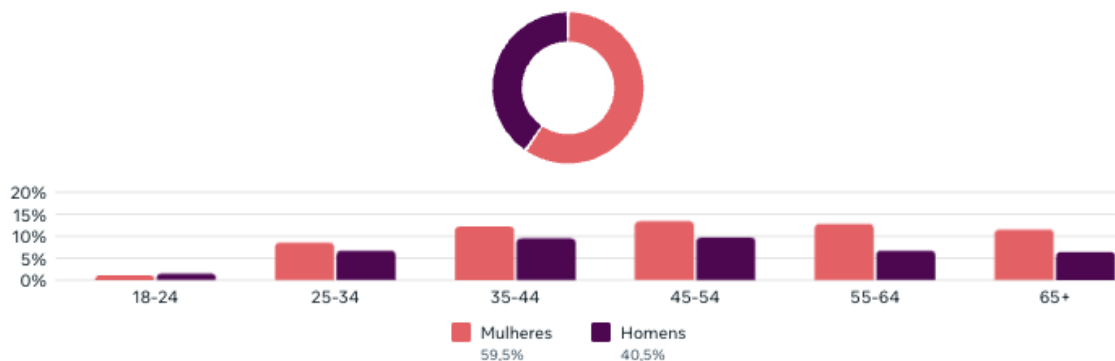


AUDIENCE INSIGHTS META | LOCAIS

Tamanho do público estimado ⓘ

8600 - 10 200

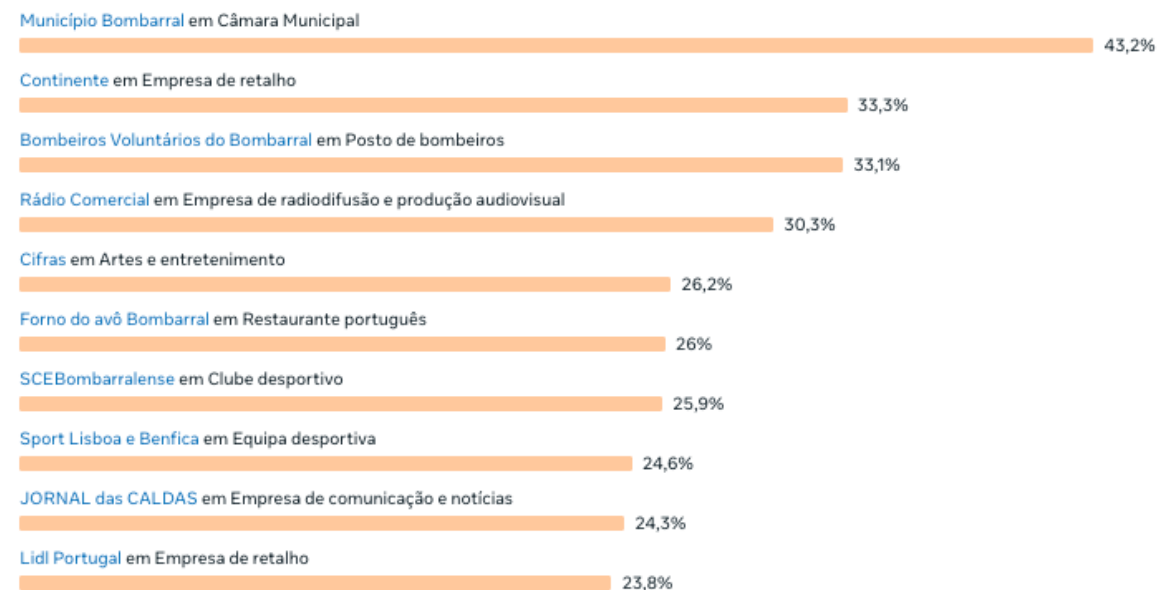
Idade e género ⓘ



Cidades principais



Páginas principais ⓘ



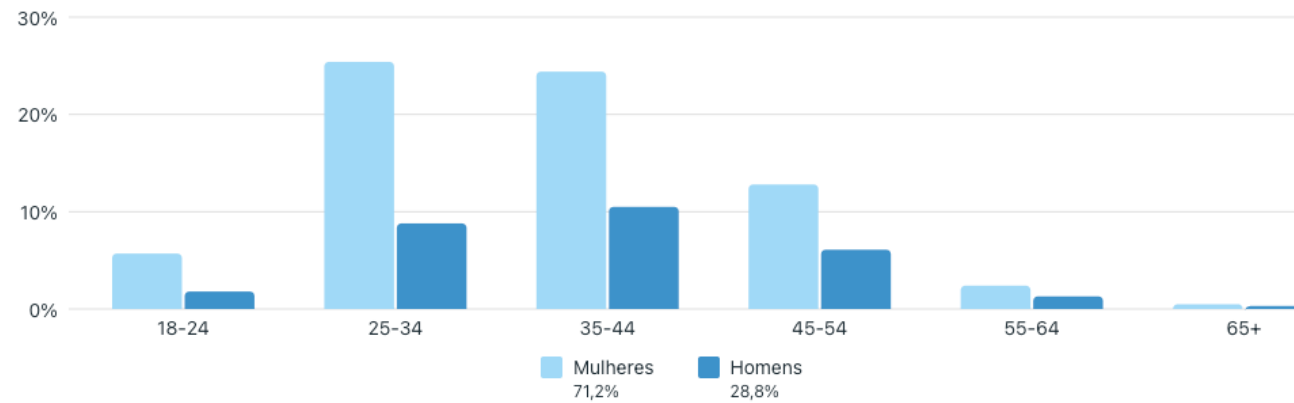
AUDIENCE INSIGHTS META | PRÓPRIOS

Seguidores ⓘ

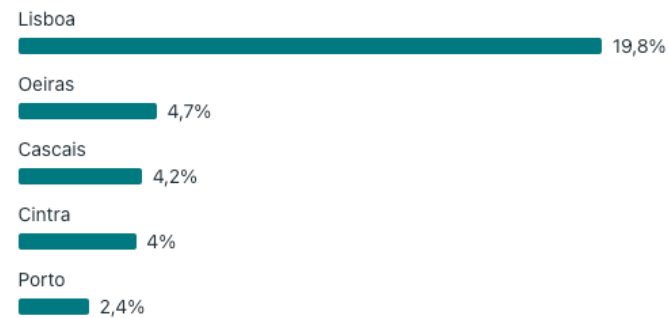
Toda a duração

10 257

Idade e género ⓘ



Principais cidades



Principais países



META | Screenshot dos Públicos

<https://business.facebook.com/latest/insights/people>

Tendo como base estes dados define o meu target principal e dá-me 5 bons insights para uma escola de marketing digital em portugal com cursos de inovação e inteligência artificial

Target Principal da Lisbon Digital School

Com base nos dados:

Perfil Demográfico Dominante

- **Mulheres (71,5%)**
- **Idades entre 25–44 anos**, com maior expressão em **35–44**
- **Localização:** Principalmente **Lisboa** e área metropolitana (Oeiras, Sintra, Cascais, Amadora)
- **País:** Portugal (87,7%), seguido de Brasil (5,3%)

Target Principal

Mulheres entre 25 e 44 anos, residentes na Grande Lisboa, com interesse em marketing digital, inovação e transformação profissional.

Este target provavelmente já está no mercado de trabalho e procura:

- **Reconversão digital**
- **Subir na carreira**
- **Aumentar competências em IA e inovação**
- **Formações aplicadas e práticas**

5 Grandes Insights Estratégicos para Crescer em Portugal (com foco em Marketing Digital, IA e Inovação)

1 O público feminino é a tua maior força — capitaliza isso

Com **71,5% mulheres**, tens um público naturalmente inclinado a:

- Desenvolvimento de carreira
- Reconversão para áreas mais digitais
- Formação contínua orientada para oportunidades reais

Sugestão

Criar campanhas e conteúdos especificamente sobre:

- Mulheres no digital
- Histórias de alumni mulheres
- Sessões ao vivo com formadoras líderes

2 O “sweet spot” é o mercado profissional dos 30–40 anos

A faixa **35–44** é dominante.

Este grupo tende a estar em fase de:

- Crescimento na carreira
- Mudança de área
- Procura de certificações com impacto salarial

Sugestão

Oferecer formações que prometem:

- Progressão profissional
- Acesso a melhores cargos (gestão, estratégica)
- Projetos aplicáveis + portefólio

3 Lisboa é a tua capital — mas ainda tens muito espaço para crescer no resto do país

Embora Lisboa represente **16,7%**, tens presença significativa em Oeiras, Sintra, Cascais, Amadora, Porto, Leiria e Coimbra.

👉 Sugestão

- Criar **eventos híbridos** e workshops ao vivo em cidades secundárias
- Criar “embaixadores LDS” em Porto, Coimbra e Leiria
- Anunciar cursos com horários e modelos para quem trabalha fora da capital

4 Tens um público internacional latente — Brasil é a porta

Com **5,3% do Brasil**, existe um potencial enorme para:

- Cursos 100% online voltados para Portugueses e Brasileiros
- Parcerias com profissionais brasileiros nas áreas de social media, tráfego pago e IA

👉 Sugestão

Criar **landing pages dedicadas ao Brasil**, com foco em:

- Reconversão digital
- Certificações reconhecidas em Portugal
- Acesso ao mercado europeu

5 A procura por IA entre 25 e 44 anos é gigantesca — e ainda podes liderar esse mercado

Essa faixa etária está a sentir muita pressão para:

- Aprender IA para manter relevância
- Integrar IA no trabalho diário
- Automatizar processos e ganhar eficiência

👉 Sugestão

Criar formações:

- “IA para Profissionais de Marketing”
- “Automação com IA para Negócios”
- “Prompts avançados aplicados a campanhas”
- “IA para Social Media Managers”

E acompanhar com conteúdos gratuitos:

- Mini-aulas de 1 minuto
- Cheatsheets de prompts
- Casos reais dos alunos

📌 Resumo Final

O teu target é claro e muito valioso:

Mulheres de 25–44 anos, profissionais, urbanas, especialmente Lisboa e arredores, com forte interesse em marketing digital e necessidade crescente de dominar IA.

Com isto, tens um enorme potencial em:

1. Consolidação em Lisboa
2. Expansão para o resto do país
3. Crescimento internacional (sobretudo Brasil)
4. Domínio do segmento IA aplicada ao marketing

AUDIENCE INSIGHTS TIKTOK

ZOOM IN

WORKSHOP

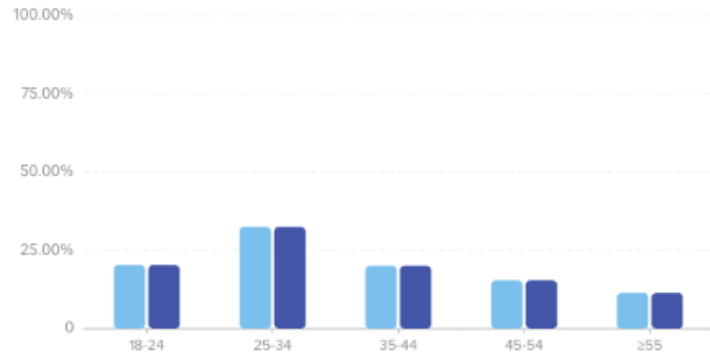
SOCIAL MEDIA

COM IA

estratégias práticas para criar
conteúdo com impacto

Age

Percentage



Gender

All



Selected



Top states & provinces

Portugal			
Category	Selected	All	
1 Lisbon	32.11%	32.11%	
2 Porto	20.17%	20.17%	
3 Setúbal	7.29%	7.29%	
4 Faro	7.03%	7.03%	
5 Braga	6.72%	6.72%	
6 Aveiro	3.98%	3.98%	
7 Leiria	3.27%	3.27%	
8 Viseu	2.61%	2.61%	
9 Coimbra	2.51%	2.51%	
10 Madeira	2.47%	2.47%	

Interests

Top 10 interests

Category	Selected	
1 Life & Leisure(Apps)	86.3...	
2 Skin Care(Beauty & Personal Care)	82.5...	
3 Haircare(Beauty & Personal Care)	78.2...	
4 Financial Services(Apps)	77.37...	
5 Games (By Type)(Games)	74.5...	
6 Cosmetics(Beauty & Personal Care)	74.3...	
7 Beverage(Food & Beverage)	73.93...	
8 Social(Apps)	73.73...	
9 Food & Fresh Produce(Food & Beverage)	73.5...	
10 Live Events(News & Entertainment)	73.31...	

Bottom 10 interests

Category	Selected	
10 Child Car Seats(Baby & Kids Products)	0.11%	
Coffee		
9 Accessories(Household Products)	0.13%	
8 Strollers & Cribs(Baby & Kids Products)	0.14%	
7 Baby Feeding Supplies(Baby & Kids Products)	0.17%	
6 Early Childhood & Preschool Education(Education)	0.18%	
5 Baby Shoes(Baby & Kids Products)	0.21%	
4 Securities(Financial Services)	0.28%	
3 Tissues & Wet Wipes(Household Products)	0.34%	
Agriculture, Forestry, Animal Husbandry & Fishing(Business Services)	0.38%	
Foreign Exchange		
1 Transactions(Financial Services)	0.42%	

TIKTOK | AUDIENCE INSIGHTS

<https://ads.tiktok.com/i18n/audience-insight>

**Segundo estes dados, deve uma escola de marketing
Digital em Portugal estar no Tiktok?**

🔍 1. O teu público é jovem-adulto — a faixa dominante do TikTok

Os dados mostram que o teu público é maioritariamente:

- 25–34 anos (principal grupo)
- 35–44 anos (segundo maior)
- Com presença também dos 18–24

👉 Estes três grupos somados representam quase todo o público do TikTok em Portugal.

Ou seja, o teu target já está lá — apenas ainda não te encontra por falta de presença.

🔍 2. O teu público é maioritariamente feminino — e o TikTok é forte entre mulheres 20–40

As tuas métricas mostram:

- 64% mulheres
- Forte interesse em categorias Lifestyle, Beleza, Apps, Social

Este perfil **corresponde exatamente** aos segmentos mais ativos no TikTok, que usam a plataforma para:

- Aprender
- Descobrir novos cursos
- Procurar inspiração profissional
- Consumir micro-formação e dicas

🔍 3. Os teus utilizadores adoram Apps, Social, Life & Leisure — perfeitamente alinhado com comportamento TikTok

Nos interesses principais destacam-se:

- Life & Leisure Apps
- Skin Care / Beauty / Personal Care
- Social Apps
- Financial Services Apps

Isto revela que o teu público:

- É digital first
- Consome conteúdo em apps sociais
- Está confortável com plataformas de vídeo curto

👉 TikTok é *natural* para este tipo de utilização.

🔍 4. A distribuição geográfica coincide com os utilizadores ativos do TikTok

Os teus top locais:

- Lisboa
- Porto
- Setúbal
- Faro
- Braga

São exatamente os distritos com maior adoção do TikTok no país.

🔍 5. Um curso de Marketing Digital *tem obrigação* de dominar TikTok — ou perde credibilidade

Sendo uma escola que ensina:

- Marketing digital
- Conteúdo
- Social media
- Inovação
- IA aplicada

Estar fora do TikTok transmite uma mensagem errada:

- ✗ "Não dominamos o canal que está a moldar o marketing atual."
- ✗ "Não entendemos os novos formatos de conteúdo."
- ✗ "Não acompanhamos as tendências do mercado."

Estar presente no TikTok, pelo contrário:

- ✓ Reflete domínio técnico
- ✓ Posiciona-te como inovadora
- ✓ Atrai alunos que querem aprender com quem faz na prática
- ✓ Alimenta o topo do funil com alcance orgânico enorme

TEMOS OBJETIVOS

Encaminhar pessoas para o website

TEMOS O PROBLEMA

As pessoas de todo o país não sabem que podem estudar na
Lisbon Digital School sem sair de casa

TEMOS O TARGET

Todas as pessoas que queiram ter valências digitais em
todos os distritos do país

PRECISAMOS DE UM CAMINHO DE COMUNICAÇÃO

DE UM CONCEITO

COMO CHEGAMOS AO CONCEITO DE COMUNICAÇÃO??

PRIMEIRO, A PROMESSA DA MARCA

O QUE É A PROMESSA DA MARCA?

O QUE A DISTINGUE DE TODAS AS OUTRAS

TODAS AS MARCAS PRECISAM DE TER E AS PESSOAS TAMBÉM

VOCÊS TÊM DE ENCONTRAR E DEFINIR A VOSSA

É A BASE DA COMUNICAÇÃO

A DIFERENÇA

QUAL A PROMESSA DA LISBON DIGITAL SCHOOL?

**LOOK FORWARD,
LEARN FASTER**

TUDO TEM DE PARTIR DAQUI

**LOOK FORWARD,
LEARN FASTER**

TEMOS OBJETIVOS

Encaminhar pessoas para o website

TEMOS A PROMESSA

Look Forward, Learn Faster

TEMOS O PROBLEMA

As pessoas de todo o país não sabem que podem estudar na
Lisbon Digital School sem sair de casa

TEMOS O TARGET

Todas as pessoas que queiram ter valências digitais em
todos os distritos do país

SEGUNDO,
PRECISAMOS DE UM INSIGHT,
DIRETAMENTE LIGADO À MARCA.

TERCEIRO, **VAMOS ENCONTRAR UM CONCEITO**

INSIGHT (PROBLEMA | OPORTUNIDADE)

**As pessoas de todo o país não sabem que
podem estudar na Lisbon Digital School
sem sair de casa.**

IT'S ALL ABOUT THE PROMPT

A Lisbon Digital School é uma escola de Marketing Digital em Portugal, a sua missão é combater a iliteracia digital.

A sua promessa enquanto marca é “Look Forward, Learn Faster.”

O seu objetivo em Digital é encaminhar todos os seus alunos para o website para que vejam todas as formações disponíveis.

Tem um grande problema, a grande maioria dos habitantes dos vários distritos do país não conhecem a Lisbon Digital School.

Com esta Missão, com esta promessa “Look Forward, learn faster”, estes objetivos e para responder a este problema, atua como o melhor Estratega do mundo e cria 5 assinaturas de comunicação para criar uma campanha de Marketing Digital.

Apresenta em formato tabela com: Assinatura proposta, Insight de assinatura, porque cada distrito vai interagir, Bónus de comunicação.

Tabela: Assinaturas de Campanha para a Lisbon Digital School

Assinatura proposta	Insight de assinatura	Porque cada distrito vai interagir	Bónus de comunicação
1. "Portugal Mais Digital Começa Contigo."	As pessoas querem evoluir, mas sentem que o país está a ficar para trás digitalmente. Este statement devolve o poder ao indivíduo.	Cria sentimento de inclusão nacional — diz a cada distrito que não é preciso viver em Lisboa para participar no futuro digital.	Fácil de adaptar: "Faro Mais Digital Começa Contigo", "Braga Mais Digital...", criando sentimento de pertença local.
2. "Aprende Hoje o Que Portugal Vai Precisar Amanhã."	As pessoas procuram formações que as preparem para o futuro do trabalho.	Cada distrito sente que se pode antecipar ao mercado e ganhar vantagem competitiva, mesmo em regiões menos tecnológicas.	Perfeito para campanhas ligadas à IA, automação e profissões do futuro.
3. "O Futuro Não Espera. Tu Também Não Deves."	O receio de ficar para trás é um motivador forte. Esta assinatura transforma urgência em ação.	Distritos com pouca oferta formativa digital percebem que não podem esperar por alternativas locais.	Funciona muito bem em vídeos curtos TikTok, Reels, YouTube Shorts — ritmo rápido, mensagem forte.
4. "Conecta-te ao Futuro: Aprende Digital, Vive Digital."	O digital já faz parte do dia a dia; o problema é saber usá-lo de forma inteligente.	Mostra que qualquer pessoa — independentemente da cidade — pode viver de forma mais digital e ganhar novas oportunidades.	Permite criar conteúdos lifestyle + educativos, perfeitos para aumentar awareness fora de Lisboa.
5. "Se o Mundo Muda Depressa, Tu Tens de Aprender Mais Depressa."	A promessa da marca (<i>Learn Faster</i>) torna-se ação concreta: ganhar velocidade é vantagem competitiva.	Apela à ambição profissional em todas as regiões — sobretudo Norte e Centro, onde há forte cultura de trabalho.	Excelente para campanhas de tráfego que comparam antes/depois, transformação e evolução profissional.

**SÃO FANTÁSTICOS?
NÃO, MAS HOJE
VÃO AJUDAR**

**A MÁQUINA
NÃO DÁ O INCRÍVEL,
TEMOS DE SER NÓS.**

**QUANDO VERBALIZAMOS,
SENTIMOS UM CALOR NO
CORACÃO E SABEMOS
QUE É O CERTO.**

ESCOLHEMOS UM E SEGUIMOS O NOSSO CAMINHO PARA 2026

TUDO FICA MAIS FÁCIL

**AGORA SÓ PRECISAMOS DE IR
CRIANDO DERIVAÇÕES DO QUE
QUEREMOS E PRECISAMOS PARA
RESPONDER AOS OBJETIVOS**

LISBON DIGITAL SCHOOL

PLANO DE MARKETING DIGITAL 360°

**Com o conceito “Portugal Mais Digital Começa Contigo.”
cria um plano de Marketing Digital 360 para a Lisbon
Digital School, com o objetivo de encaminhar o máximo
de pessoas para o website, pessoas de vários distritos do
país que não conhecem a Lisbon Digital School.**

Aqui está um **Plano de Marketing Digital 360°** completo, estratégico e operacional, com base no conceito:

★ "Portugal Mais Digital Começa Contigo."

Objetivo central: **Levar o maior número possível de pessoas — de todos os distritos — ao website da Lisbon Digital School, sobretudo quem nunca ouviu falar da marca.**

📌 1. PAPEL DO CONCEITO NA CAMPANHA

"Portugal Mais Digital Começa Contigo."

Este conceito permite 3 coisas fundamentais:

1. **Nacionalização da marca** – deixa de ser uma escola percebida como "Lisboa only".
2. **Empoderamento individual** – o utilizador sente que faz parte da evolução do país.
3. **Ação imediata** – o utilizador percebe que a mudança começa agora → clicar → website.

📢 2. ESTRUTURA DO PLANO 360°

4 pilares estratégicos

1. **Awareness Nacional** (dar a conhecer a escola)
2. **Consideração** (mostrar valor + diferenciação)
3. **Conversão** (encaminhar tráfego qualificado para o website)
4. **Retenção e comunidade** (alimentar interesse contínuo e potenciar WOM)

Vou detalhar cada canal.

3. SOCIAL MEDIA (TikTok, Instagram, Facebook, LinkedIn, YouTube)

TikTok (canal prioritário)

Objetivo: **Alargar awareness nos distritos fora de Lisboa**

Conteúdos:

- Série **"Portugal Mais Digital Começa Contigo – Episódio Distrito X"**
 - vídeos dedicados: Braga, Faro, Aveiro, Porto, Madeira, Açores, Coimbra, Leiria...
 - Mostram como o digital está a transformar esse distrito + CTA: "descobre como no site".
- **Desafios em formato storytelling:**
 - "Como o digital mudou a vida de uma pessoa normal em [distrito]".
- Micro-conteúdos educativos:
 - "Aprende IA em 30 segundos",
 - "Uma dica por dia para futuro digital".
- Conteúdos de provas sociais:
 - "Alunos de Braga já estão a usar IA no trabalho. E tu?"
 - "A Joana de Faro reconverteu-se para Marketing Digital em 6 meses."

Instagram

Objetivo: **Reforçar credibilidade + conversões**

Ações:

- Reels com o selo "Portugal Mais Digital Começa Contigo"
- Stories com provas sociais por distrito
- Destaques "Distrito a Distrito"
- Guias temáticos: Formação em IA, Social Media, SEO, Automation

Facebook

Objetivo: **Alcançar faixas etárias 35+ fora de Lisboa**

Campanhas:

- Conteúdos educativos
- Webinars gratuitos por distrito
- Carrosséis com cursos e benefícios claros

LinkedIn

Objetivo: **Autoridade + atrair profissionais que procuram upgrade**

Ações:

- Publicações sobre talento digital em cada distrito
- Estudos "A falta de competências digitais em Portugal – distrito a distrito"
- Depoimentos de alunos profissionais

YouTube

Objetivo: **Profundidade e confiança nacional**

Conteúdos:

- Série "O Estado do Digital em Portugal – Distrito a Distrito" (15 episódios)
- Aulas abertas "Look Forward Sessions"
- Masterclasses com professores da escola

4. PERFORMANCE & ADS (Meta, TikTok Ads, Google Ads, Display, Programmatic)

Estratégia de segmentação por distrito

Criar campanhas com anúncios dedicados a cada região:

- "Braga Mais Digital Começa Contigo."
- "Faro Mais Digital Começa Contigo."
- "Porto Mais Digital Começa Contigo." etc.

Segmentação:

- Interesses em: digital, apps, social, IA, carreiras, formação profissional
- Públicos lookalike de alunos
- Retargeting do site

Google Ads

Campanhas obrigatórias:

- Search → "curso de marketing digital", "formação IA", "marketing AI", "curso online digital"
- Display → banners com branding local por distrito
- YouTube Ads → 6 segundos "Portugal Mais Digital Começa Contigo"

TikTok Ads

Formatos:

- In-feed
- Spark ads com vídeos orgânicos
- Segmentação por distrito geográfico

5. WEBSITE & EXPERIÊNCIA DIGITAL

Landing Pages por Distrito

Exemplo:

/braga-digital

/faro-digital

/madeira-digital

Cada landing contém:

- Conteúdos adaptados ao distrito
- Testemunhos locais
- Cursos recomendados
- CTA direto: "Explora todas as formações" (página principal)

Lead Magnet Nacional

Ebook:

"Mapa Digital de Portugal 2025: Conhece as Competências Digitais do Teu Distrito."

Objetivo: tráfego + leads + autoridade.

6. INFLUENCIADORES & PARCEIROS REGIONAIS

Micro-influenciadores por distrito (5–20k followers)

Exemplos:

- Influenciadores de lifestyle
- Criadores de conteúdo digital
- Professores universitários
- Profissionais tech
- Jornalistas regionais

Ações:

- Vídeo: "Como o digital está a mudar [distrito] — powered by Lisbon Digital School"
- Live conjunta com mini-aula digital
- Conteúdos "Aprender + IA + Marketing"

7. COMUNICAÇÃO LOCAL

PR Regional

Trabalhar com:

- Jornais distritais
- Rádios locais
- Blogs de lifestyle regionais
- Comunidades Facebook locais

Com o pitch:

"Lisbon Digital School lança campanha para capacitar o país: 'Portugal Mais Digital Começa Contigo'."

Outdoors Digitais (zonas-chave)

Em:

- Braga
- Porto
- Aveiro
- Coimbra
- Faro
- Madeira

Com QR code direto para as landing pages dos distritos.

8. EDUCAÇÃO E COMUNIDADE

Roadshow Digital Nacional

Workshops presenciais ou híbridos:

- "Aprende IA em 60 Minutos"
- "Marketing Digital para Todos"
- "O Futuro Digital do Teu Distrito"

Locais estratégicos:

- Politécnicos
- Bibliotecas municipais
- Espaços de cowork
- TecParques
- Câmaras municipais

Comunidade "Portugal Mais Digital"

Grupo no Discord ou WhatsApp com:

- Treinos semanais gratuitos
- Challenges de IA
- Sessões com professores

9. MÉTRICAS DE SUCESSO (KPIs)

- +50% visitas ao website a partir de distritos fora de Lisboa
- +30% tráfego orgânico nacional
- +20% sessões no TikTok & Instagram
- +2.000 leads via landing pages por distrito
- 20 micro-influenciadores regionais ativados
- 10 episódios YouTube sobre Portugal Digital
- 1 ebook nacional com +500 downloads
- Campanhas com CTR +2% em Awareness

★ Resumo do conceito em ação

"Portugal Mais Digital Começa Contigo" transforma a Lisbon Digital School numa escola:

- Nacional
- Próxima
- Com propósito
- Líder em literacia digital
- Aberta a todos os distritos

E leva cada pessoa a pensar:

"Eu posso começar esta transformação agora — vou ver as formações."

LISBON DIGITAL SCHOOL DERIVAÇÕES DE COPY

Com este conceito “Portugal Mais Digital Começa Contigo.” cria uma derivação para cada concelho do país com o objetivo de impactar os seus habitantes. Apresenta em formato tabela com concelho e Derivação de conceito para impactar os habitantes.

Aqui tens as derivações do conceito "Portugal Mais Digital Começa Contigo." aplicadas aos **Top 10 concelhos** (com base nos dados que partilhaste e na relevância populacional / digital):

Top 10 Concelhos + Derivação de Conceito

Concelho	Derivação do Conceito
Lisboa	"Lisboa Mais Digital Começa Contigo."
Porto	"Porto Mais Digital Começa Contigo."
Sintra	"Sintra Mais Digital Começa Contigo."
Vila Nova de Gaia	"Gaia Mais Digital Começa Contigo."
Cascais	"Cascais Mais Digital Começa Contigo."
Loures	"Loures Mais Digital Começa Contigo."
Braga	"Braga Mais Digital Começa Contigo."
Amadora	"Amadora Mais Digital Começa Contigo."
Oeiras	"Oeiras Mais Digital Começa Contigo."
Matosinhos	"Matosinhos Mais Digital Começa Contigo."

LISBON DIGITAL SCHOOL

PLANO SOCIAL COM PROMPT DE IMAGENS

Com todas estas derivações, cria um plano de social media para o mês de Janeiro de 2026 e apresenta em formato tabela com: Data, rede social, copy de post, insight humano, aplicação, prompt de imagem.

A aplicação tem de ser qualquer aplicação AI de imagem gratuito na data de hoje.

17

PLANO DE SOCIAL MEDIA — JANEIRO 2026

(4 semanas, 12 publicações estratégicas)

Tabela completa

Data	Rede Social	Copy de Post	Insight Humano	Aplicação IA Gratuita	Prompt de Imagem
02 JAN	Instagram	"Lisboa Mais Digital Começa Contigo. Este ano, aprende mais rápido do que o mercado muda. 🚀 Descobre as formações que vão transformar a tua carreira."	As pessoas começam o ano com energia de mudança e procuram novas oportunidades.	Bing Image Creator	"Modern digital city of Lisbon at sunrise, futuristic holograms, people learning with laptops, clean marketing aesthetics, optimistic, soft light."
04 JAN	TikTok	"Porto Mais Digital Começa Contigo! O futuro das profissões está aqui — IA, Marketing, Automação. Estás preparado?"	O Norte valoriza modernidade e competitividade profissional.	Canva AI	"Young professionals in Porto interacting with digital interfaces, neon blue highlights, future-tech mood, short-video frame style."
06 JAN	Facebook	"Sintra Mais Digital Começa Contigo. Não importa onde estás — o digital aproxima-te do futuro. Vê todas as formações no nosso site."	Pessoas em zonas suburbanas valorizam mobilidade digital e acesso democrático ao conhecimento.	Leonardo.AI	"Sintra landscape blended with holographic digital elements, inclusive and inspiring tone."
08 JAN	Instagram Reels	"Cascais Mais Digital Começa Contigo. Em 2026, escolhe aprender ao teu ritmo, no teu lugar, com IA ao teu lado."	Pessoas ligadas ao lifestyle valorizam liberdade e flexibilidade.	Bing Image Creator	"Beach town of Cascais integrated with futuristic AI visuals, young adult learning outdoors, premium warm vibe."
10 JAN	LinkedIn	"Braga Mais Digital Começa Contigo. O mercado precisa de talento digital — e tu podes liderar essa mudança."	Profissionais de centro urbano querem evoluir e ganhar vantagem competitiva.	Leonardo.AI	"Braga city center with digital overlays, corporate futuristic aesthetic, confident professional characters."
12 JAN	TikTok	"Gaia Mais Digital Começa Contigo. Estás pronto para aprender IA mais rápido do que nunca?"	TikTok favorece conteúdo rápido e direto, com chamada clara à ação.	Canva AI	"Dynamic, high-energy scene with young adult using AI tools, digital particles around, vertical format."
15 JAN	Instagram	"Oeiras Mais Digital Começa Contigo. Aqui começa a tua evolução digital — formação prática, real e acelerada."	Profissionais valorizam evolução contínua e formação prática.	Bing Image Creator	"Oeiras modern business district with clean futuristic UI layers, person learning on laptop, bright optimistic colors."
18 JAN	Facebook	"Amadora Mais Digital Começa Contigo. Aprender marketing digital nunca foi tão acessível. Vê como começar hoje." ⬇️	Públicos diversos valorizam acessibilidade e oportunidade.	Leonardo.AI	"Urban neighborhood with diverse people interacting with digital learning tools, approachable friendly tone."

ZOOM IN

WORKSHOP

SOCIAL MEDIA

COM IA

estratégias práticas para criar
conteúdo com impacto

21 JAN	TikTok	"Matosinhos Mais Digital Começa Contigo! O futuro digital não espera — e tu?"	FOMO (fear of missing out) é forte motivador para públicos jovens.	Canva AI	"Young adults in Matosinhos beach area with digital futuristic surf-style aesthetic, bright kinetic energy."
24 JAN	Instagram Reels	"Loures Mais Digital Começa Contigo. Aprende hoje o que o mercado vai pedir amanhã."	Profissionais suburbanos estão preocupados com a rapidez do mercado.	Bing Image Creator	"Urban district vibe with fast-moving digital holograms, young adults studying, warm yet modern vibe."
27 JAN	YouTube Shorts	"Portugal Mais Digital Começa Contigo. A revolução digital não tem concelho — é para todos."	A ideia de inclusão nacional cria orgulho coletivo.	Leonardo.AI	"Portugal map glowing with digital circuits, diversity of people learning, epic inspirational tone."
30 JAN	LinkedIn	"2026 é o ano das competências digitais. Começa a tua evolução aqui: Look Forward. Learn Faster."	Profissionais planeiam o ano em Janeiro — ideal para captação qualificada.	Canva AI	"Minimal premium corporate visual, person using AI tools in a modern office, neutral colors."

ZOOM IN

WORKSHOP

SOCIAL MEDIA

COM IA

estratégias práticas para criar
conteúdo com impacto



LISBON DIGITAL SCHOOL

PLANO PAID SOCIAL COM PROMPT DE IMAGENS

Com todas estas derivações, cria um plano de Paid social para o mês de Janeiro para encaminhar pessoas para o website em formato tabela: Data, rede social, Copy de anúncio, insight humano, investimento, prompt de imagem para qualquer aplicação ai de imagens com pelo menos 700 caracteres.

1. 03 Janeiro – Meta Ads (Instagram + Facebook)

Copy:

"Lisboa Mais Digital Começa Contigo. O futuro não acontece por acaso — constrói-se com novas competências. Começa hoje a tua formação em Marketing Digital, Social Media ou IA."

Insight humano:

As pessoas começam o ano com desejo de evolução e sentem urgência em atualizar competências.

Investimento: 40€/dia

Prompt (700+ chars):

"Create a high-resolution digital illustration of modern Lisbon infused with futuristic technology. The city skyline should blend traditional Portuguese architecture—like Praça do Comércio, Rua Augusta arch, and pastel-colored buildings—with floating holographic data panels, blue neon circuits, and transparent digital interfaces. Show diverse young professionals walking through the city while interacting with floating AI-powered screens. Use warm sunrise light mixed with cool blue cyberpunk accents. The mood must feel optimistic, forward-thinking, and inspirational, representing personal transformation through digital education. Include subtle symbols of progress, such as upward-moving arrows, AI icons, and learning-related holograms. Style: cinematic, hyper-detailed, soft reflections, clean gradients, and dynamic depth of field."

2. 05 Janeiro – TikTok Ads

Copy:

"Porto Mais Digital Começa Contigo. Aprende hoje as competências digitais que o mercado do Porto já está a pedir."

Insight humano:

Profissionais portugueses valorizam competitividade e diferenciação.

Investimento: 35€/dia

Prompt:

"Generate a vertical video-style digital artwork featuring Porto's Ribeira district at dusk, transformed into a futuristic tech hub. Overlay glowing holographic dashboards, AI icons, neural network patterns, and projected data visualizations floating above the Douro River. Show young professionals using tablets and AR glasses, interacting with translucent blue holograms. Add neon reflections on water and buildings, creating a cyberpunk-yet-elegant look. The style should feel dynamic, energetic, and tailored for TikTok: fast-motion blur elements, dynamic framing, and contrast between the historic architecture and advanced digital learning tools. Include micro-animations like floating particles, soft glows, and pulsing light effects to communicate speed, innovation, and learning."

3. 08 Janeiro – LinkedIn Ads

Copy:

"Braga Mais Digital Começa Contigo. O talento do futuro nasce de quem aprende hoje."

Insight humano:

Profissionais querem evoluir para proteger a carreira.

Investimento: 50€/dia

Prompt:

"Create a premium corporate-style digital artwork of Braga city center, blending the iconic Igreja dos Congregados and Avenida da Liberdade with advanced holographic AI tools. Show mid-career professionals interacting with floating analytical dashboards, neural network animations, and data-driven charts. The aesthetic should be clean, executive, and innovative, using cool blues and soft metallic tones. Add futuristic UI elements layered seamlessly onto the city environment. Ensure the composition feels aspirational, highlighting digital transformation, professional growth, and modern upskilling. Add subtle sunlight beams mixed with neon reflections to enhance the contrast between tradition and innovation."

5. 12 Janeiro – YouTube Ads

Copy:

"Sintra Mais Digital Começa Contigo. O digital aproxima-te do futuro, independentemente de onde vives."

Insight humano:

Pessoas suburbanas procuram oportunidades de mobilidade digital.

Investimento: 25€/dia

Prompt:

"Create a cinematic digital scene of Sintra's Pena Palace, framed in mist and forest, but enhanced with glowing data streams flowing through trees, holographic maps, floating AR windows, and AI-powered navigation visuals. Add learners interacting with 3D holographic lessons, projected from handheld devices. Use magical, mysterious lighting mixed with futuristic neon blue to blend Sintra's mystical scenery with technological evolution. Style: dramatic, atmospheric, highly detailed, with layered depth and cinematic widescreen composition."

SEGUIR AS NECESSIDADES E CRIAR

**SÓ PRECISAMOS
DE APRENDER
A PERGUNTAR.**

AGORA...
JÁ ESTÃO NAS REDES
E NÃO SABEM O QUE
ESTÃO A FAZER,
HÁ OUTRO CAMINHO

**NÃO QUERO CONFUNDIR,
QUERO AJUDAR**

**O QUE VIMOS ANTES
É PARA QUEM ESTÁ
A COMEÇAR**

**ESTE É PARA QUEM JÁ
ESTÁ MAS NÃÃO SABE BEM...**

VAMOS COMEÇAR PELO ÓBVIO

QUEM TRABALHA REDES SOCIAIS ODEIA AS REDES SOCIAIS

PORQUE NÃO HÁ UMA PROFISSIONALIZAÇÃO

TODOS SABEMOS FAZER

TODOS SABEMOS USAR

TODOS SOMOS ESPECIALISTAS

NINGUÉM SABE SE CORREU BEM OU MAL

**ANDAMOS
HÁ 10 ANOS A FAZER
AS MESMAS COISAS**

À ESPERA DE RESULTADOS DIFERENTES

CULPAMOS OS ALGORITMOS

CULPAMOS AS PLATAFORMAS

PORQUE NÃO PROFISSIONALIZAMOS TUDO ISTO?

PERGUNTA

PORQUE É QUE TODOS ESTÃO A FAZER O MESMO?

**ESTAMOS EM 2025(6)
ESTÁ TUDO ERRADO?**

**SIM!
ESTÁ!**

VOCÊS PODEM FAZER DIFERENTE

PORQUE NÃO SE FAZ BEM?

DESCONHECIMENTO PREGUIÇA IGNORÂNCIA

COMPLEXO RICK BARRY

ZOOM IN

WORKSHOP

SOCIAL MEDIA

COM IA

estratégias práticas para criar
conteúdo com impacto



TODA A VIDA LANÇOU DESTA FORMA

NINGUÉM FEZ IGUAL

SÓ O FILHO CANYON BARRY

ZOOM IN

WORKSHOP

SOCIAL MEDIA

COM IA

estratégias práticas para criar
conteúdo com impacto



“É FEIO”
“À PADEIRO”
“VERGONHA”

RANKING GLOBAL NBA LANÇAMENTOS & LIVRES

ZOOM IN

WORKSHOP

SOCIAL MEDIA

COM IA

estratégias práticas para criar
conteúdo com impacto

Rank	Player	FT%
1.	Stephen Curry	.9098
2.	Steve Nash *	.9043
3.	Mark Price	.9039
4.	Rick Barry *	.8998
5.	Damian Lillard	.8974
6.	Peja Stojaković	.8948
7.	Chauncey Billups *	.8940
8.	Ray Allen *	.8939
9.	JJ Redick	.8918
10.	Calvin Murphy *	.8916
11.	Scott Skiles	.8891
12.	Reggie Miller *	.8877
13.	Kyrie Irving	.8859
14.	Larry Bird *	.8857
15.	Kevin Durant	.8841
16.	Bill Sharman *	.8831
17.	Khris Middleton	.8791
18.	Dirk Nowitzki *	.8788
19.	Jeff Hornacek	.8770
20.	Kyle Korver	.8769



4º MELHOR DE SEMPRE

“É FEIO”
“À PADEIRO”
“VERGONHA”

**ISTO RESULTA...
TEM É DE SER
BEM FEITO.**

COM CONHECIMENTO DE CAUSA

OU EXISTIRÁ MUITA FRUSTRAÇÃO

**E VOCÊS VÃO ODIAR
TODOS OS MINUTOS**

COMO PROVAVELMENTE JÁ ODEIAM

COMPLEXO

RICK BARRY

AMADOR VS PROFISSIONAL

UM AMADOR DIZ QUE O TIKTOK É PARA CRIANÇAS

**UM PROFISSIONAL
TEM OS DADOS DA
PLATAFORMA E DIZ...**

**QUE 78% DOS
UTILIZADORES
DE TIKTOK EM
PORTUGAL TÊM MAIS DE
25 ANOS**

ZOOM IN

SOCIAL MEDIA

COM IA

estratégias práticas para criar conteúdo com impacto

TIKTOK

Total	4548000
Homens	1605000
Mulheres	2943000
18-24	992000
Homens	372000
Mulheres	620000
25-34	1460000
Homens	537000
Mulheres	923000
35-44	906000
Homens	320000
Mulheres	587000
45-54	697000
Homens	231000
Mulheres	467000
(+55)	495000
Homens	148000
Mulheres	348000

NOVEMBER 2025							
FACEBOOK		INSTAGRAM		PINTEREST		LINKEDIN	
Total	5800000	Total	6700000	Total	3187000	Total	6100000
Homens	2800000	Homens	3100000	Homens	951000	Homens	2600000
Mulheres	3000000	Mulheres	3500000	Mulheres	2414000	Mulheres	3100000
18-24	306600	18-24	1200000	18-24	780000	18-24	1200000
Homens	152700	Homens	523300	Homens	247000	Homens	520000
Mulheres	154000	Mulheres	614400	Mulheres	570000	Mulheres	500000
25-34	1200000	25-34	2000000	25-34	1010000	25-34	2400000
Homens	618700	Homens	989500	Homens	298000	Homens	1200000
Mulheres	578700	Mulheres	997100	Mulheres	762000	Mulheres	1100000
35-44	1100000	35-44	1300000	35-44	540000	35-54	1300000
Homens	564600	Homens	595200	Homens	152000	Homens	630000
Mulheres	583200	Mulheres	670600	Mulheres	417000	Mulheres	560000
45-54	1200000	45-54	1200000	45-54	409000	(+55)	190000
Homens	580100	Homens	505700	Homens	116000	Homens	120000
Mulheres	665500	Mulheres	648000	Mulheres	319000	Mulheres	59000
(+55)	1800000	(+55)	1100000	(+55)	448000		
Homens	797000	Homens	452000	Homens	138000		
Mulheres	1000000	Mulheres	666800	Mulheres	346000		

NOVEMBER 2025				TWITTER / X	
SNAPCHAT		TODIT		Total	
		4000000		Total	1600000
				Homens	1100000
				Mulheres	554800
				18-24	452100
				Homens	262800
				Mulheres	188800
				21-34	962500
				Homens	618800
				Mulheres	342800
				35-49	354300
				Homens	275700
				Mulheres	78300
				25-49	980200
				Homens	696300
				Mulheres	283000
				(+50)	230400
				Homens	165400
				Mulheres	64700

UM AMADOR ACHA QUE O FACEBOOK JÁ NÃO FUNCIONA

UM **PROFISSIONAL**

UM PROFISSIONAL

APRESENTA OS DADOS DA PLATAFORMA

UM PROFISSIONAL

APRESENTA OS DADOS DA PLATAFORMA
EXPLICA ONDE OS UTILIZADORES ESTÃO

UM PROFISSIONAL

**APRESENTA OS DADOS DA PLATAFORMA
EXPLICA ONDE OS UTILIZADORES ESTÃO
MOSTRA OS RANKINGS DA PLATAFORMA**

UM PROFISSIONAL

APRESENTA OS DADOS DA PLATAFORMA

EXPLICA ONDE OS UTILIZADORES ESTÃO

MOSTRA OS RANKINGS DA PLATAFORMA

MOSTRA A MÉTRICA **TALK ABOUT** DA PLATAFORMA

ZOOM IN

WORKSHOP

SOCIAL MEDIA

COM IA

estratégias práticas para criar conteúdo com impacto

FACEBOOK

Total	5800000
Homens	2800000
Mulheres	3000000

NOVEMBER | 2025 | PORTUGAL

18-24	306600
Homens	152700
Mulheres	154000
25-34	1200000
Homens	618700
Mulheres	578700
35-44	1100000
Homens	564600
Mulheres	583200
45-54	1200000
Homens	580100
Mulheres	665500
(+55)	1800000
Homens	797000
Mulheres	1000000

AM	PINTEREST	LINKEDIN	TIKTOK	SNAPCHAT	REDDIT	TWITTER / X
6700000	Total 3187000	Total 6100000	Total 4548000	Total 870000	Total 4000000	Total 1600000
3100000	Homens 951000	Homens 2600000	Homens 1605000	Homens 345000		Homens 1100000
3500000	Mulheres 2414000	Mulheres 3100000	Mulheres 2943000	Mulheres 375000		Mulheres 554800
1200000	18-24 780000	18-24 1200000	18-24 992000	18-24 300000		18-24 452100
523300	Homens 247000	Homens 520000	Homens 372000	Homens 142500		Homens 262800
614400	Mulheres 570000	Mulheres 500000	Mulheres 620000	Mulheres 150000		Mulheres 188800
2000000	25-34 1010000	25-34 2400000	25-34 1460000	25-34 217500		21-34 962500
989500	Homens 298000	Homens 1200000	Homens 537000	Homens 120000		Homens 618800
997100	Mulheres 762000	Mulheres 1100000	Mulheres 923000	Mulheres 97500		Mulheres 342800
1300000	35-44 540000	35-54 1300000	35-44 906000	(+35) 157500		35-49 354300
595200	Homens 152000	Homens 630000	Homens 320000	Homens 60000		Homens 275700
670600	Mulheres 417000	Mulheres 560000	Mulheres 587000	Mulheres 105000		Mulheres 78300
1200000	45-54 409000	(+55) 190000	45-54 697000			25-49 980200
505700	Homens 116000	Homens 120000	Homens 231000			Homens 696300
648000	Mulheres 319000	Mulheres 590000	Mulheres 467000			Mulheres 283000
1100000	(+55) 448000		(+55) 495000			(+50) 230400
452000	Homens 138000		Homens 148000			Homens 165400
666800	Mulheres 346000		Mulheres 348000			Mulheres 64700

APRESENTA OS DADOS DA PLATAFORMA

EXPLICA ONDE OS UTILIZADORES ESTÃO

ZOOM IN

SOCIAL MEDIA

COM IA



Surf - Portugal

Privado · 4,3 mil membros · 2 publicações por dia

Aderir



Material de Surf

Público · 26 mil membros · Mais de 10 publicações por dia

34 amigos são membros

Aderir



Surf Market Lisbon

Público · 9,2 mil membros · Mais de 10 publicações por dia

6 amigos são membros

Aderir



Mães de Portugal

Público · 19 mil membros · 7 publicações por dia

5 amigos são membros

Aderir



Mães solteiras

Público · 8 mil membros · Mais de 70 publicações por dia

Aderir



Mães Solos

Público · 31 mil membros · Mais de 90 publicações por dia

Aderir



solteiras e divorciadas portuguesas

Privado · 93 mil membros · Mais de 90 publicações por dia

Aderir



VIVA O BENFICA!

Privado · 79 mil membros · Mais de 20 publicações por dia

Aderir



Benfica

Público · 88 mil membros · 40 publicações por dia

5 amigos são membros

Aderir



BENFICA GLORIOSO

Privado · 191 mil membros · Mais de 80 publicações por dia

Aderir



Concelho de Bombarral

Público · 917 membros · 3 publicações por dia

23 amigos são membros

Aderir



Despertar Bombarral

Público · 5,9 mil membros · Mais de 30 publicações por dia

196 amigos são membros

Aderir



Notícias do bombarral

Público · 2 mil membros · Mais de 10 publicações por dia

22 amigos são membros

Aderir



Comércio do Bombarral

Público · 4,8 mil membros · Mais de 50 publicações por dia

43 amigos são membros

Aderir



Bombarral e arredores

Privado · 2,7 mil membros · Mais de 10 publicações por dia

Aderir

EXPLICA ONDE OS UTILIZADORES ESTÃO

ZOOM IN

SOCIAL MEDIA

COM IA



Surf - Portugal

Privado · 4,3 mil membros · 2 publicações por dia

Aderir



Material de Surf

Público · 26 mil membros · Mais de 10 publicações por dia

34 amigos são membros

Aderir



Surf Market Lisbon

Público · 9,2 mil membros · Mais de 10 publicações por dia

6 amigos são membros

Aderir



Mães de Portugal

Público · 19 mil membros · 7 publicações por dia

5 amigos são membros

Aderir



Mães solteiras

Público · 8 mil membros · Mais de 70 publicações por dia

Aderir



Mães Solos

Público · 31 mil membros · Mais de 90 publicações por dia

Aderir



solteiras e divorciadas portuguesas

Privado · 93 mil membros · Mais de 90 publicações por dia

Aderir



VIVA O BENFICA!

Privado · 79 mil membros · Mais de 20 publicações por dia

Aderir



Benfica

Público · 88 mil membros · 40 publicações por dia

5 amigos são membros

Aderir



BENFICA GLORIOSO

Privado · 191 mil membros · Mais de 80 publicações por dia

Aderir



Concelho de Bombarral

Público · 917 membros · 3 publicações por dia

23 amigos são membros

Aderir



Despertar Bombarral

Público · 5,9 mil membros · Mais de 30 publicações por dia

196 amigos são membros

Aderir



Notícias do bombarral

Público · 2 mil membros · Mais de 10 publicações por dia

22 amigos são membros

Aderir



Comércio do Bombarral

Público · 4,8 mil membros · Mais de 50 publicações por dia

43 amigos são membros

Aderir



Bombarral e arredores

Privado · 2,7 mil membros · Mais de 10 publicações por dia

Aderir

PORTUGAL | ALL

Páginas principais ⓘ

Continente em Empresa de retalho

24,4%

Rádio Comercial em Empresa de radiodifusão e produção audiovisual

21,5%

Cifras em Artes e entretenimento

19,5%

RFM em Empresa de radiodifusão e produção audiovisual

18,7%

Cristina Ferreira em Figura pública

18%

Cristiano Ronaldo em Atleta

17,7%

Sport Lisboa e Benfica em Equipa desportiva

16,6%

Lidl Portugal em Empresa de retalho

15,8%

TVI em Rede de televisão

15,5%

Manuel Luís Goucha - TVI em Figura pública

14%

MOSTRA OS RANKINGS DA PLATAFORMA

PORTUGAL | ALL

MOSTRA A MÉTRICA TALK ABOUT DA PLATAFORMA

“Pessoas a intergir com a marca no dia de hoje.”



Continente @continenteoficial

Likes	Talking About
2,170,931	46,043



Rádio Comercial @RadioComercial

Likes	Talking About
2,499,453	78,315



Cifras @sitecifras

Likes	Talking About
42,942,911	1,642,625



RFM @rfmoficial

Likes	Talking About
2,192,841	100,983



Cristina Ferreira @cristinaferreiratv

Likes	Talking About
1,959,938	42,399



Cristiano Ronaldo @Cristiano

Likes	Talking About
171,183,629	2,909,982



Sport Lisboa e Benfica @SLBenfica

Likes	Talking About
4,122,228	128,267



Lidl Portugal @lidlportugal

Likes	Talking About
1,265,005	35,467



TVI @TviOficial

Likes	Talking About
2,971,151	745,086



Correio da Manhã @cmjornal

Likes	Talking About
1,736,957	203,933

BOMBARRAL | ALL

Páginas principais ⓘ

Município Bombarral em Câmara Municipal

39,9%

Bombeiros Voluntários do Bombarral em Posto de bombeiros

32%

Continente em Empresa de retalho

28,1%

Rádio Comercial em Empresa de radiodifusão e produção audiovisual

25,3%

Forno do avô Bombarral em Restaurante português

24,1%

SCEBombarralense em Clube desportivo

23%

JORNAL das CALDAS em Empresa de comunicação e notícias

22,1%

Cifras em Artes e entretenimento

22%

Sport Lisboa e Benfica em Equipa desportiva

20,8%

Cristina Ferreira em Figura pública

20%

MOSTRA OS RANKINGS DA PLATAFORMA

BOMBARRAL | ALL

MOSTRA A MÉTRICA TALK ABOUT DA PLATAFORMA

“Pessoas a intergir com a marca no dia de hoje.”



Município Bombarral @municipiodo.bombarral

Likes	Talking About
19,820	1,387



Bombeiros Voluntários do Bombarral @bvbombarral

Likes	Talking About
12,670	778



SCEBombarralense @sceb.bombarralense

Likes	Talking About
7,411	1,899



JORNAL das CALDAS @JornaldasCaldasPT

Likes	Talking About
101,274	9,325



UM AMADOR NÃO ACHA NADA SOBRE O REDDIT

UM PROFISSIONAL TEM OS DADOS DA PLATAFORMA E MOSTRA O QUE É O REDDIT

ZOOM IN

WORKSHOP

SOCIAL MEDIA

COM IA

estratégias práticas para criar
conteúdo com impacto

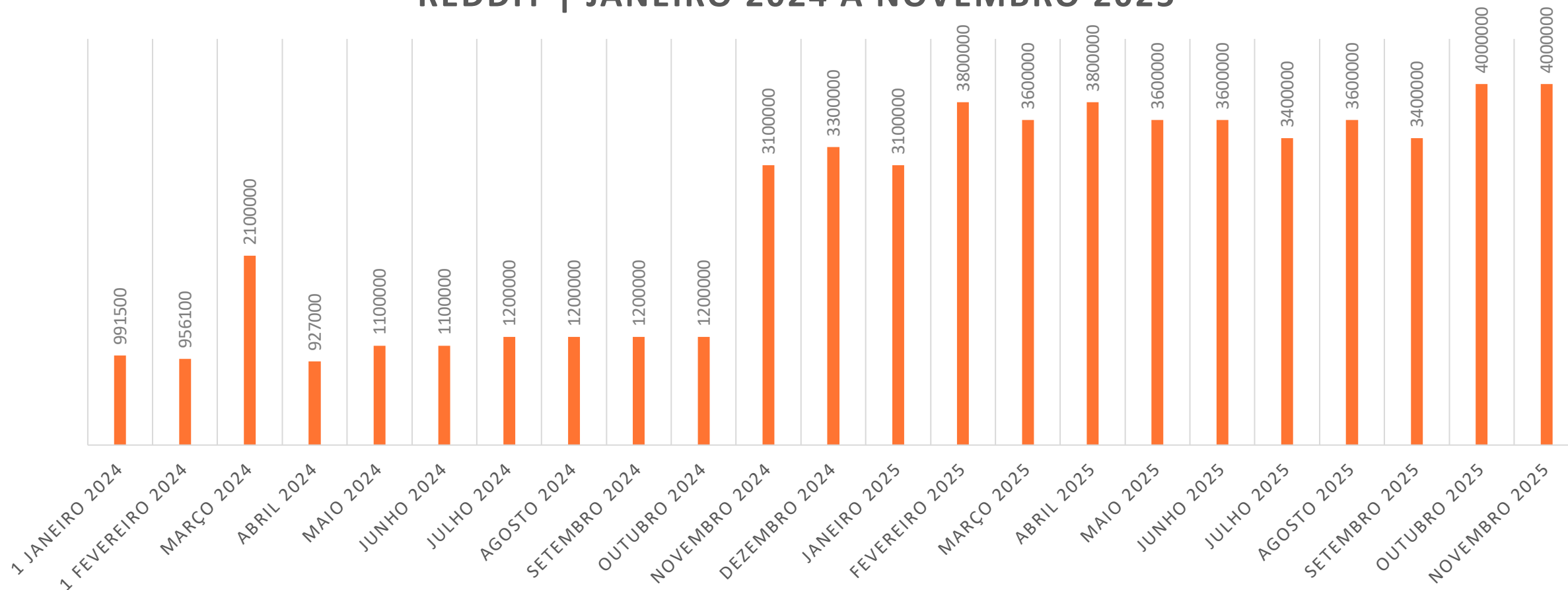
NOVEMBER | 2025 | PORTUGAL



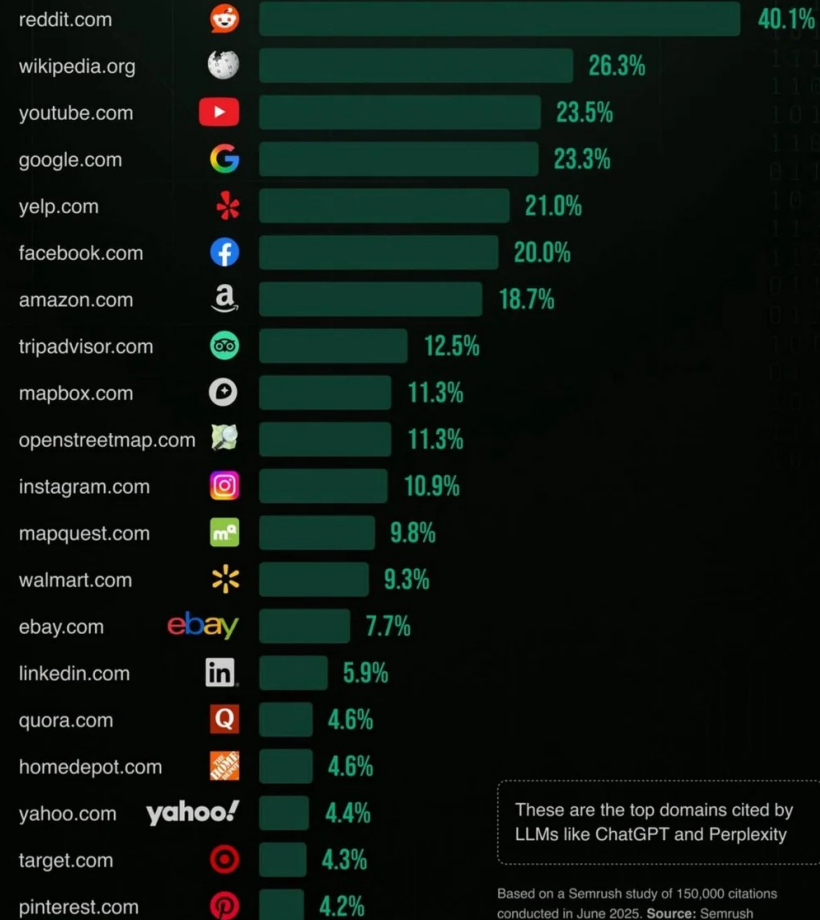
FACEBOOK		INSTAGRAM		PINTEREST		LINKEDIN		TIKTOK		SNAPCHAT		REDDIT		/ X	
Total	5800000	Total	6700000	Total	3187000	Total	6100000	Total	4548000	Total	870000	Total	4000000	Total	1600000
Homens	2800000	Homens	3100000	Homens	951000	Homens	2600000	Homens	1605000	Homens	345000			Homens	1100000
Mulheres	3000000	Mulheres	3500000	Mulheres	2414000	Mulheres	3100000	Mulheres	2943000	Mulheres	375000			Mulheres	554800
18-24	306600	18-24	1200000	18-24	780000	18-24	1200000	18-24	992000	18-24	300000			18-24	452100
Homens	152700	Homens	523300	Homens	247000	Homens	520000	Homens	372000	Homens	142500			Homens	262800
Mulheres	154000	Mulheres	614400	Mulheres	570000	Mulheres	500000	Mulheres	620000	Mulheres	150000			Mulheres	188800
25-34	1200000	25-34	2000000	25-34	1010000	25-34	2400000	25-34	1460000	25-34	217500			21-34	962500
Homens	618700	Homens	989500	Homens	298000	Homens	1200000	Homens	537000	Homens	120000			Homens	618800
Mulheres	578700	Mulheres	997100	Mulheres	762000	Mulheres	1100000	Mulheres	923000	Mulheres	97500			Mulheres	342800
35-44	1100000	35-44	1300000	35-44	540000	35-54	1300000	35-44	906000	(+35)	157500			35-49	354300
Homens	564600	Homens	595200	Homens	152000	Homens	630000	Homens	320000	Homens	60000			Homens	275700
Mulheres	583200	Mulheres	670600	Mulheres	417000	Mulheres	560000	Mulheres	587000	Mulheres	105000			Mulheres	78300
45-54	1200000	45-54	1200000	45-54	409000	(+55)	190000	45-54	697000					25-49	980200
Homens	580100	Homens	505700	Homens	116000	Homens	120000	Homens	231000					Homens	696300
Mulheres	665500	Mulheres	648000	Mulheres	319000	Mulheres	59000	Mulheres	467000					Mulheres	283000
(+55)	1800000	(+55)	1100000	(+55)	448000			(+55)	495000					(+50)	230400
Homens	797000	Homens	452000	Homens	138000			Homens	148000					Homens	165400
Mulheres	1000000	Mulheres	666800	Mulheres	346000			Mulheres	348000					Mulheres	64700

APRESENTA OS DADOS DA PLATAFORMA

REDDIT | JANEIRO 2024 A NOVEMBRO 2025

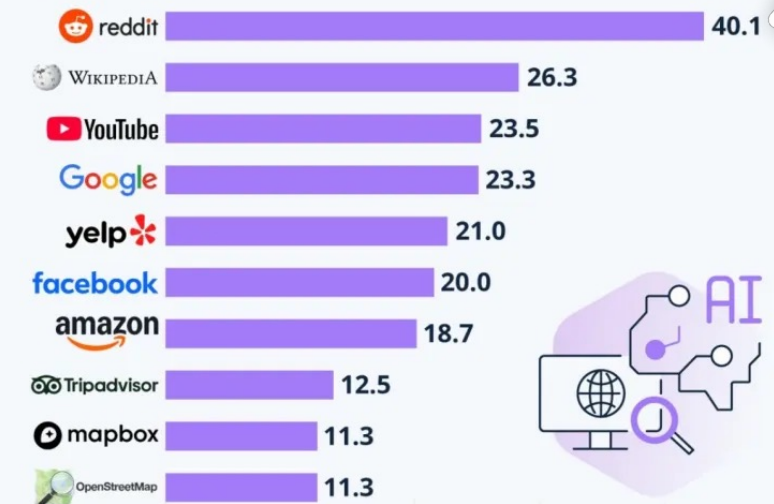


WHERE AI GETS ITS FACTS



Where AI Gets Its Info: Top Sources 2025

Top 10 web domains cited by large language models (LLMs) in June 2025* (in %)



* Google's AI Mode, AI overviews, ChatGPT and Perplexity
Based on 150 thousand citations from 5,000 randomly selected keywords from Semrush database.
Source: Semrush



statista

UM AMADOR DIZ QUE O LINKEDIN É SÓ PARA BUSINESS

UM **PROFISSIONAL**

UM **PROFISSIONAL** SABE QUE É A NÚMERO 2 DO PAÍS

UM PROFISSIONAL
SABE QUE É A NÚMERO 2 DO PAÍS
A NÚMERO 1 EM 18 | 24

UM **PROFISSIONAL**

SABE QUE É A NÚMERO 2 DO PAÍS
A NÚMERO 1 EM 18 | 24
E DEMONSTRA

ZOOM IN

WORKSHOP

SOCIAL MEDIA

COM IA

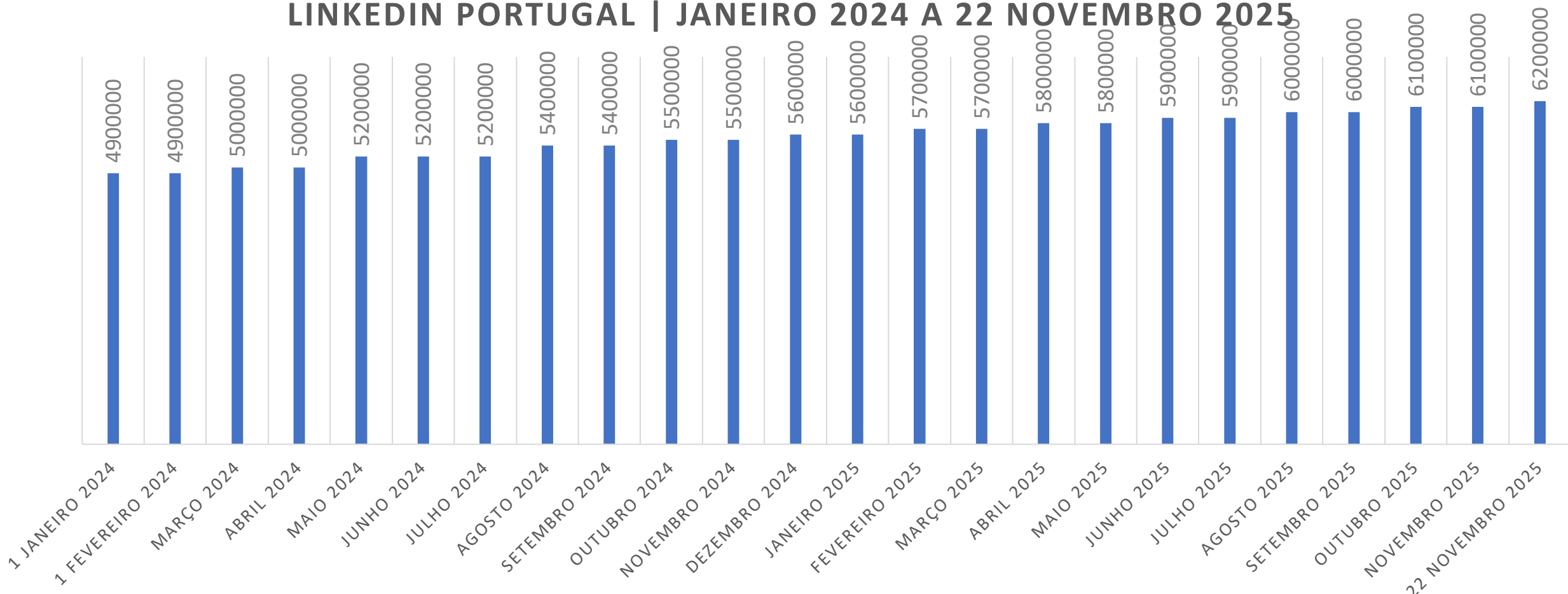
estratégias práticas para criar
conteúdo com impacto

NOVEMBER | 2025 | P

FACEBOOK		INSTAGRAM		PINTEREST		LINKEDIN		TIKTOK		SNAPCHAT		REDDIT		TWITTER / X	
Total	5800000	Total	6700000	Total	3187000	Total	6100000	Total	4548000	Total	870000	Total	4000000	Total	1600000
Homens	2800000	Homens	3100000	Homens	951000	Homens	2600000	Homens	1605000	Homens	345000			Homens	1100000
Mulheres	3000000	Mulheres	3500000	Mulheres	2414000	Mulheres	3100000	Mulheres	2943000	Mulheres	375000			Mulheres	554800
18-24	306600	18-24	1200000	18-24	780000	18-24	1200000	18-24	992000	18-24	300000			18-24	452100
Homens	152700	Homens	523300	Homens	247000	Homens	520000	Homens	372000	Homens	142500			Homens	262800
Mulheres	154000	Mulheres	614400	Mulheres	570000	Mulheres	500000	Mulheres	620000	Mulheres	150000			Mulheres	188800
25-34	1200000	25-34	2000000	25-34	1010000	25-34	2400000	25-34	1460000	25-34	217500			21-34	962500
Homens	618700	Homens	989500	Homens	298000	Homens	1200000	Homens	537000	Homens	120000			Homens	618800
Mulheres	578700	Mulheres	997100	Mulheres	762000	Mulheres	1100000	Mulheres	923000	Mulheres	97500			Mulheres	342800
35-44	1100000	35-44	1300000	35-44	540000	35-54	1300000	35-44	906000	(+35)	157500			35-49	354300
Homens	564600	Homens	595200	Homens	152000	Homens	630000	Homens	320000	Homens	60000			Homens	275700
Mulheres	583200	Mulheres	670600	Mulheres	417000	Mulheres	560000	Mulheres	587000	Mulheres	105000			Mulheres	78300
45-54	1200000	45-54	1200000	45-54	409000	(+55)	190000	45-54	697000					25-49	980200
Homens	580100	Homens	505700	Homens	116000	Homens	120000	Homens	231000					Homens	696300
Mulheres	665500	Mulheres	648000	Mulheres	319000	Mulheres	59000	Mulheres	467000					Mulheres	283000
(+55)	1800000	(+55)	1100000	(+55)	448000			(+55)	495000					(+50)	230400
Homens	797000	Homens	452000	Homens	138000			Homens	148000					Homens	165400
Mulheres	1000000	Mulheres	666800	Mulheres	346000			Mulheres	348000					Mulheres	64700

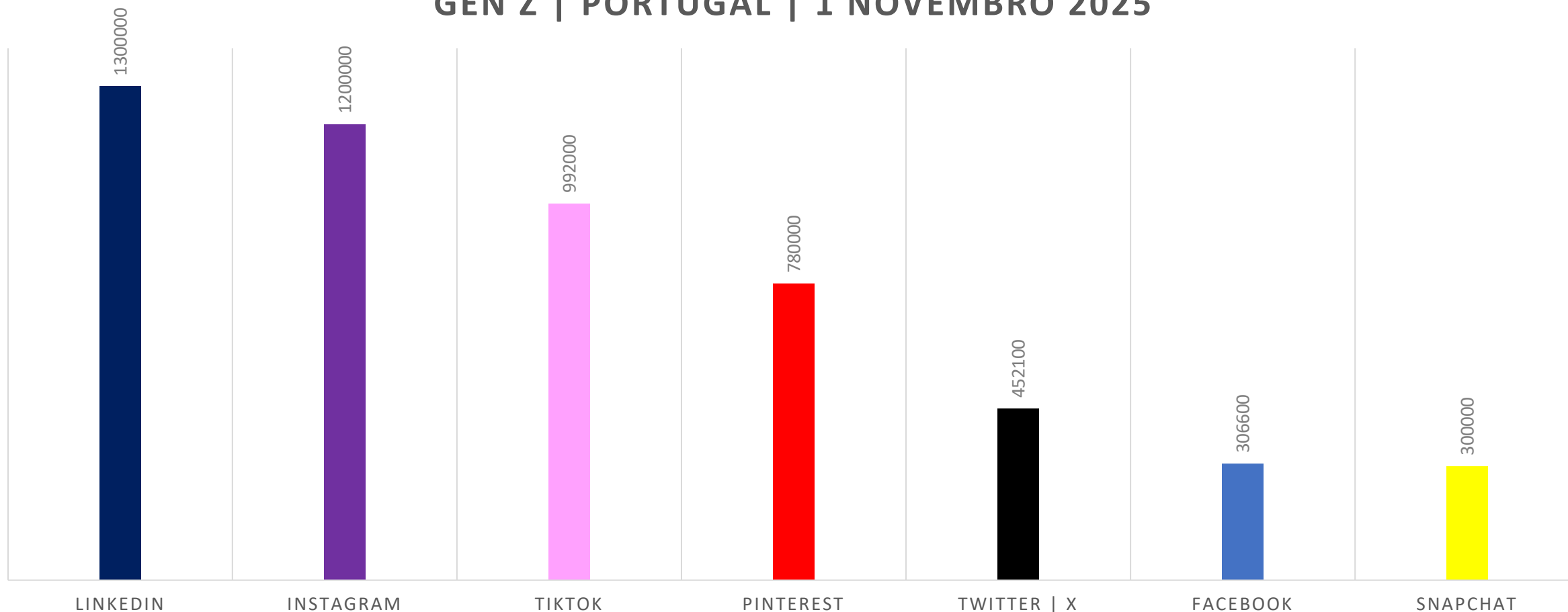
SABE QUE É A NÚMERO 2 DO PAÍS
A NÚMERO 1 EM 18 | 24

LINKEDIN PORTUGAL | JANEIRO 2024 A 22 NOVEMBRO 2025



SABE QUE É A NÚMERO 2 DO PAÍS
A NÚMERO 1 EM 18 | 24

GEN Z | PORTUGAL | 1 NOVEMBRO 2025



SABE QUE É A NÚMERO 2 DO PAÍS
A NÚMERO 1 EM 18 | 24

ZOOM IN

WORKSHOP

SOCIAL MEDIA

COM IA

estratégias práticas para criar
conteúdo com impacto

Look forward,
learn faster. →

Lisbon
Digital
School®

Lisbon
Digital
School®

Lisbon Digital School

Look Forward, Learn Faster | Especialistas no ensino de Marketing Digital e Inovação
Advertising Services · Lisboa · 22K followers · 1K alumni



Débora & 45 other connections work here

Message

✓ Following



Home

About

Posts

Jobs

Alumni

Insights

1,453 alumni

Search alumni by title, keyword or company

+ Add

What they do

500 | Marketing

257 | Media and Communication

169 | Business Development

147 | Sales

126 | Operations

What they are skilled at

652 | Digital Marketing

640 | Marketing

579 | Social Media

578 | Communication

558 | Marketing Strategy

SABE QUE É A NÚMERO 2 DO PAÍS
A NÚMERO 1 EM 18 | 24

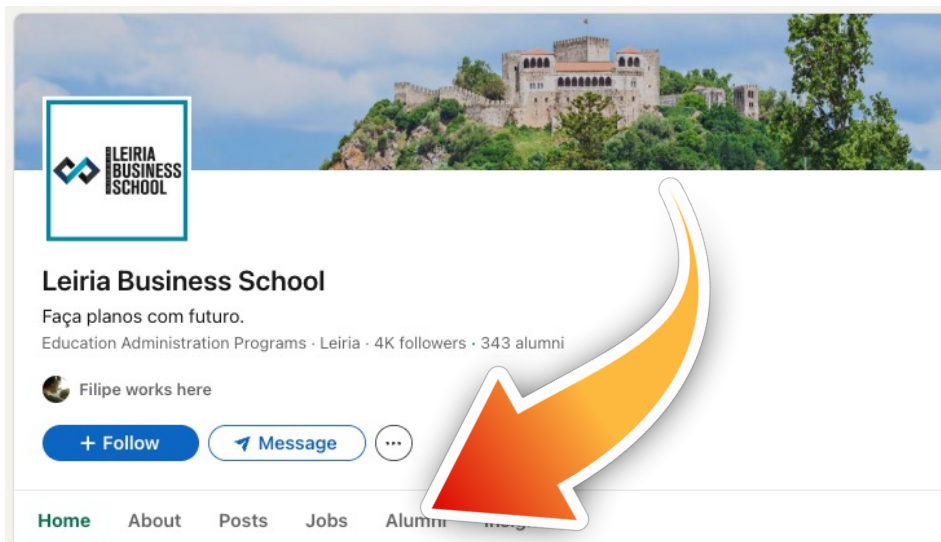
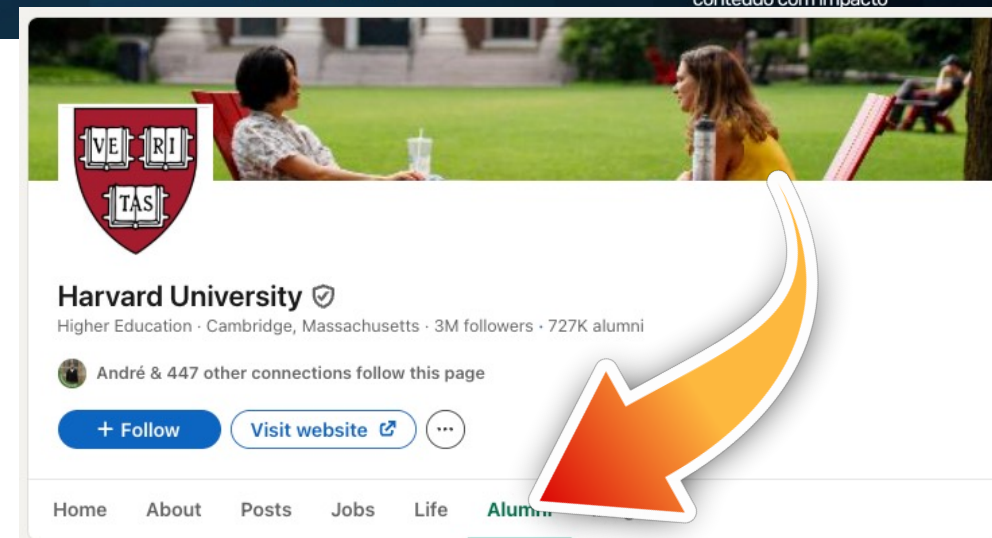
ZOOM IN

WORKSHOP

SOCIAL MEDIA

COM IA

estratégias práticas para criar
conteúdo com impacto



UM AMADOR ACHA

UM PROFISSIONAL DEMONSTRA

O MARKETING DIGITAL

PRISENCOLINENSINAINCIUSOL



ADRIANO CELENTANO (ITALIANO)

**EM 1973,
DECIDIU ESCREVER UMA
MÚSICA, QUE PARECIA
INGLÊS, MAS NÃO ERA.**

**NOS ANOS 70...
AS MÚSICAS AMERICANAS
ESTAVAM NO TOP EM ITÁLIA.
ARTISTAS ITALIANOS,
NÃO TRIUNFAVAM.**



ADRIANO CELENTANO DECIDIU TESTAR.

ESCREVEU A...

PRISENCOLINENSINAINCIUSOL

**UMA MÚSICA INGLESA,
ROCK AND ROLL,
COM UM TOQUE AMERICANO,
MAS QUE NÃO ERA NADA.**

Prisencolinensinainciusol
In de col men seivuan
prisencolinensinainciusol ol rait
Uis de seim cius men
op de seim ol uat men
in de colobos dai
Trr...
Ciak is e maind beghin de col
bebi stei ye push yo oh
Uis de seim cius men
in de colobos dai

Not is de seim laikiu
de promisdin iu nau
in trabol lovgiai ciu gen
in do camo not cius no bai
for lov so op op giast
cam lau ue cam lov ai
Oping tu stei laik cius
go mo men
iu bicos tue men cold
dobrei gorls
Oh sandei...



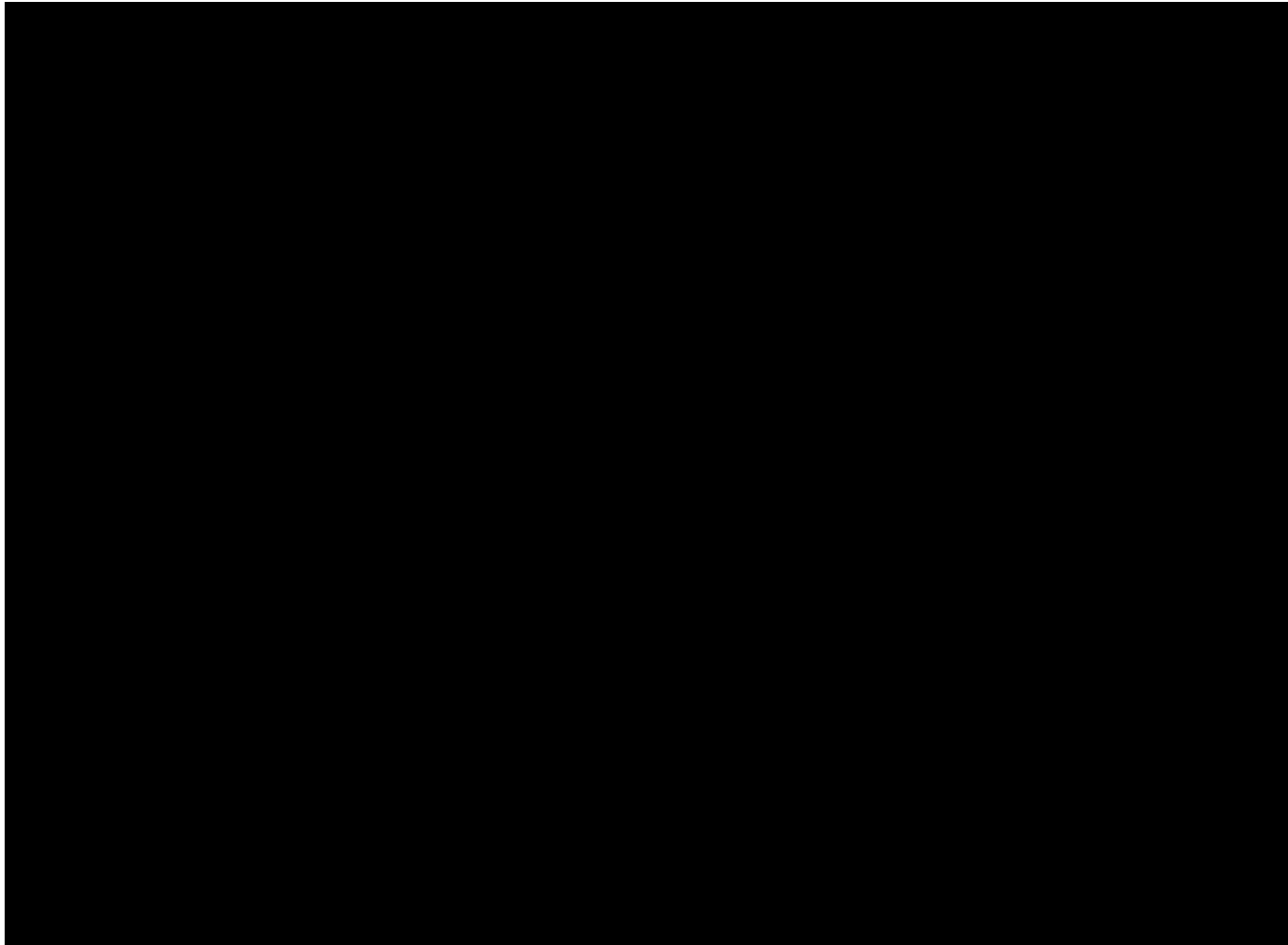
ZOOM IN

WORKSHOP

SOCIAL MEDIA

COM IA

estratégias práticas para criar
conteúdo com impacto



**CHEGOU AO
PRIMEIRO LUGAR**

**FICOU TÃO FAMOSA,
QUE, DE VEZ ENQUANDO,
VIRALIZA, SÓ PORQUE SIM.**

APARECEU NUM EPISÓDIO DA SÉRIE NETFLIX FARGO...

**E FIZERAM NOVAS
VERSÕES!**

MARKETING DIGITAL É UM PRISME

**TODA A GENTE DANÇA...
A MELODIA É BOA!
MAS NINGUÉM SABE O QUE ESTÁ A CANTAR.
INVENTAM-SE UMAS PALAVRAS.
E COM SORTE, TORNA-SE UM SUCESSO.**

SÓ HÁ UMA PALAVRA VERDADEIRA NA MÚSICA PRISENCOLINENSINAINCIUSOL

“ALRIGHT!”

**NA NOSSA ÁREA...
TUDO É "ALRIGHT"**

COMO PROFISSIONALIZAMOS AS REDES SOCIAIS?

COM ESTRATÉGIA COM FOCO COM DADOS COM MÉTODO

COM UMA DIRECÇÃO

QUAL?

ESTAMOS PRATICAMENTE EM 2026...

DEPOIS DE TANTOS ANOS A OLHAR PARA AS REDES SOCIAIS...

**É A ALTURA DE
REALMENTE RETIRAR
ALGO CONCRETO**

PRINCIPALMENTE NEGÓCIO

**OU TENTAR,
PORQUE PODE NÃO
SER PARA
A MINHA MARCA**

**MAS TEMOS
DE TENTAR,
PARA CONCLUIR**

TESTAR APRENDER CONCLUIR

2025
2026

TIKTOKTIZAÇÃO

O QUE SIGNIFICA ISTO?

AS REDES SOCIAIS VÃO NESTE CAMINHO

PORQUE É O CERTO

**SE O CONTEÚDO
É BOM,
VAI ANDAR NOS FEED'S**

NÃO INTERESSA O NÚMERO DE FÃS...

**SÓ INTERESSA,
SE INTERESSA!**

**JÁ NÃO É SOCIAL MEDIA
É INTEREST MEDIA**



ZOOM IN

WORKSHOP

SOCIAL MEDIA

COM IA

estratégias práticas para criar
conteúdo com impacto



**ANTIGAMENTE,
ERA POSSÍVEL FAZER UM
RANKING DE 10 MOMENTOS
MAIS VIRAIS DO ANO!**

**HOJE,
NEM POR SEMANA DÁ**

**EU VEJO UNS,
VOCÊS OUTROS,
E POR AÍ FORA!**

O CONSUMO É GLOBAL!

O INTERESSE É GLOBAL

ENTÃO COMO SE GANHA ESTE JOGO EM 2026?

INTEREST MEDIA

INTEREST MEDIA

**SÓ INTERESSA
SE INTERESSA!**

**BASICAMENTE,
PRECISAMOS DE CADÊNCIA
E ESPERAR SE INTERESSOU.**

É AQUI QUE ENTRA O MÉTODO 90/3

O QUE É O MÉTODO 90/3?

**BASICAMENTE,
CADÊNCIA MÁXIMA.
SE INTERESSOU,
INVESTIMOS OU
REPLICAMOS**

MÉTODO 90/3

90 POSTS

3 MESES

SEM PARAR

MÉTODO 90/3

**PASSADOS 3 MESES,
VEMOS OS DADOS
E PERCEBEMOS.**

MÉTODO 90/3 QUE CONTEÚDOS RESULTAM, E EM QUE REDE.

MÉTODO 90/3

QUAIS FICAM, QUAIS DESAPARECEM

**DEPOIS DE 3 MESES
A APRENDER,
CAPITALIZAMOS.**

COMO SE APLICA?

OLHAMOS PARA AS REDES ONDE ESTÁ O NOSSO TARGET

ZOOM IN

WORKSHOP

SOCIAL MEDIA

COM IA

estratégias práticas para criar
conteúdo com impacto

NOVEMBER | 2025 | PORTUGAL

FACEBOOK		INSTAGRAM		PINTEREST		LINKEDIN		TIKTOK		SNAPCHAT		REDDIT		TWITTER / X	
Total	5800000	Total	6700000	Total	3187000	Total	6100000	Total	4548000	Total	870000	Total	4000000	Total	1600000
Homens	2800000	Homens	3100000	Homens	951000	Homens	2600000	Homens	1605000	Homens	345000			Homens	1100000
Mulheres	3000000	Mulheres	3500000	Mulheres	2414000	Mulheres	3100000	Mulheres	2943000	Mulheres	375000			Mulheres	554800
18-24	306600	18-24	1200000	18-24	780000	18-24	1200000	18-24	992000	18-24	300000			18-24	452100
Homens	152700	Homens	523300	Homens	247000	Homens	520000	Homens	372000	Homens	142500			Homens	262800
Mulheres	154000	Mulheres	614400	Mulheres	570000	Mulheres	500000	Mulheres	620000	Mulheres	150000			Mulheres	188800
25-34	1200000	25-34	2000000	25-34	1010000	25-34	2400000	25-34	1460000	25-34	217500			21-34	962500
Homens	618700	Homens	989500	Homens	298000	Homens	1200000	Homens	537000	Homens	120000			Homens	618800
Mulheres	578700	Mulheres	997100	Mulheres	762000	Mulheres	1100000	Mulheres	923000	Mulheres	97500			Mulheres	342800
35-44	1100000	35-44	1300000	35-44	540000	35-54	1300000	35-44	906000	(+35)	157500			35-49	354300
Homens	564600	Homens	595200	Homens	152000	Homens	630000	Homens	320000	Homens	60000			Homens	275700
Mulheres	583200	Mulheres	670600	Mulheres	417000	Mulheres	560000	Mulheres	587000	Mulheres	105000			Mulheres	78300
45-54	1200000	45-54	1200000	45-54	409000	(+55)	190000	45-54	697000					25-49	980200
Homens	580100	Homens	505700	Homens	116000	Homens	120000	Homens	231000					Homens	696300
Mulheres	665500	Mulheres	648000	Mulheres	319000	Mulheres	59000	Mulheres	467000					Mulheres	283000
(+55)	1800000	(+55)	1100000	(+55)	448000			(+55)	495000					(+50)	230400
Homens	797000	Homens	452000	Homens	138000			Homens	148000					Homens	165400
Mulheres	1000000	Mulheres	666800	Mulheres	346000			Mulheres	348000					Mulheres	64700

FACEBOOK INSTAGRAM LINKEDIN

CRIAMOS 90 PEÇAS DE CONTEÚDOS

ZOOM IN

SOCIAL MEDIA

COM IA

para criar
impacto

9 TEMAS VEZES 10
DIRETAMENTE LIGADOS
AO NOSSO PRODUTO
E EMPRESA
E INTEMPORAIS

DIVIDIMOS OS 90 TEMAS PELOS 90 DIAS

DISPARAMOS 1 POR DIA PARA TODAS AS REDES

SIM, O MESMO POST EM TODAS AS REDES

SEM INVESTIR TUDO ORGÂNICO

E ESPERAMOS

NO FINAL DOS 3 MESES...

TEMOS AS CONCLUSÕES

QUAIS RESULTAM POR PLATAFORMA

QUAIS NÃO RESULTAM

QUAIS INTERESSARAM MUITO

QUAIS NEM CARNE NEM PEIXE

CONTEÚDOS INTEMPORAIS?

SIM!
PARA NUNCA HAVER
DESPERDÍCIO.

DESPERDÍCIO?

A PARTIR DE JULHO 2025...

SOCIAL SEARCH

SOCIAL SEO

SOCIAL INDEXED



Search



onde dormir em



Q onde dormir em paris



Q onde dormir em madrid



Q onde dormir em londres



Q onde dormir em madrid bar...



Q onde dormir em milao



Q onde dormir em roma



Q onde dormir em sevilha



Q onde dormir em lisboa

View all results for "onde dormir e...



Search



o que comer em



Q o que comer em londres



Q o que comer em paris



Q O que comer em lisboa



Q o que comer em roma



Q O que comer em madrid



Q O que comer em berlim



Q o que comer em barcelona



Q o que comer em varsovia

View all results for "o que comer e...



Search



o que comer em évora



onde comer em évora



o que fazer em évora



comer em évora



sítios para comer em évora



o que comer em dieta



o que comer em jejum



oque comer de sobremesa



oque comer em dia

View all results for "o que comer e...



Search



o que visitar em évora



o que visitar em évora



o que visitar em portugal p...



o que visitar em evora port...



o que visitar évora e arredo...



évora sitios a visitar de casal



évora sitios a visitar ocean...



sítios em évora para visitar



sítios para visitar a noite e...

View all results for "o que visitar e...



Controlar as preferências de visibilidade dos teus conteúdos

Olá,

Estamos a entrar em contacto contigo para que saibas que a partir de 10 de julho de 2025 os motores de busca, como o Google e o Microsoft Bing, vão poder mostrar automaticamente todas as fotos e os vídeos públicos da tua conta profissional nas páginas de resultados de pesquisa. Isto vai ajudar mais pessoas a descobrirem os teus conteúdos fora do Instagram.

Se não quiseses que os teus conteúdos públicos apareçam nos resultados dos motores de busca, podes facilmente desativar essa opção nas Definições de Privacidade da Conta.

[Saber mais](#)

A Equipa do Instagram



© Instagram. Meta Platforms Ireland Limited, Merrion Road, Dublin 4, D04
X2K5, Irlanda

SOCIAL SEO

Google passou a indexar todos os posts do Instagram.

Patrocinado



Lisbon Digital School

<https://www.lisbondigitalschool.com>

Formação online | Lisbon Digital School

Oferecemos formação em marketing digital e inovação. Somos especialistas em formação de marketing digital. Cursos de curta duração.

Cursos Curta Duração



Cursos marketing digital



Cursos Google Ads



Patrocinado



Nova Digital

<https://www.novadigital.pt> > cursos > intro_digital

Curso de Introdução Digital | 100% Financiado pelo IEFP

Formação Online elegível para o Cheque-Formação + Digital e pagamento até 12x sem juros

Patrocinado



Escola Marketing Digital®

<https://www.escolamarketingdigital.pt>

Escola Marketing Digital | Cursos Práticos e Atuais

Se Procuras Cursos e Formações Focados em Resultados, Este é o Sítio Ideal. Não Percas.

ZOOM IN WORKSHOP

SOCIAL MEDIA

COM IA

estratégias práticas para criar
conteúdo com impacto

Patrocinado



Lisbon Digital School

<https://www.lisbondigitalschool.com>

Formação online | Lisbon Digital School

Oferecemos formação em marketing digital e inovação. Somos especialistas em formação de marketing digital. Cursos de curta duração.

Cursos Curta Duração



Cursos marketing digital



Cursos Google Ads



Patrocinado



Nova Digital

<https://www.novadigital.pt> > cursos > intro_digital

Curso de Introdução Digital | 100% Financiado pelo IEFP

Formação Online elegível para o Cheque-Formação + Digital e pagamento até 12x sem juros

Patrocinado



Escola Marketing Digital®

<https://www.escolamarketingdigital.pt>

Escola Marketing Digital | Cursos Práticos e Atuais

Se Procuras Cursos e Formações Focados em Resultados, Este é o Sítio Ideal. Não Percas.



Instagram · lisbondigitalschool

Mais de 11,3 mil seguidores

Lisbon Digital School (@lisbondigitalschool) · Oeiras

Cursos inovadores, únicos e desenhados para te dar as ferramentas que vão fazer a diferença no teu percurso profissional. Descobre as novidades da rentrée e ...

Videos



A oferta formativa da Lisbon Digital School está mais ...

Facebook · Lisbon Digital School

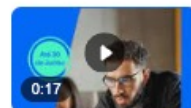
17/12/2024



A formação digital não tem fronteiras! Na Lisbon Digital ...

Facebook · Lisbon Digital School

23/05/2025



Queres impulsionar-te no Marketing Digital? Os nossos ...

Facebook · Lisbon Digital School

08/05/2025

Ver tudo



Facebook · Lisbon Digital School

Mais de 10 mil seguidores

Lisbon Digital School | Oeiras

Cursos inovadores, únicos e desenhados para te dar as ferramentas que vão fazer a diferença no teu percurso profissional. Descobre as novidades da rentrée e ...



LinkedIn · Lisbon Digital School

Mais de 21,8 mil seguidores

Lisbon Digital School Funcionários, localidade, ex-alunos

Contamos com diferentes soluções na oferta formativa: - Cursos intensivos de curta duração: Qualquer tema nas áreas do Marketing Digital e Inovação são ...

REDDIT: 40%

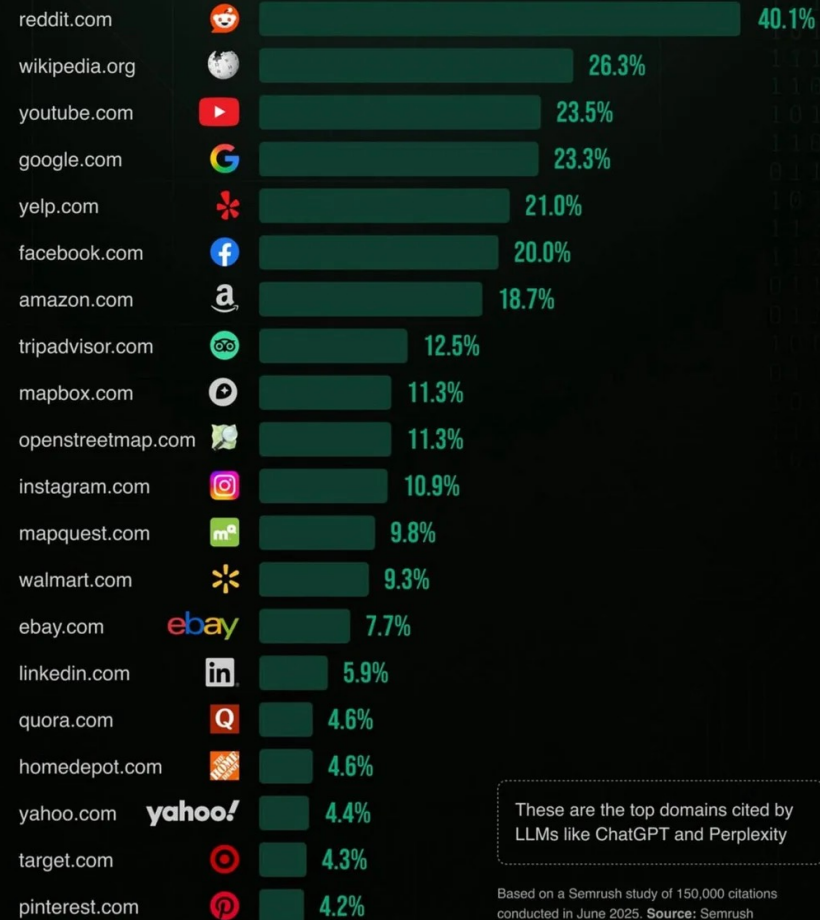
YOUTUBE: 23,5%

FACEBOOK: 20%

INSTAGRAM: 10,9%

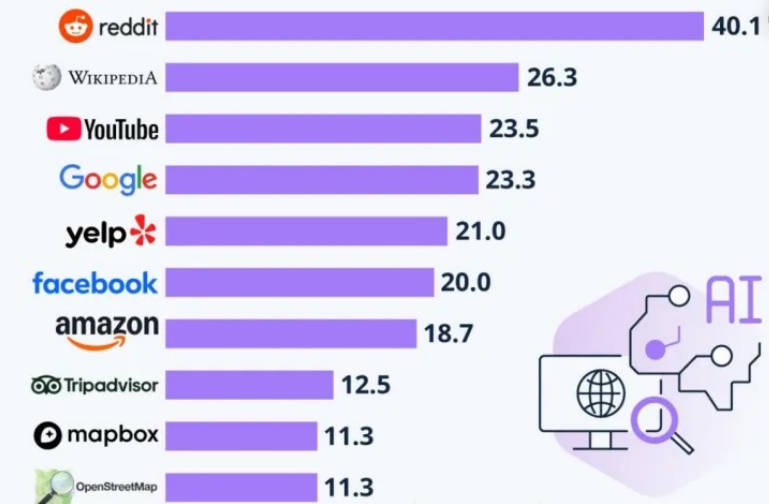
PINTEREST: 4,2

WHERE AI GETS ITS FACTS



Where AI Gets Its Info: Top Sources 2025

Top 10 web domains cited by large language models (LLMs) in June 2025* (in %)

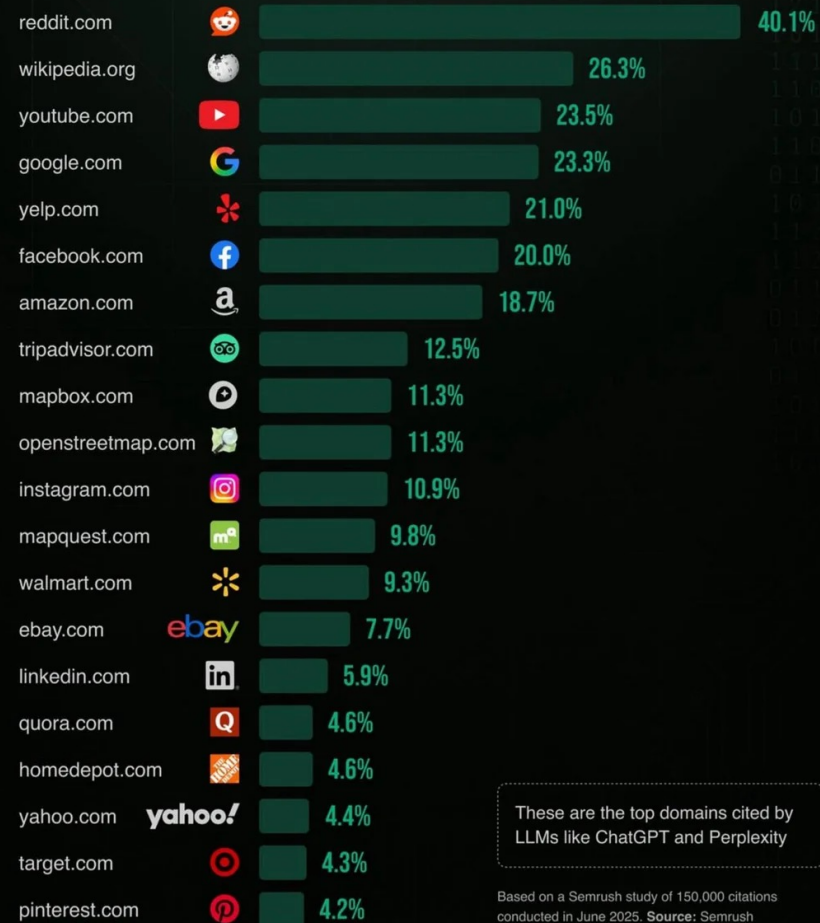


* Google's AI Mode, AI overviews, ChatGPT and Perplexity
Based on 150 thousand citations from 5,000 randomly selected keywords from Semrush database.
Source: Semrush



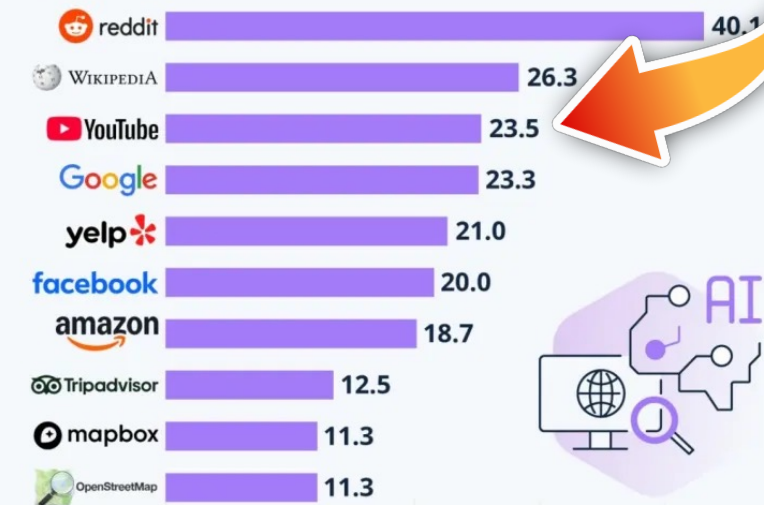
statista

WHERE AI GETS ITS FACTS



Where AI Gets Its Info: Top Sources 2025

Top 10 web domains cited by large language models (LLMs) in June 2025* (in %)

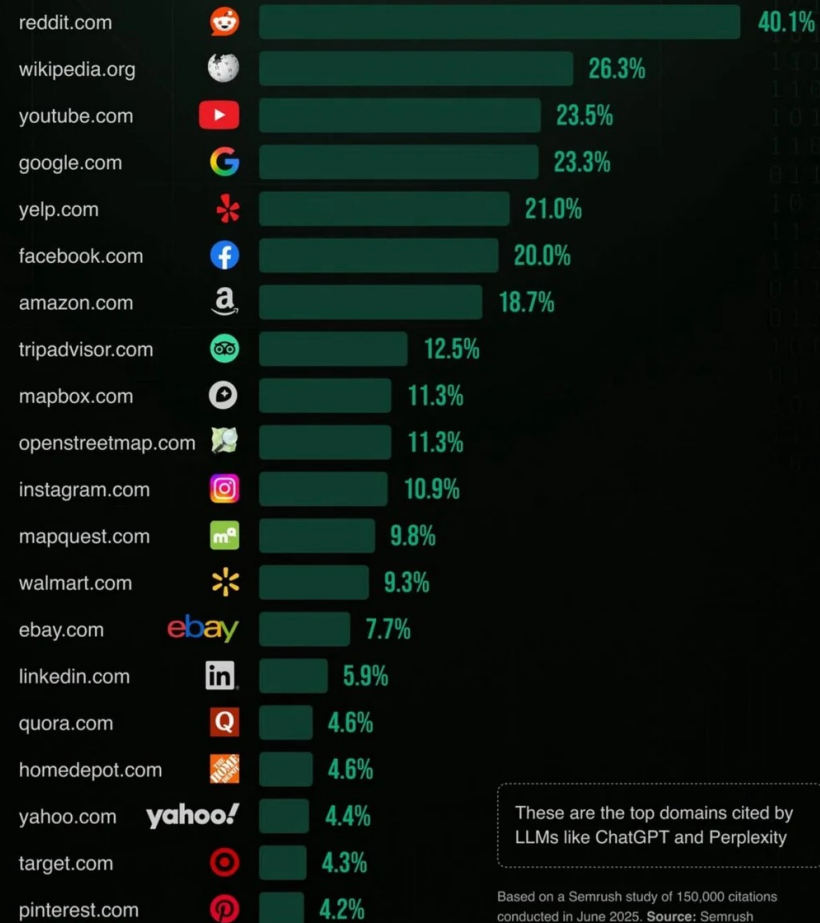


* Google's AI Mode, AI overviews, ChatGPT and Perplexity
Based on 150 thousand citations from 5,000 randomly selected keywords from Semrush database.
Source: Semrush



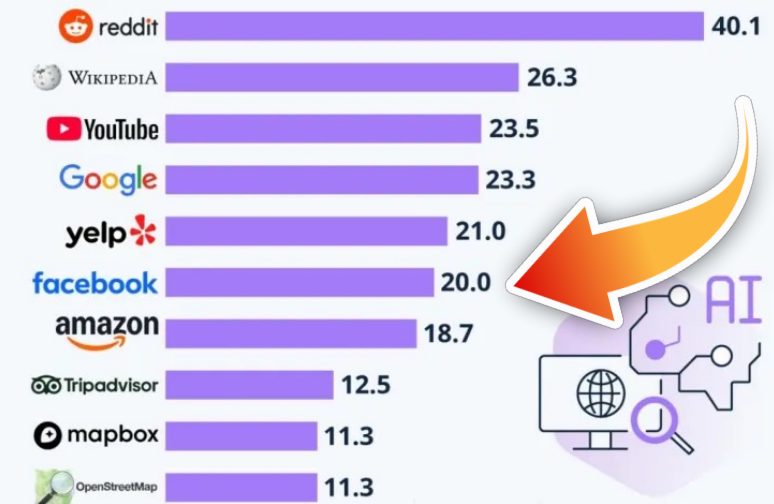
statista

WHERE AI GETS ITS FACTS



Where AI Gets Its Info: Top Sources 2025

Top 10 web domains cited by large language models (LLMs) in June 2025* (in %)

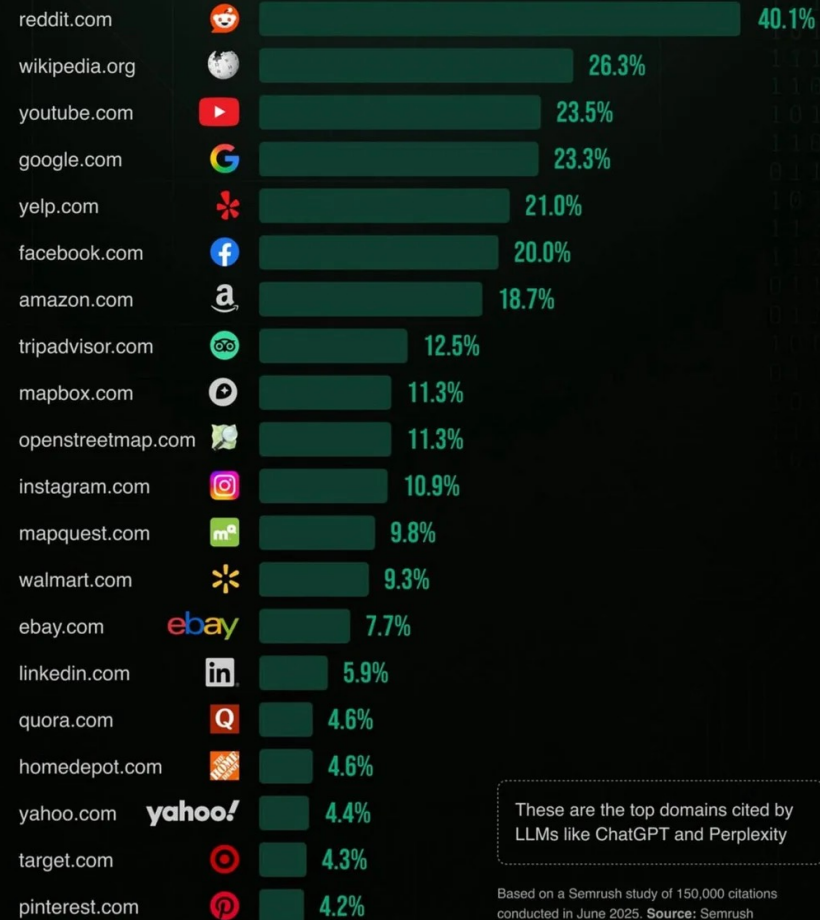


* Google's AI Mode, AI overviews, ChatGPT and Perplexity
Based on 150 thousand citations from 5,000 randomly selected keywords from Semrush database.
Source: Semrush



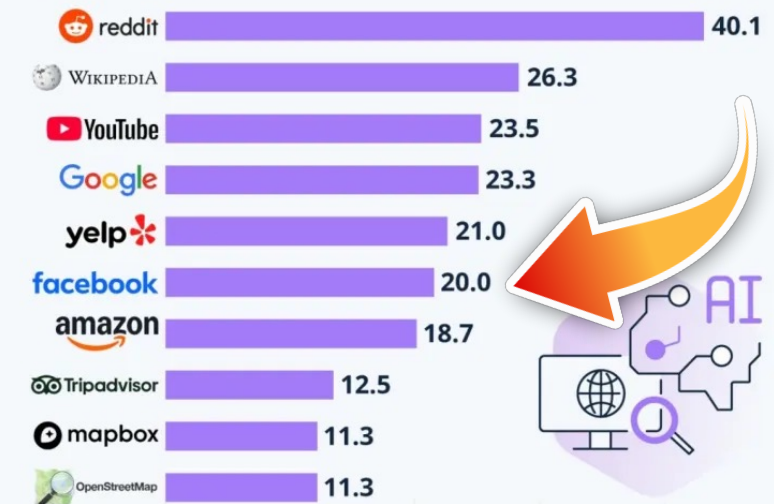
statista

WHERE AI GETS ITS FACTS



Where AI Gets Its Info: Top Sources 2025

Top 10 web domains cited by large language models (LLMs) in June 2025* (in %)

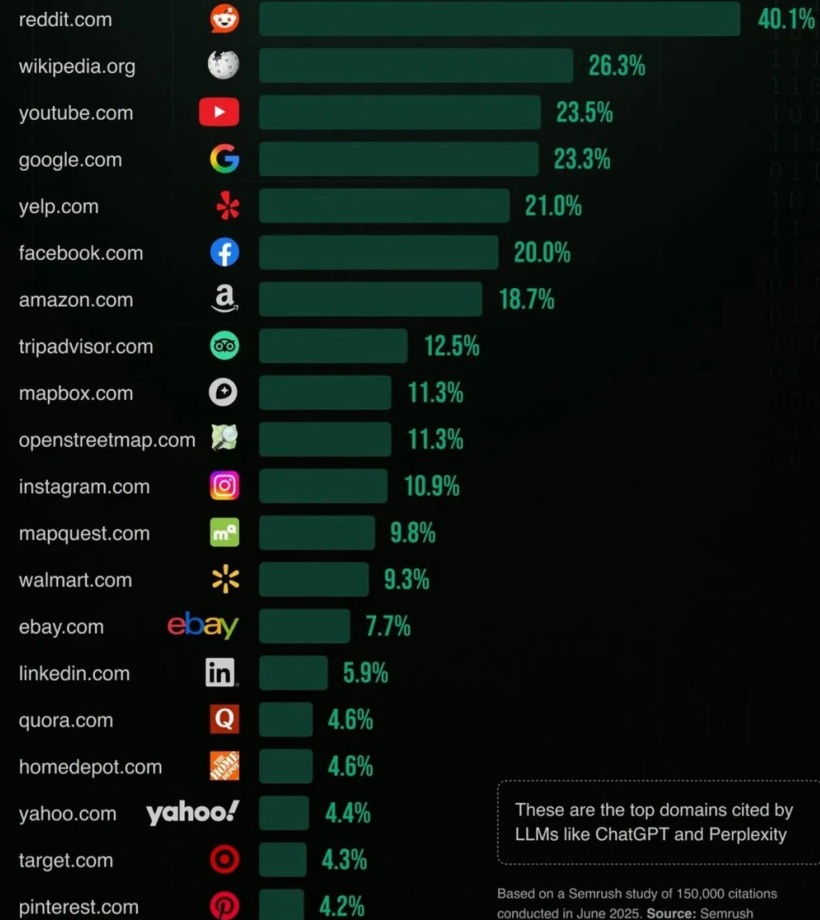


* Google's AI Mode, AI overviews, ChatGPT and Perplexity
Based on 150 thousand citations from 5,000 randomly selected keywords from Semrush database.
Source: Semrush



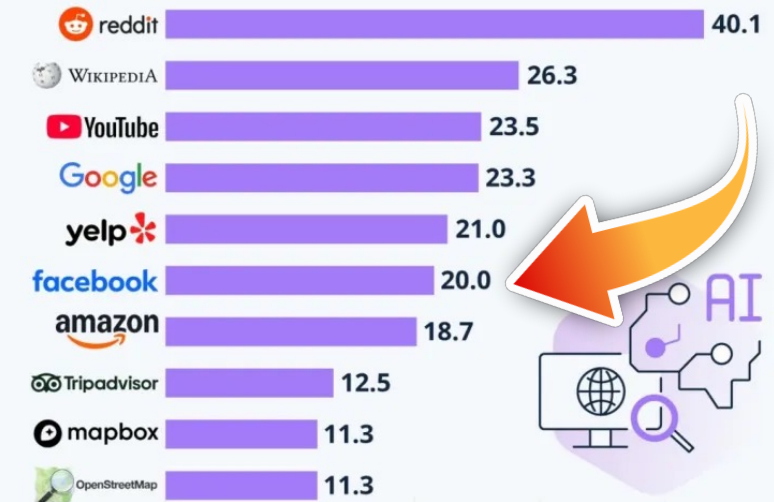
statista

WHERE AI GETS ITS FACTS



Where AI Gets Its Info: Top Sources 2025

Top 10 web domains cited by large language models (LLMs) in June 2025* (in %)

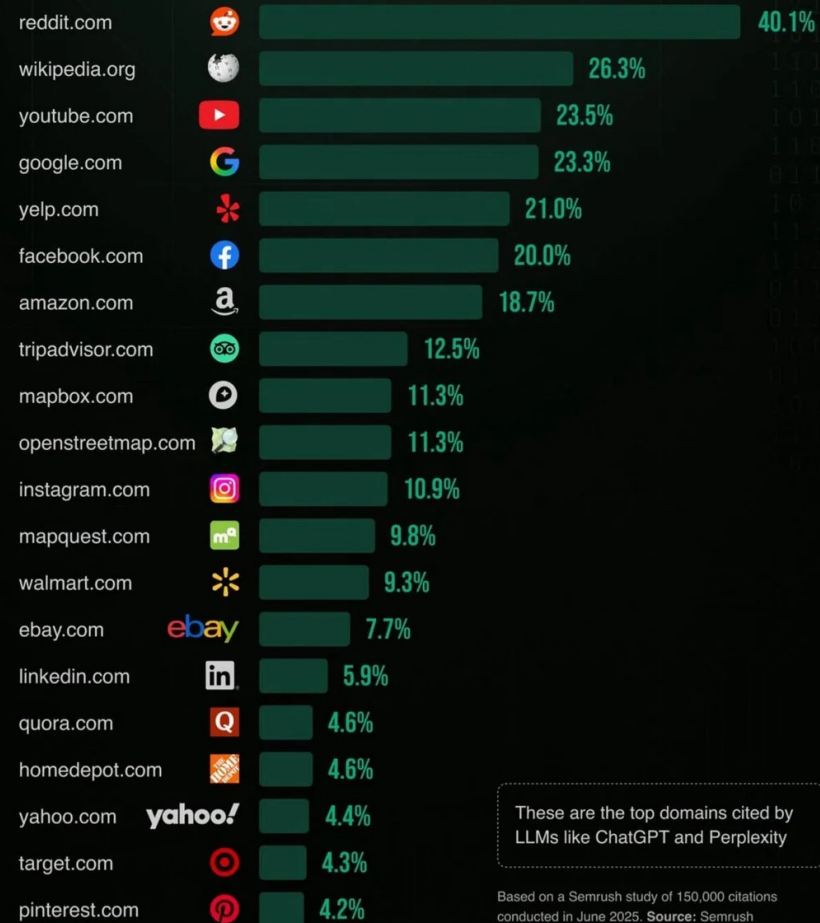


* Google's AI Mode, AI overviews, ChatGPT and Perplexity
Based on 150 thousand citations from 5,000 randomly selected keywords from Semrush database.
Source: Semrush



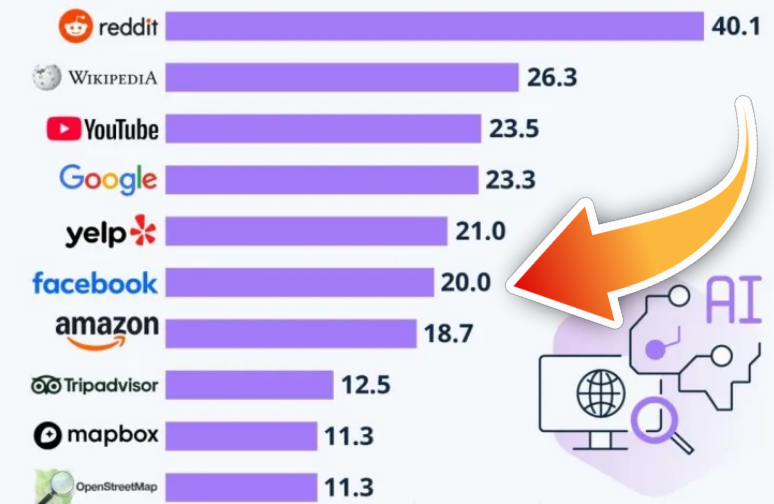
statista

WHERE AI GETS ITS FACTS



Where AI Gets Its Info: Top Sources 2025

Top 10 web domains cited by large language models (LLMs) in June 2025* (in %)



* Google's AI Mode, AI overviews, ChatGPT and Perplexity
Based on 150 thousand citations from 5,000 randomly selected keywords from Semrush database.
Source: Semrush



statista

**TUDO O QUE SE CRIA,
VAI FICAR NAS REDES
SOCIAIS A SERVIR
DE INDEXAÇÃO**

**SE PROCURAREM POR
ALGO DIRETAMENTE
LIGADO ÀS VOSSAS
EMPRESAS...**

**ESSES 90 POSTS JÁ LÁ
ESTÃO COLOCADOS!**

ZERO DESPERDÍCIO

SOCIAL SEO 😊

RESUMINDO MÉTODO 90/3

90 POSTS INTEMPORAIS DIRETAMENTE RELACIONADOS COM AS VOSSAS EMPRESAS

PENSADOS PARA QUEM PESQUISA O VOSSO PRODUTO OU PODE PESQUISAR A VOSSA EMPRESA

- (1) Quem são os Parceiros IAPMEI?**
 - (2) Quais os benefícios diretos de IAPMEI?**
 - (3) Quais as áreas de actuação da IAPMEI?**
 - (4) Quais os Webinars da IAPMEI?**
 - (5) Quem são as pessoas da IAPMEI?**
- (...)**

PONTOS FORTES

90/3

CONTEÚDO INTEMPORAL

CONTEÚDO EXCLUSIVO

90 POSTS FEITOS COM ANTECEDÊNCIA

90 POSTS QUE REPRESENTAM A MARCA

STORYTELLING OBRIGATÓRIO DESDE O PRIMEIRO DIA

- (1) Quem são os Parceiros IAPMEI?**
 - (2) Quais os benefícios diretos de IAPMEI?**
 - (3) Quais as áreas de actuação da IAPMEI?**
 - (4) Quais os Webinars da IAPMEI?**
 - (5) Quem são as pessoas da IAPMEI?**
- (...)**

PONTOS FRACOS

90/3

FOCO NOS SEGUIDORES

SERÁ UMA CAUSA CONSEQUÊNCIA DE ALGO BEM FEITO

ANSIEDADE

**É UMA VIAGEM
DE APRENDIZAGEM
DESFRUTAM!**

**HÁ UM OBJETIVO
E SERÁ SEMPRE
ZERO DESPERDÍCIO**

O QUE FAZEMOS DEPOIS DOS 90 POSTS E DOS 3 MESES?

OLHAMOS PARA AS MÉTRICAS

QUAIS?

PARA COMEÇAR, A MELHOR MÉTRICA DAS REDES SOCIAIS.

QUAL É?

COMO AS PESSOAS USAM AS REDES SOCIAIS TODOS OS DIAS?

PARA PERCEBER ESTE JOGO TENHO DE PERCEBER AS PESSOAS

A QUANTAS PÁGINAS VÃO DIRETAMENTE?

A QUANTAS PÁGINAS VÃO DIRETAMENTE? **SÓ ÀS ESPECIAIS!**

O QUE SIGNIFICA ISSO?

**TODAS AS PESSOAS
CONSOMEM
CONTEÚDO NO FEED!**

**NINGUÉM VISITA
AS NOSSAS PÁGINAS.**

A NÃO SER... QUE FORCEMOS! COM BOM CONTEÚDO OU INVESTIMENTO

**TUDO É VISTO
NO FEED!**

COMO APARECEMOS NO FEED DAS PESSOAS?

90/3

QUAL O NEGÓCIO DAS REDES SOCIAIS?

EU PAGO PARA APARECER NO **FEED** DAS PESSOAS CERTAS!

QUANTOS POSTS DEVO FAZER POR DIA?

FORMA 2 A PAGAR

QUEM CONTROLA O FEED DAS PESSOAS?

QUEM CONTROLA O FEED DAS PESSOAS?

QUEM PAGAR MAIS

RESUMO

01

**NINGUÉM
CONSOME
CONTEÚDOS
NAS PÁGINAS,
TUDO É NO
FEED.**

01

**NINGUÉM
CONSUME
CONTEÚDOS
NAS PÁGINAS,
TUDO É NO
FEED.**

02

**EU PARTILHO UM
POST NA MINHA
PÁGINA E É
DISTRIBUIDO
ALEATORIAMENTE
COM SORTE NA
COMUNIDADE
QUE JÁ TENHO**

01

**NINGUÉM
CONSOME
CONTEÚDOS
NAS PÁGINAS,
TUDO É NO
FEED.**

02

**EU PARTILHO UM
POST NA MINHA
PÁGINA E É
DISTRIBUIDO
ALEATORIAMENTE
COM SORTE NA
COMUNIDADE
QUE JÁ TENHO**

03

**COM DINHEIRO,
EU COLOCO O
MEU POST NO
FEED DE QUEM
ME INTERESSA
REALMENTE**

01

**NINGUÉM
CONSUME
CONTEÚDOS
NAS PÁGINAS,
TUDO É NO
FEED.**

02

**EU PARTILHO UM
POST NA MINHA
PÁGINA E É
DISTRIBUIDO
ALEATORIAMENTE
COM SORTE NA
COMUNIDADE
QUE JÁ TENHO**

03

**COM DINHEIRO,
EU COLOCO O
MEU POST NO
FEED DE QUEM
ME INTERESSA
REALMENTE**

04

**MODELO DE
NEGÓCIO DAS
REDES SOCIAIS:
EU PAGO PARA
APARECER A
QUEM ME
INTERESSA**

01

**NINGUÉM
CONSUME
CONTEÚDOS
NAS PÁGINAS,
TUDO É NO
FEED.**

02

**EU PARTILHO UM
POST NA MINHA
PÁGINA E É
DISTRIBUIDO
ALEATORIAMENTE
COM SORTE NA
COMUNIDADE
QUE JÁ TENHO**

03

**COM DINHEIRO,
EU COLOCO O
MEU POST NO
FEED DE QUEM
ME INTERESSA
REALMENTE**

04

**MODELO DE
NEGÓCIO DAS
REDES SOCIAIS:
EU PAGO PARA
APARECER A
QUEM ME
INTERESSA**

**VAMOS VER SE
ESTÃO ATENTOS**

SE NINGUÉM VISITA PÁGINAS QUAL A MELHOR MÉTRICA PARA AVALIAR O NOSSO INSTAGRAM?

Data	Impressões	Alcance	Partilhas	Seguimentos	Visualizações de 3 segundos	Gostos	Comentários	Itens guardados
Toda a duração	1442	1275	2	0	0	37	2	0
Toda a duração	2378	1980	2	0	0	107	10	3
Toda a duração	2622	2454	2	0	0	89	10	1
Toda a duração	2475	2255	0	0	0	90	2	1
Toda a duração	2059	1900	0	0	0	55	2	2
Toda a duração	1349	1193	4	2	0	31	3	0
Toda a duração	1765	1599	0	0	0	28	1	1
Toda a duração	2314	2046	6	0	0	38	2	1
Toda a duração	1456	1324	2	0	0	41	4	0
Toda a duração	1011	896	0	0	0	21	1	0
Toda a duração	1311	1185	0	0	0	37	1	0
Toda a duração	1607	1430	2	0	0	45	1	0
Toda a duração	1821	1606	2	4	0	39	4	0
Toda a duração	1795	1588	0	2	0	78	2	0
Toda a duração	1285	1064	0	0	0	33	2	0
Toda a duração	1566	1362	0	0	0	20	1	0
Toda a duração	2616	2164	0	5	0	103	7	8
Toda a duração	1543	1320	0	0	0	28	2	1
Toda a duração	748	660	0	0	0	3	0	0
Toda a duração	1695	1489	0	0	0	39	2	1
Toda a duração	2288	1990	0	9	0	79	6	2
Toda a duração	1354	1202	0	0	0	38	4	0

EXPORT EXCEL INSTAGRAM | META

Data	Impressões	Alcance	Partilhas	Seguimentos	Visualizações de 3 segundos	Gostos	Comentários	Itens guardados
Toda a duração	1442	1275	2	0	0	37	2	0
Toda a duração	2378	1980	2	0	0	107	10	3
Toda a duração	2622	2454	2	0	0	89	10	1
Toda a duração	2475	2255	0	0	0	90	2	1
Toda a duração	2059	1900	0	0	0	55	2	2
Toda a duração	1349	1193	4	2	0	31	3	0
Toda a duração	1765	1599	0	0	0	28	1	1

Data	Impressões	Alcance	Partilhas	Seguimentos	Visualizações de 3 segundos	Gostos	Comentários	Itens guardados
Toda a duração	1011	896	0	0	0	21	1	0
Toda a duração	1311	1185	0	0	0	37	1	0
Toda a duração	1607	1430	2	0	0	45	1	0
Toda a duração	1821	1606	2	4	0	39	4	0
Toda a duração	1795	1588	0	2	0	78	2	0
Toda a duração	1285	1064	0	0	0	33	2	0
Toda a duração	1566	1362	0	0	0	20	1	0
Toda a duração	2616	2164	0	5	0	103	7	8
Toda a duração	1543	1320	0	0	0	28	2	1
Toda a duração	748	660	0	0	0	3	0	0
Toda a duração	1695	1489	0	0	0	39	2	1
Toda a duração	2288	1990	0	9	0	79	6	2
Toda a duração	1354	1202	0	0	0	38	4	0

EXPORT EXCEL INSTAGRAM | META

ALCANCE?
IMPRESSÕES?
GOSTOS?
ENGAGEMENT?
COMENTÁRIOS?
SEGUIMENTOS?
VISUALIZAÇÕES DE 3 SEGUNDOS?
PARTILHAS?
ITENS GUARDADOS?

VISITAS AO PERFIL

SUPRESA!

O EXCEL NÃO TEM VISITAS AO PERFIL

Data	Impressões	Alcance	Partilhas	Seguimentos	Visualizações de 3 segundos	Gostos	Comentários	Itens guardados
Toda a duração	1442	1275	2	0	0	37	2	0
Toda a duração	2378	1980	2	0	0	107	10	3
Toda a duração	2622	2454	2	0	0	89	10	1
Toda a duração	2475	2255	0	0	0	90	2	1
Toda a duração	2059	1900	0	0	0	55	2	2
Toda a duração	1349	1193	4	2	0	31	3	0
Toda a duração	1765	1599	0	0	0	28	1	1
Toda a duração	2314	2046	6	0	0	38	2	1
Toda a duração	1456	1324	2	0	0	41	4	0
Toda a duração	1011	896	0	0	0	21	1	0
Toda a duração	1311	1185	0	0	0	37	1	0
Toda a duração	1607	1430	2	0	0	45	1	0
Toda a duração	1821	1606	2	4	0	39	4	0
Toda a duração	1795	1588	0	2	0	78	2	0
Toda a duração	1285	1064	0	0	0	33	2	0
Toda a duração	1566	1362	0	0	0	20	1	0
Toda a duração	2616	2164	0	5	0	103	7	8
Toda a duração	1543	1320	0	0	0	28	2	1
Toda a duração	748	660	0	0	0	3	0	0
Toda a duração	1695	1489	0	0	0	39	2	1
Toda a duração	2288	1990	0	9	0	79	6	2
Toda a duração	1354	1202	0	0	0	38	4	0

EXPORT EXCEL INSTAGRAM | META

**EU ESTOU NO FEED,
JÁ PASSEI POR 30 POSTS
E DE REPENTE, HÁ UM QUE ME PAROU.
SÓ EXISTE UM BOTÃO CLICÁVEL.**

E DEPOIS?

**COM A BIO TENHO DE CONVECER
A VER O FEED,**

**COM O FEED TENHO DE CONVENCER
A IR AO SITE OU LOJA OU MENSAGENS.**

VISITAS AO PERFIL

**TODOS OS POSTS QUE TIVEREM MAIS
VISITAS AO PERFIL (+20),
INVESTIMOS DINHEIRO E
COLOCAMOS UM BOTÃO.**

COMPRAR JÁ

VISITAS AO PERFIL

PORQUE

PARARAM AS PESSOAS NUM FEED

ULTRA MEGA PREENCHIDO.

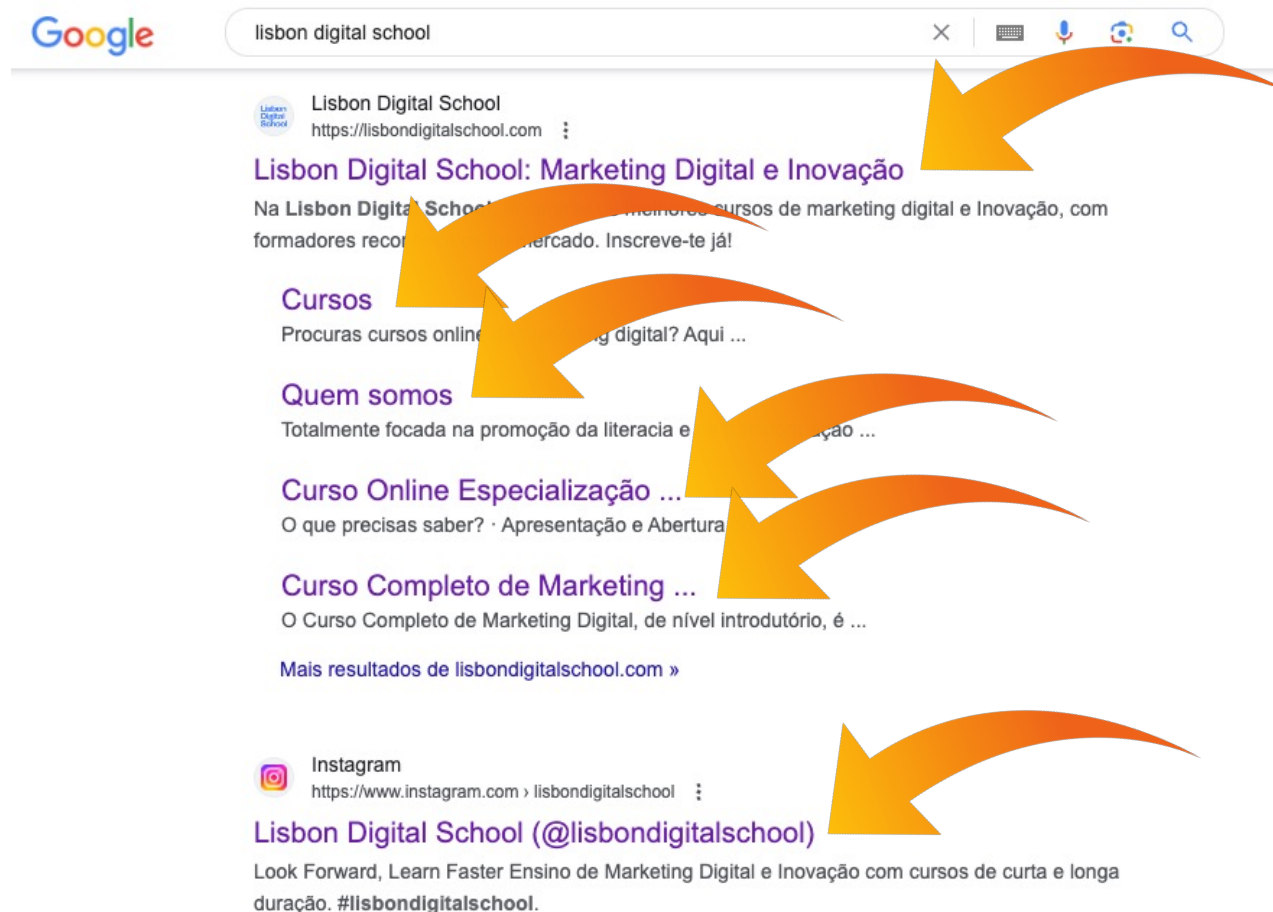
O QUE QUEREMOS DA GOOGLE?

TRÁFEGO CLICK CLIQUES

QUANTOS PONTOS DE FUGA AQUI?

The screenshot shows a Google search for "lisbon digital school". The top result is the website "Lisbon Digital School" with the URL "https://lisbondigitalschool.com". Below the website name is a purple heading "Lisbon Digital School: Marketing Digital e Inovação" followed by a description: "Na **Lisbon Digital School**, encontras os melhores cursos de marketing digital e Inovação, com formadores reconhecidos no mercado. Inscreve-te já!". There are four sub-sections listed: "Cursos" (Procuras cursos online de marketing digital? Aqui ...), "Quem somos" (Totalmente focada na promoção da literacia e na transformação ...), "Curso Online Especialização ..." (O que precisas saber? · Apresentação e Abertura do ...), and "Curso Completo de Marketing ..." (O Curso Completo de Marketing Digital, de nível introdutório, é ...). Below these is a link "Mais resultados de lisbondigitalschool.com »". The second result is the Instagram profile "Lisbon Digital School (@lisbondigitalschool)" with the URL "https://www.instagram.com/lisbondigitalschool". The bio reads: "Look Forward, Learn Faster Ensino de Marketing Digital e Inovação com cursos de curta e longa duração. #lisbondigitalschool."

QUANTOS PONTOS DE FUGA AQUI?



ZOOM IN

WORKSHOP

SOCIAL MEDIA

COM IA

estratégias práticas para criar
conteúdo com impacto



lisbondigitalschool •



221 gostos

lisbondigitalschool Évora! Estamos a chegar!

Dois dias intensivos de formação digital gratuita, com especialistas do setor, para capacitar estudantes, profissionais e toda a comunidade académica.

ZOOM IN

WORKSHOP

SOCIAL MEDIA

COM IA

estratégias práticas para criar
conteúdo com impacto



lisbondigitalschool •



221 gostos

lisbondigitalschool Évora! Estamos a chegar!

Dois dias intensivos de formação digital gratuita, com especialistas do setor, para capacitar estudantes, profissionais e toda a comunidade académica.

COM DINHEIRO

ZOOM IN

WORKSHOP

SOCIAL MEDIA

COM IA

estratégias práticas para criar
conteúdo com impacto



lisbondigitalschool ·



221 gostos

lisbondigitalschool Évora! Estamos a chegar!

Dois dias intensivos de formação digital gratuita, com especialistas do setor, para capacitar estudantes, profissionais e toda a comunidade académica.

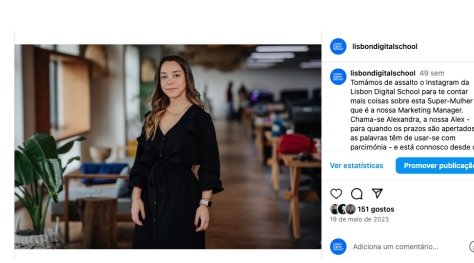
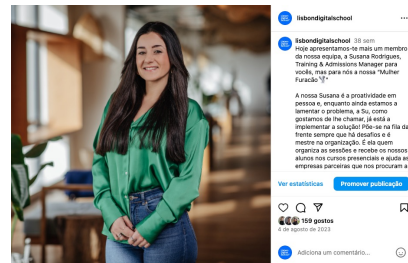
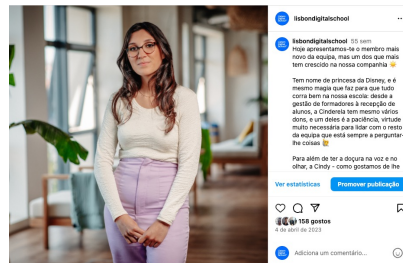
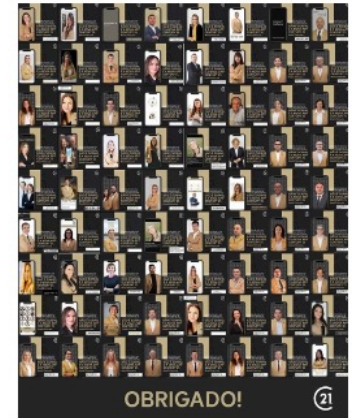
ZOOM IN

WORKSHOP

SOCIAL MEDIA

COM IA

estratégias práticas para criar conteúdo com impacto



PESSOAS PARAM PESSOAS NO FEED

NÓS PARAMOS RAPIDAMENTE NO FEED POR DOIS EXTREMOS



ZOOM IN

WORKSHOP

SOCIAL MEDIA

COM IA

estratégias práticas para criar
conteúdo com impacto

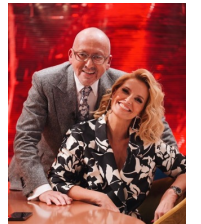
ZOOM IN

WORKSHOP

SOCIAL MEDIA

COM IA

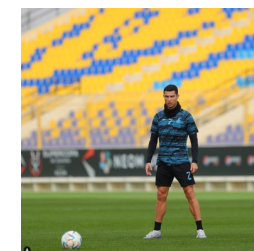
estratégias práticas para criar
conteúdo com impacto



PESSOAS FAMOSAS
CONTENT CREATORS
INFLUENCERS
AMIGOS



**PESSOAS QUE NUNCA
VIMOS NA VIDA E NÃO
SABEMOS PORQUE
ESTÃO NO NOSSO FEED**



**PESSOAS FAMOSAS
CONTENT CREATORS
INFLUENCERS
AMIGOS**

OS FAMOSOS

OS INFLUENCIADORES

OS ESPECIALISTAS

QUAL CONSEGUIU MAIS VISITAS AO PERFIL?





Atividade do perfil ⓘ

124

Visitas ao perfil	119
Seguidores	2
Toques em ligações externas	2
Toques na morada da empresa	1

Atividade do perfil ⓘ

24

Visitas ao perfil	19
Toques em ligações externas	5
Seguidores	0

Atividade do perfil ⓘ

11

Visitas ao perfil	10
Seguidores	1

QUAL É O NOSSO NEGÓCIO NAS REDES SOCIAIS?

COMO REALMENTE USAMOS ISTO A NOSSO FAVOR?

SOCIAL MEDIA

=

PARAR AS PESSOAS

NO FEED

PARAR

ROOM IN
WORKSHOP

SOCIAL MEDIA

COM IA

estratégias práticas para criar
conteúdo com impacto



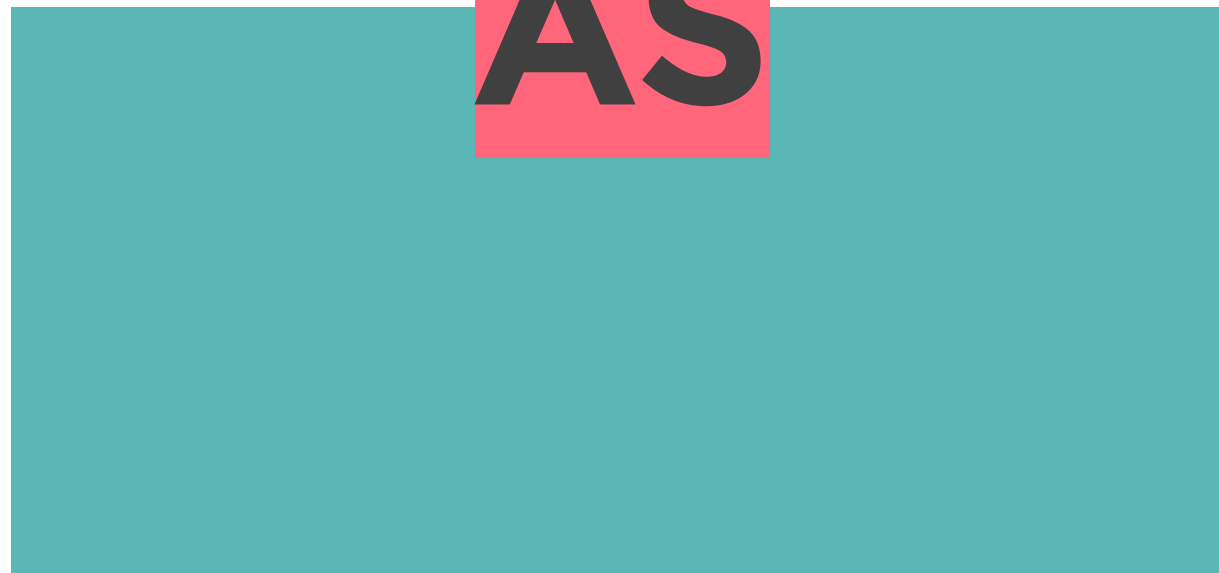
PARAR AS

ROOM IN
WORKSHOP

SOCIAL MEDIA

COM IA

estratégias práticas para criar
conteúdo com impacto





**PARAR
AS**

PESSOAS

ROOM IN
WORKSHOP

SOCIAL MEDIA

COM IA

estratégias práticas para criar
conteúdo com impacto

PARAR AS PESSOAS NO

**PARAR
AS
PESSOAS
NO
FEED**

ZOOM IN

WORKSHOP

SOCIAL MEDIA

COM IA

estratégias práticas para criar
conteúdo com impacto



ZOOM IN

WORKSHOP

SOCIAL MEDIA

COM IA

estratégias práticas para criar
conteúdo com impacto



INTEREST MEDIA

**SÓ INTERESSA
SE INTERESSA!**

ZOOM IN

WORKSHOP

SOCIAL MEDIA

COM IA

estratégias práticas para criar
conteúdo com impacto



VISITAS AO PERFIL

**TODOS OS POSTS 90/3,
QUE TIVEREM MAIS DE 20
VISITAS, VAMOS INVESTIR
DINHEIRO.
NUNCA FALHAMOS.**

**SE ORGANICAMENTE,
JÁ PARAM PESSOAS NO
FEED, VAMOS
CAPITALIZAR.**

**É POR ISSO QUE NÃO
A PARTILHAM NO EXCEL.**

**O NOSSO TRABALHO 90/3
É PERCEBER ONDE HÁ MAIS
VISITAS AO PERFIL**

ONDE VER A MÉTRICA?

FACEBOOK

ZOOM IN

WORKSHOP

SOCIAL MEDIA

COM IA

estratégias práticas para criar
conteúdo com impacto

Meta
Business Suite

Lisbon Digital Sc...

Página inicial

Notificações

Gestor de Anúncios

Organizador

Conteúdos

Marketplace para cr...

Estatísticas

Caixa de entrada

Centro de Leads

Monetização

Anúncios

Mais ferramentas

Pesquisar

Definições

Aiuda

Estatísticas

Revê os resultados do desem... e muito mais.

Visão geral

Plano

Resultados

Público

Avaliação comparativa

Conteúdos

Visão geral

Conteúdos

Anúncios

Ganhos

Earnings

Facebook

Últimos 28 dias: 23/10/2025 - 19/11/2025



Interações com conteúdos

Exportar

225 ↓ 23,7%



Interações com conteúdos

Cliques em ligações

Exportar

405 ↓ 14,2%



Cliques na ligação do Facebook

Visitas

Exportar

851 ↑ 0,6%



Visitas ao Facebook

Novos seguidores

Exportar

31 ↓ 6,1%



Novos seguidores no Facebook

<https://business.facebook.com/>

INSTAGRAM

ZOOM IN

WORKSHOP

SOCIAL MEDIA

COM IA

estratégias práticas para criar conteúdo com impacto

Meta Business Suite

Estatísticas

Revê os resultados do desempenho e mais.

Instagram

Últimos 28 dias: 23/10/2025 - 19/11/2025



Lisbon Digital Sc...

Página inicial

Notificações

Gestor de Anúncios

Organizador

Conteúdos

Marketplace para cr...

Estatísticas

Caixa de entrada

Centro de Leads

Monetização

Anúncios

Mais ferramentas

Pesquisar

Definições

Ajuda

Visão geral

Plano

Resultados

Público

Avaliação comparativa

Conteúdos

Visão geral

Conteúdos

Anúncios

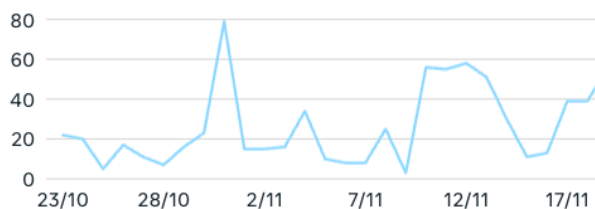
Ganhos

Earnings

Interações com conteúdos

Exportar

824 ↓ 8,5%

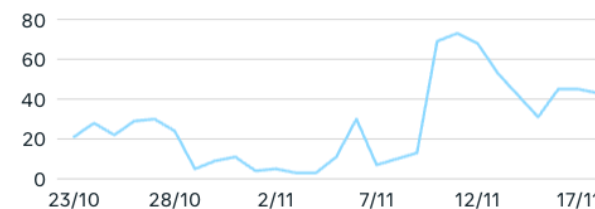


Interações com conteúdos

Cliques em ligações

Exportar

799 ↑ 31,8%

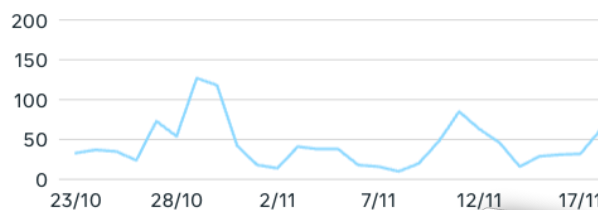


Cliques na ligação do Instagram

Visitas

Exportar

1,2 mil ↓ 29,4%

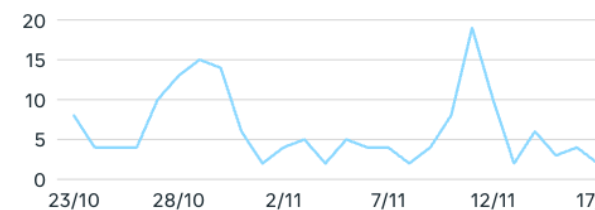


Visitas ao perfil do Instagram

Novos seguidores

Exportar

170 ↓ 28%



Novos seguidores no Instagram

<https://business.facebook.com/>

INSTAGRAM POST A POST

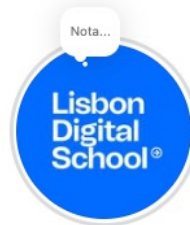
ZOOM IN

WORKSHOP

SOCIAL MEDIA

COM IA

estratégias práticas para criar
conteúdo com impacto



lisbondigitalschool

Lisbon Digital School - Formações de Marketing, Inovação e IA

1517 publicações 11,5 mil seguidores A seguir 275

Look Forward, Learn Faster
Formamos-te para o futuro do digital

Avenida Marginal, Edifício Parque Oceano, 4 H, Oeiras, Portugal 2780-322
Oeiras

linktr.ee/lisbondigitalschool

Editar perfil

Ver arquivo



EDS



Cursos



Empresas



Alumni



Natal 2024



Formadores



Novo





Perfil ⓘ

Atividade do perfil

27

Visitas ao perfil

27

Toques em ligações externas

0

Toques na morada do negócio

0

Seguimentos

0

TIKTOK

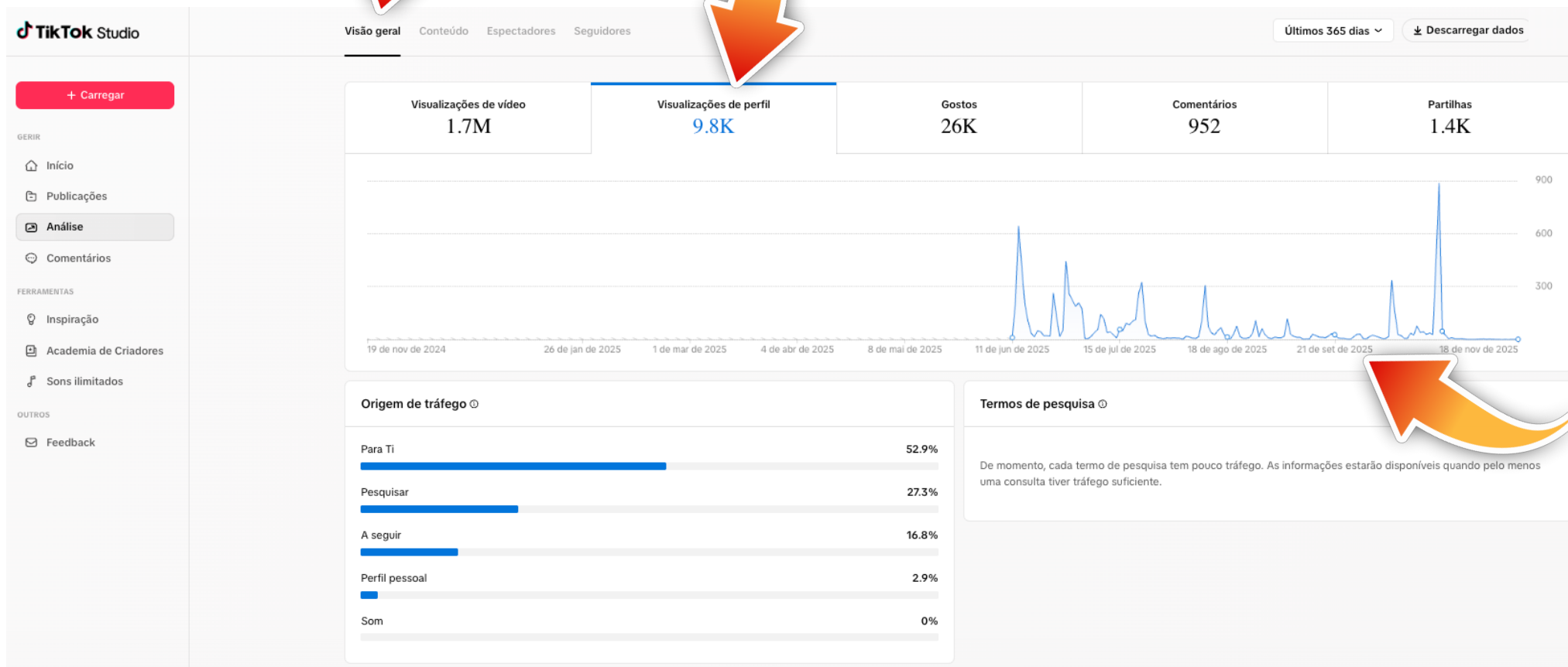
ZOOM IN

WORKSHOP

SOCIAL MEDIA

COM IA

estratégias práticas para criar
conteúdo com impacto



<https://www.tiktok.com/tiktokstudio/analytics>

LINKEDIN

ZOOM IN

WORKSHOP

SOCIAL MEDIA

COM IA

estratégias práticas para criar conteúdo com impacto

Lisbon Digital School

ward, ster. @ Lisbon Digital School

Lisbon Digital School

Enhance your Page

22,205 followers

+ Create

View as member

Dashboard

Page posts

Analytics

Feed

Activity 36

Inbox

Edit Page

Jobs

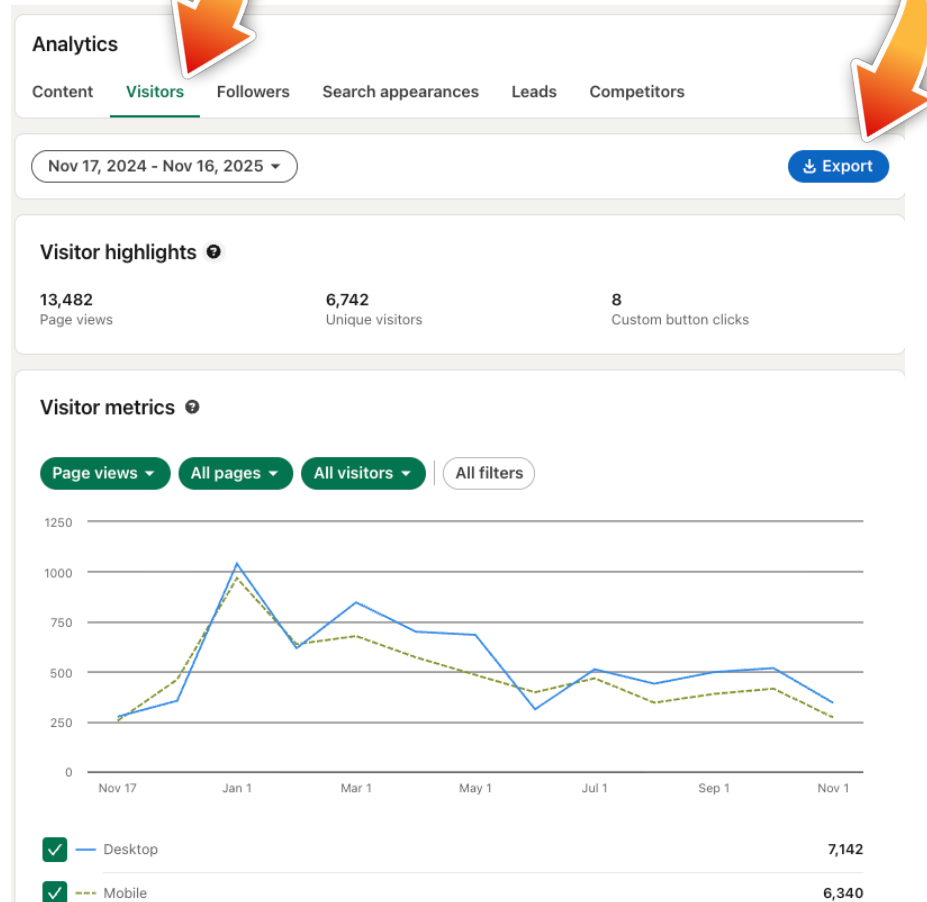
Events

Try Premium Page

Advertise

Invite to follow

Settings



Export visitors report

Data will be exported as a .XLS file. Dates are represented in UTC.

Time range: Nov 17, 2024 - Nov 16, 2025 [Export](#)

Last 15 days
Last 30 days
Last 90 days
Last 365 days
Custom

Start date: 11/17/2024
End date: 11/16/2025

November 2024

S	M	T	W	T	F	S
27	28	29	30	31	1	2
3	4	5	6	7	8	9
10	11	12	13	14	15	16
17	18	19	20	21	22	23
24	25	26	27	28	29	30
1	2	3	4	5	6	7

[Go to today](#)

November 2025

S	M	T	W	T	F	S
26	27	28	29	30	31	1
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29
30	1	2	3	4	5	6

[Go to today](#)[Cancel](#) [Update](#)

12 MESES

700M IN
WORKSHOP

SOCIAL MEDIA

COM IA

estratégias práticas para criar
conteúdo com impacto

Date	Overview page views (desktop)	Overview page views (mobile)	Overview page views (total)	Overview unique visitors (desktop)	Overview unique visitors (mobile)	Overview unique visitors (total)	Life page views (desktop)
11/17/2024	3	17	20	2	9	11	0
11/18/2024	34	6	40	17	5	22	0
11/19/2024	22	16	38	15	8	23	0
11/20/2024	27	13	40	16	12	28	0
11/21/2024	22	7	29	14	3	17	0
11/22/2024	12	11	23	9	4	13	0
11/23/2024	0	6	6	0	2	2	0
11/24/2024	0	12	12	0	6	6	0
11/25/2024	26	10	36	17	9	26	0
11/26/2024	16	12	28	15	10	25	0
11/27/2024	17	13	30	10	13	23	0
11/28/2024	18	8	26	5	11	16	0
11/29/2024	22	6	28	14	4	18	0
11/30/2024	2	14	16	2	7	9	0
12/01/2024	0	2	2	0	2	2	0
12/02/2024	14	10	24	12	6	18	0
12/03/2024	19	22	41	11	9	20	0
12/04/2024	19	11	30	12	8	20	0
12/05/2024	24	16	40	14	8	22	0
12/06/2024	14	7	21	6	4	10	0
12/07/2024	4	6	10	3	5	8	0
12/08/2024	2	18	20	2	3	5	0
12/09/2024	17	11	28	11	9	20	0
12/10/2024	22	17	39	18	14	32	0
12/11/2024	23	29	52	16	19	34	0
12/12/2024	19	8	27	10	6	16	0
12/13/2024	14	18	32	11	11	21	0
12/14/2024	5	14	19	4	9	13	0
12/15/2024	5	7	12	3	6	9	0
12/16/2024	9	4	13	3	11	11	0
12/17/2024	2	12	14	2	6	8	0
12/18/2024	7	12	19	7	7	14	0
12/19/2024	15	18	33	8	17	25	0
12/20/2024	12	3	15	7	3	10	0
12/21/2024	1	7	8	1	5	6	0
12/22/2024	9	0	9	5	0	5	0
12/23/2024	9	5	14	7	5	12	0
12/24/2024	3	8	11	8	0	8	0
12/25/2024	0	0	0	0	0	0	0
12/26/2024	1	19	20	1	13	14	0
12/27/2024	2	6	8	2	6	8	0
12/28/2024	2	5	7	2	5	7	0
12/29/2024	2	11	13	2	9	11	0
12/30/2024	7	11	18	7	12	19	0
12/31/2024	2	3	5	1	3	4	0
01/01/2025	2	3	5	2	3	5	0
01/02/2025	20	11	31	16	8	24	0
01/03/2025	14	13	27	11	8	19	0

Overview page views (desktop)

Overview page views (mobile)

Overview page views (total)

Overview unique visitors (desktop)

Overview unique visitors (mobile)

Overview unique visitors (total)

Life page views (desktop)

Life page views (mobile)

Life page views (total)

Life unique visitors (desktop)

Life unique visitors (mobile)

Life unique visitors (total)

Jobs page views (desktop)

Jobs page views (mobile)

Jobs page views (total)

Jobs unique visitors (desktop)

Jobs unique visitors (mobile)

Jobs unique visitors (total)

Total page views (desktop)

Total page views (mobile)

Total page views (total)

Total unique visitors (desktop)

Total unique visitors (mobile)

Total unique visitors (total)

**SE NÃO HOUVER VISITAS?
TEMOS DE MUDAR
CONTEÚDOS.**

E MAIS MÉTRICAS?

DEPENDEM DO VOSSO OBJETIVO

ALCANCE

INTERAÇÕES

VISUALIZAÇÕES

SEGUIDORES

(POR ESTA ORDEM)

**PASSADOS 3 MESES,
SABEMOS O QUE RESULTOU
MELHOR E ONDE...**

PASSADOS 3 MESES, ONDE INVESTIR O NOSSO DINHEIRO

**PASSADOS 3 MESES,
TEMOS UM PONTO DE
PARTIDA PARA MAIS
3, 6, 9 MESES.**

MAS AGORA COM UMA BASE

**TEMOS DADOS
QUE SUPORTAM O
CAMINHO SEGUINTE.**

CRIAMOS UMA ESTRATÉGIA ROBUSTA COM UMA BASE SÓLIDA DO QUE JÁ SABEMOS

**LEMBREM-SE,
ESTE MÉTODO É PARA
APRENDER E CAPITALIZAR**

INVESTIMOS 3 MESES PARA DEPOIS LIBERTAR PESOS

**PARA DEPOIS TER APENAS
1 POST POR MÊS, PAGO,
O MELHOR, A RODAR
PELO FEED**

APRENDER PARA CAPITALIZAR

ONDE COMEÇAR A PENSAR NO MÉTODO 90/3

OS 9 TEMAS

COMO DECIDIR OS 9 TEMAS

1

**VOCÊS DECIDEM OS 9
TEMAS DIRETAMENTE
LIGADOS À VOSSA MARCA**

O QUE ESTIVEMOS A APRENDER NA PRIMEIRA PARTE DESTA WEBINAR

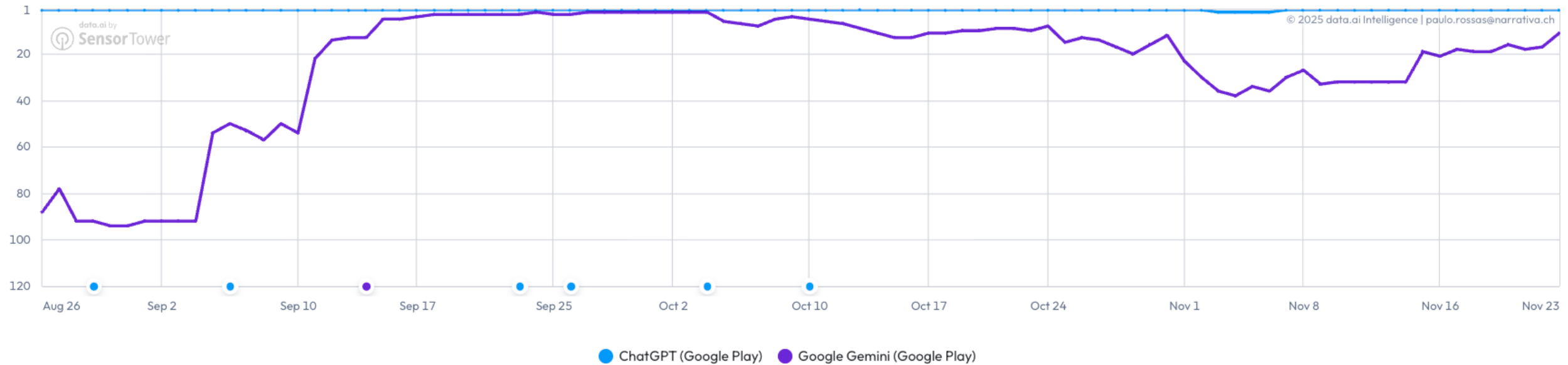
10 POSTS DE CADA E SEGUEM A APRENDIZAGEM

2

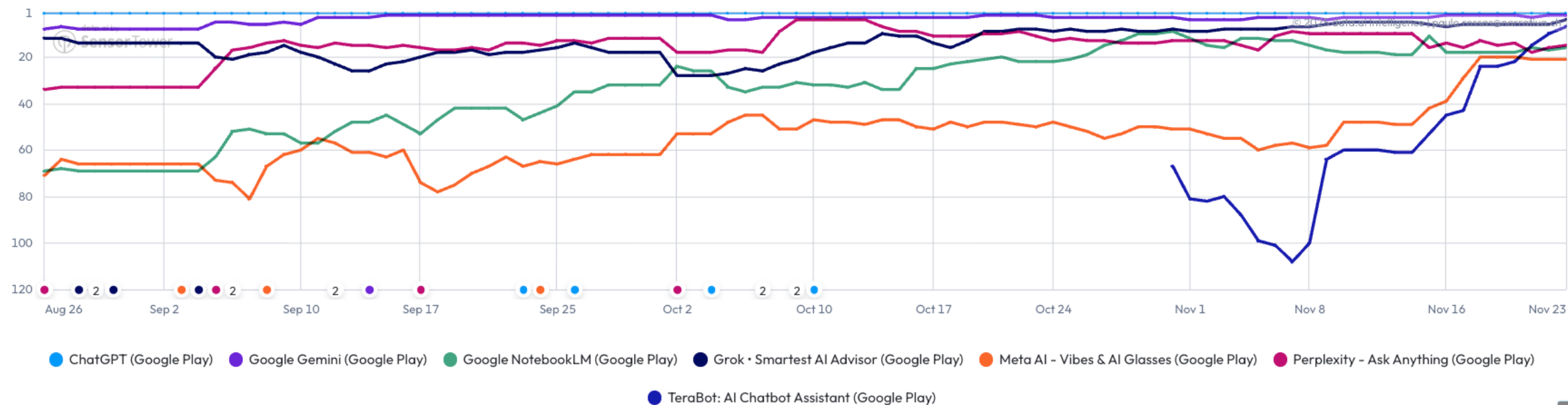
AI SEARCH

PERGUNTAM AO CHAT GPT, PLATAFORMA AI MAIS DESCARREGADA EM PORTUGAL...

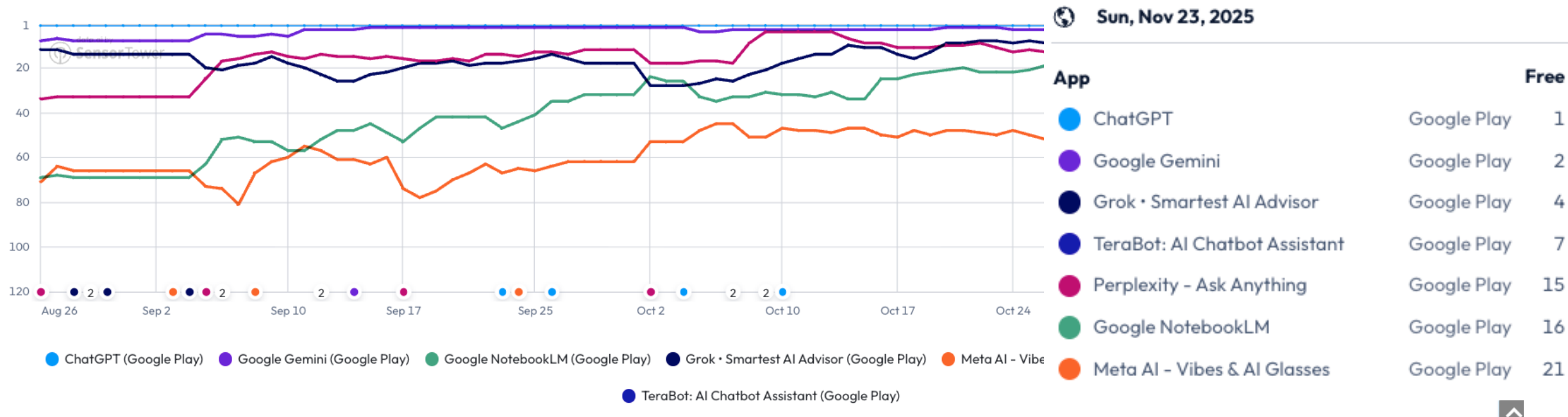
OVERALL PORTUGAL 90 DIAS



OVERALL PRODUTIVIDADE PORTUGAL 90 DIAS



OVERALL PRODUTIVIDADE PORTUGAL 90 DIAS



**O QUE PRECISAM DE CRIAR
PARA QUANDO VOS
PROCUREM OU
OS VOSSOS TEMAS,
VOCÊS APAREÇAM 😊**

EXEMPLO

IAPMEI

AGÊNCIA PARA A

COMPETITIVIDADE

E INOVAÇÃO

Prompt 1:

**Quero saber tudo sobre IAPMEI, Agência para Competitividade e Inovação.
Quero que corras a internet e encontres todas as referências do IAPMEI, Agência para
Competitividade e Inovação e onde foste buscar a informação.
Se foi site, redes sociais ou outras plataformas.**

**Apresenta em formato tabela com: resumo de informação, onde foi encontrado, nível
de relevância para ti, chat gpt quando questionam sobre IAPMEI, Agência para
Competitividade e Inovação.**

ZOOM IN

WORKSHOP

SOCIAL MEDIA

COM IA

estratégias práticas para criar
conteúdo com impacto

Informação / Conteúdo	Fonte / onde foi encontrado	Nível de relevância para perguntas sobre o IAPMEI 
Missão, visão, e áreas de atuação institucionais — apoio ao crescimento e competitividade das PME, exceto turismo; rede nacional; proximidade empresarial	"About us / Sobre o IAPMEI" (versão EN e PT no site oficial do IAPMEI) IAPMEI IAPMEI IAPMEI	Muito alta — é a página institucional principal que descreve o que é o IAPMEI, objetivos e funções
Serviços e programas principais: empreendedorismo, inovação, competitividade, "Inovação e Competitividade", "Empreendedorismo e Inovação", "Certificação PME", "PME Líder / PME Excelência", "StartUP Voucher", "StartUP Visa", "Tech Visa", entre outros	Seção "Produtos e Serviços / Empreendedorismo e Inovação / Inovação e Competitividade" no site oficial IAPMEI. IAPMEI IAPMEI IAPMEI	Muito alta — central para quem quer saber o que o IAPMEI faz, os programas disponíveis
Contactos, localização (porto – sede, Lisboa, linha azul, contatos, atendimento presencial, telefones)	Página "Contactos / Onde Estamos" no site IAPMEI. IAPMEI IAPMEI IAPMEI	Alta — útil para quem quer contactar ou saber onde é a sede/regiões
História, estatuto, nota histórica, estrutura e órgão diretivo (conselho diretivo), dirigentes atuais: presidente, vice-presidente etc.	"How to reach us & Where to find us / Board" (versão EN da secção Sobre o IAPMEI) IAPMEI ; também informação histórica no Wikipédia. Wikipédia	Alta — importante para contexto institucional e histórico
Certificação PME, estatutos "PME Líder e PME Excelência" e outros mecanismos de qualificação para pequenas e médias empresas	Página "Certificação PME" no site oficial. IAPMEI	Alta — programa de certificação bastante relevante para empresas/PME
Redes de proximidade, centros regionais, rede de apoio empresarial, presença em várias cidades, conselhos regionais	Página "Contactos / Redes de proximidade às empresas" no site. IAPMEI IAPMEI	Média-alta — útil para quem procura apoio local ou regional
Participação na rede internacional / europeia: coordenação da rede Enterprise Europe Network em Portugal, pontos de contacto, representação EEN, coordenação de projetos da EEN/Horizon/H2020 etc.	Página da Enterprise Europe Network "Local Contact Points / IAPMEI – Agência para Competitividade e Inovação" een.ec.europa.eu	Alta — relevante para internacionalização, inovação e parcerias europeias
Presença em redes sociais / comunicação: página oficial no Facebook, LinkedIn	Página Facebook "Iapmei - Agência para a Competitividade e Inovação". Facebook ; LinkedIn da IAPMEI. LinkedIn	Média — bom para atualizações, campanhas e comunicação informal / social
Descrição histórica extra / evolução e nomes anteriores (ex: antigas designações, decreto-lei, alterações institucionais)	Página Wikipédia "IAPMEI". Wikipédia	Média — útil para contexto histórico e evolução da agência

✅ Interpretações / conclusões principais

- O IAPMEI é o principal organismo público em Portugal para apoio a PME, inovação, empreendedorismo, financiamento e certificação — essencial para quem quer abrir ou desenvolver uma empresa.
- Oferece um leque muito amplo de serviços: desde apoio a ideias ou startups (via programas como StartUP Voucher), passando por incentivos à I+D, apoio à internacionalização, até certificação de PME e programas de financiamento.
- A sua rede nacional (sede no Porto + delegações regionais) e integração com redes europeias como a EEN dá-lhe amplitude, tanto local quanto internacional.
- A documentação e guias públicos permitem que mesmo quem não conhece bem o "mundo empresarial" possa entender os passos para criar/gerir uma PME.

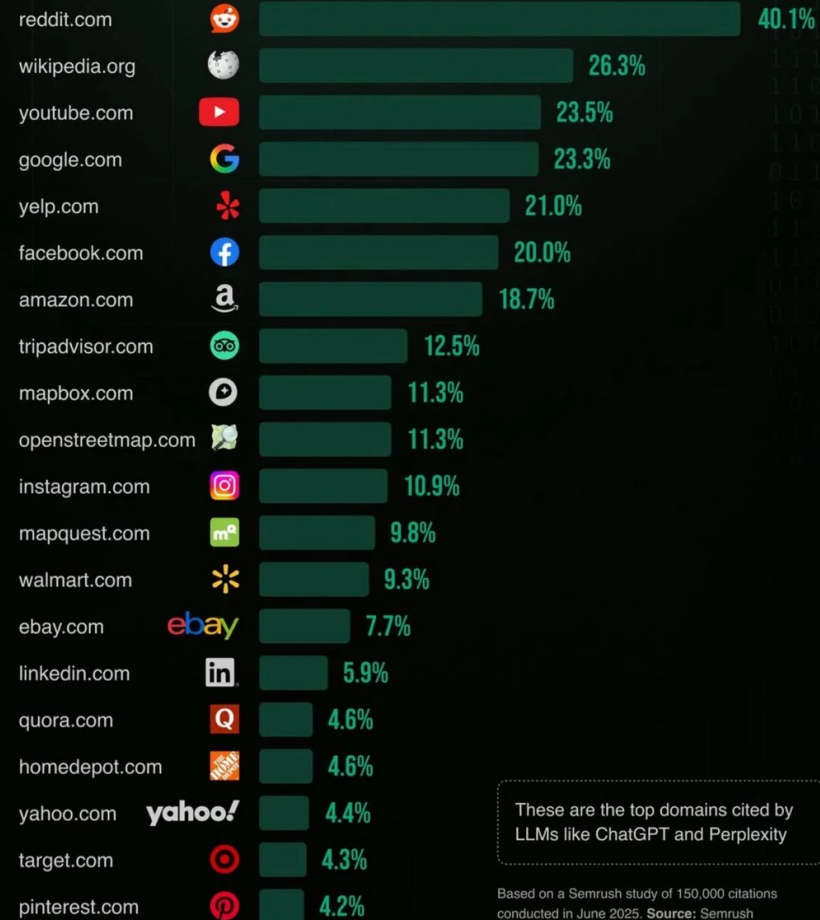
📖 Fontes / Tipos de plataformas usadas

Tipo de fonte	Exemplos / links utilizados
Site institucional — páginas oficiais do IAPMEI	"About us" / "Inovação e Competitividade" / "Certificação PME" / "Contactos" / "StartUP Voucher" etc. IAPMEI +5
Legislação / documento legal — Decreto-Lei que reestruturou o IAPMEI	Decreto-lei orgânico publicado no Diário da República. Diário da Repúbl...
Wikipédia — resumo histórico e missão	Página Wikipédia sobre IAPMEI, com histórico & missão. Wikipédia
Artigos / blogs de analistas externos / utilizadores	Um artigo explicativo sobre o papel do IAPMEI para PME (site InvoiceXpress) InvoiceXpress
Redes sociais corporativas	Página LinkedIn e Facebook do IAPMEI LinkedIn +1
Documentos / manuais PDF disponibilizados pelo IAPMEI	"Manual do Empreendedor", guias de apoio ao empreendedorismo. IAPMEI +1
Redes e parcerias internacionais / europeias	Página da Enterprise Europe Network referindo o IAPMEI como ponto nacional. een.ec.europa.eu

**JÁ DEMOS CONTEXTO,
AGORA VAMOS AFUNILAR
PARA O QUE
PRETENDEMOS**

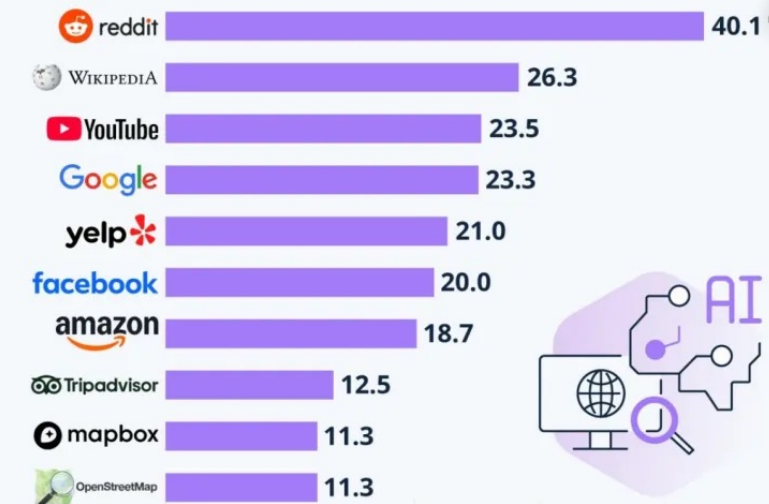
REDDIT

WHERE AI GETS ITS FACTS



Where AI Gets Its Info: Top Sources 2025

Top 10 web domains cited by large language models (LLMs) in June 2025* (in %)



* Google's AI Mode, AI overviews, ChatGPT and Perplexity
Based on 150 thousand citations from 5,000 randomly selected keywords from Semrush database.
Source: Semrush



statista

Prompt 2:

Vai ao reddit, procura conteúdos relacionados com IAPMEI, Agência para Competitividade e Inovação e diz-me como e quando podes usar essa referência, o que as pessoas precisam de perguntar.

✓ Exemplos de posts úteis

Subreddit / data aproximada	Conteúdo relevante	Trecho / resumo	Fonte	
r/PortugalExpats — há ~4 meses	Experiência de visto Startup (via IAPMEI) para estrangeiros	> "it took 7 months for IAPMEI to assess my project ... In total it took over 2 years for me from starting working on my IAPMEI application to receiving a residence permit." Reddit	[turn0search7]	
r/literaciafinanceira — ~1.8 anos atrás	Dúvida sobre ferramentas da IAPMEI para avaliação de projetos	> "Usei a folha de calculo, ferramenta do IAPMEI, para avaliação de projetos a 5 anos." Reddit	[turn0search1]	
r/portugal — ~ (data não precisa)	Comentário crítico / denúncia	> "... iapmei (desvio de fundos europeus comprando gente la dentro) segurança social e finanças." Reddit	[turn0search11]	

🧐 Quando e como podes usar estas referências

- **Para dar contexto realista:** Se alguém pergunta “quanto tempo demora a aprovação de um programa via IAPMEI (ex: Startup Visa)?”, podes usar o post de [r/PortugalExpats](#) para ilustrar que pode demorar meses ou anos.
- **Para ilustrar dúvidas práticas:** Por exemplo, a publicação em [r/literaciafinanceira](#) mostra que usuários se deparam com ferramentas da IAPMEI (ex: folhas de cálculo) e têm dúvidas sobre conceitos como CoC ou ROIC. Útil para quem está a preparar candidatura ou plano de negócio.
- **Para mostrar feedback crítico / risco de insatisfação:** O comentário em [r/portugal](#) dá voz a empresas ou pessoas insatisfeitas, portanto serve como alerta de que nem tudo corre sempre bem ou que há percepções negativas.
- **Para definir perguntas que os usuários deveriam fazer:**
 - “Qual é o prazo médio de decisão da IAPMEI para o meu tipo de projeto?”
 - “Que ferramentas disponibiliza a IAPMEI para avaliação financeira do meu negócio?”
 - “Que tipo de documentação ou requisitos estão a causar atrasos ou problemas na IAPMEI, segundo outros utilizadores?”

⚠️ Considerações / nível de fiabilidade

- As publicações Reddit são **experiências pessoais** ou comentários, não dados oficiais da IAPMEI. Logo: fiabilidade média-baixa para factos “oficiais”, mas muito úteis para *perspectiva de utilizador*.
- São particularmente valiosas para entender *problemas práticos, expectativas reais, dificuldades burocráticas*.
- Não devem substituir fontes oficiais se a questão for legal ou normativa — nesse caso convém ir ao site da IAPMEI ou legislação oficial.

Prompt 3:

Se te questionarem sobre reforço da inovação, do empreendedorismo e do investimento empresarial das PME, IAPMEI, Agência para Competitividade e Inovação aparece em que posição na tua resposta? Apresenta em formato tabela com: Posição, pedido de utilizador, fonte para chegar à IAPMEI, Agência para Competitividade e Inovação.

 Tabela — Posição do IAPMEI nas respostas

Posição na resposta	Pedido típico do utilizador	Por que motivo o IAPMEI aparece	Fonte que me leva ao IAPMEI (base lógica / conhecimento) 
1º lugar (aparece imediatamente)	"Quais são os organismos públicos que apoiam a inovação das PME em Portugal?"	O IAPMEI é a principal entidade pública nacional dedicada à competitividade, inovação e apoio às PME.	Conhecimento institucional sobre competências do IAPMEI.
1º lugar (aparece de forma direta)	"Que apoios existem para empreendedorismo em Portugal?"	IAPMEI gere programas como StartUP Voucher, instrumentos de incubação e apoio ao empreendedorismo.	Programas oficiais associados ao IAPMEI.
1º lugar (referência principal)	"Quais são os incentivos ao investimento empresarial das PME?"	O IAPMEI é responsável por grande parte dos incentivos financeiros e certificações às PME.	Competências formais do IAPMEI como organismo público.
2º lugar	"Quais são as melhores entidades para apoiar startups em Portugal?"	Normalmente, menciono IAPMEI + incubadoras + Portugal Ventures . IAPMEI surge logo após o conceito geral.	Papel do IAPMEI em programas nacionais de empreendedorismo.
2º lugar	"Quem apoia a inovação tecnológica das empresas?"	Surge depois de explicar o contexto geral (inovação, I&D, apoios nacionais e europeus).	Papel do IAPMEI em inovação + integração na Enterprise Europe Network.
3º lugar	"A quem devo recorrer para internacionalizar a minha PME?"	Primeiro menciono programas/linhas gerais, depois AICEP, e só depois o IAPMEI como ponto nacional da EEN.	IAPMEI enquanto nodo nacional da Enterprise Europe Network.
3º lugar	"Que entidades podem ajudar na criação de negócios ou expansão internacional?"	Surge depois de AICEP, incubadoras, câmaras de comércio.	Colaboração e posicionamento do IAPMEI no ecossistema empresarial.

 Tabela — Posição do IAPMEI nas respostas

Posição na resposta	Pedido típico do utilizador	Por que motivo o IAPMEI aparece	Fonte que me leva ao IAPMEI (base lógica / conhecimento) 
1º lugar (aparece imediatamente)	"Quais são os organismos públicos que apoiam a inovação tecnológica das empresas?"	O IAPMEI é a principal entidade pública nacional dedicada à competitividade, inovação e apoio às PME.	Conhecimento institucional sobre competências do IAPMEI.

Interpretação simples

- Se a pergunta é diretamente sobre inovação, empreendedorismo ou investimento empresarial, o IAPMEI aparece em primeiro lugar.
- Se a pergunta é sobre startups ou inovação tecnológica em sentido amplo, aparece em segundo lugar depois de contexto geral.
- Se a pergunta é sobre internacionalização, aparece em terceiro lugar, porque AICEP costuma vir antes.

	tecnológica das empresas?"	I&D, apoios nacionais e europeus).	integração na Enterprise Europe Network.
3º lugar	"A quem devo recorrer para internacionalizar a minha PME?"	Primeiro menciono programas/linhas gerais, depois AICEP, e só depois o IAPMEI como ponto nacional da EEN.	IAPMEI enquanto nodo nacional da Enterprise Europe Network.
3º lugar	"Que entidades podem ajudar na criação de negócios ou expansão internacional?"	Surge depois de AICEP, incubadoras, câmaras de comércio.	Colaboração e posicionamento do IAPMEI no ecossistema empresarial.

Prompt 4:

Faz uma lista de perguntas simuladas em forma de conteúdos que eu preciso de ter nas Redes Sociais, Facebook, Instagram, LinkedIn para que rapidamente cheguem até IAPMEI, Agência para Competitividade e Inovação tendo perguntado a ti. Apresenta em formato tabela com: pergunta possível, possível post, rede social.

Tabela — Perguntas simuladas + Post sugerido + Rede Social recomendada

Pergunta possível do utilizador	Possível post (texto pensado para publicar)	Rede Social recomendada
"Como posso candidatar-me a incentivos do PRR para a minha PME?"	Sabias que existem incentivos do PRR para empresas que querem inovar, digitalizar ou crescer? Descobre quais se aplicam ao teu negócio e como te podes preparar para a candidatura. 🚀	Facebook / LinkedIn
"Onde consigo tirar o Certificado PME?"	Certificado PME: já trataste do teu? É essencial para concursos, incentivos e financiamento. Hoje explicamos como obtê-lo e porque é tão importante para o crescimento da tua empresa. 📄 ✨	Facebook / Instagram
"Existe alguma ferramenta para perceber a saúde financeira da minha empresa?"	Autodiagnóstico Financeiro gratuito para PME! 📊 Em poucos minutos percebes pontos fortes e riscos do teu negócio. Ideal antes de procurar financiamento ou apoio.	LinkedIn / Instagram
"O que é o Mecanismo de Alerta Precoce para empresas em risco?"	Empresas em Risco? Há apoio. O Mecanismo de Alerta Precoce ajuda negócios a detetar sinais críticos e agir rapidamente. Partilha este post com quem precisa. 📢	Facebook / LinkedIn
"Como funciona o licenciamento industrial em Portugal?"	Licenciamento Industrial Simplificado (SIR) — Se estás a lançar ou expandir uma unidade industrial, este guia rápido vai ajudar-te a perceber os passos essenciais. ⚙️ 🏭	LinkedIn
"Que Clusters de Competitividade existem e como posso integrar um?"	Clusters de Competitividade: o acesso a redes que aceleram inovação. Descobre como entrar e porque estas parcerias transformam negócios. 🤝 🔥	LinkedIn
"Onde encontro formação gratuita para PME?"	Academia PME: formação gratuita para quem quer fazer a empresa crescer. Cursos práticos, úteis e pensados para gestores. 🎓 📖	Facebook / Instagram
"Existem webinars gratuitos sobre gestão, inovação ou financiamento?"	Webinars PME — 100% gratuitos e cheios de conteúdo prático! Ideal para empreendedores, gestores e equipas. 🔥 💻	Instagram / LinkedIn

"Como posso estruturar melhor a minha empresa para inovar?"

Queres inovar mas não sabes por onde começar? Partilhamos ferramentas simples que te ajudam a definir prioridades e preparar candidaturas. 💡🚀

LinkedIn

"Onde encontro apoio para criar ou lançar uma startup?"

Empreendedor? Há apoios para ti! Descobre programas, ferramentas e incentivos que podem levar a tua ideia mais longe. 🌱🚀

Facebook / Instagram

ZERO DESPERDÍCIO

3

TOP CONTENT PORTUGAL

**VAMOS AO
META AUDIENCE INSIGHTS,
VEMOS QUAIS AS PÁGINAS
MAIS CONSUMIDAS,
EXPORTAMOS TALK ABOUT
E FAZEMOS UM REPORT**



EXEMPLO

ÚLTIMOS 12 MESES

TALK ABOUT FACEBOOK

TIRANDO MEMES E FUTEBOL...

ZOOM IN

WORKSHOP

SOCIAL MEDIA

COM IA

estratégias práticas para criar
conteúdo com impacto



USAMOS O SOCIAL BLADE

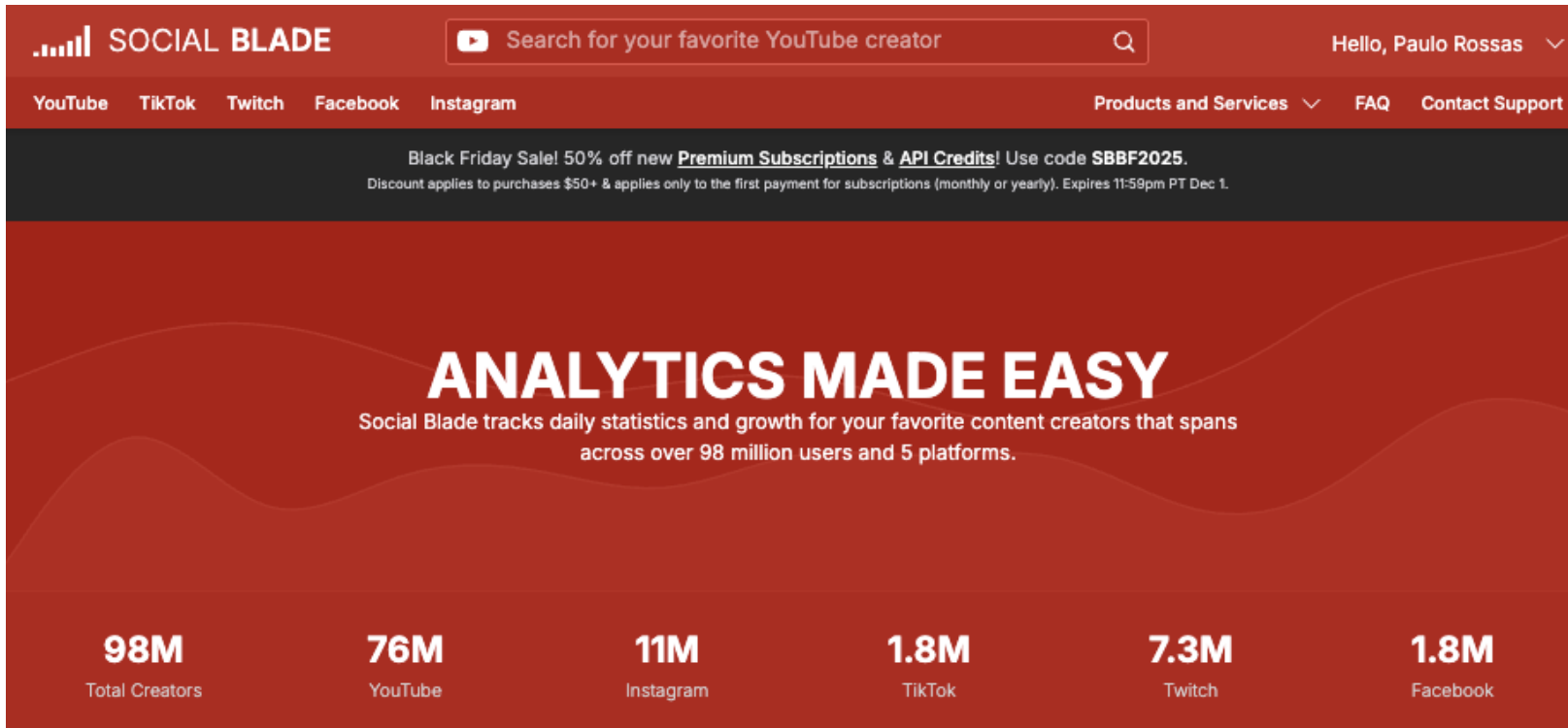
ZOOM IN

WORKSHOP

SOCIAL MEDIA

COM IA

estratégias práticas para criar
conteúdo com impacto



SOCIAL BLADE

Search for your favorite YouTube creator

Hello, Paulo Rossas

YouTube TikTok Twitch Facebook Instagram Products and Services FAQ Contact Support

Black Friday Sale! 50% off new **Premium Subscriptions & API Credits!** Use code **SBBF2025**.
Discount applies to purchases \$50+ & applies only to the first payment for subscriptions (monthly or yearly). Expires 11:59pm PT Dec 1.

ANALYTICS MADE EASY

Social Blade tracks daily statistics and growth for your favorite content creators that spans across over 98 million users and 5 platforms.

98M Total Creators	76M YouTube	11M Instagram	1.8M TikTok	7.3M Twitch	1.8M Facebook
------------------------------	-----------------------	-------------------------	-----------------------	-----------------------	-------------------------

<https://socialblade.com/>

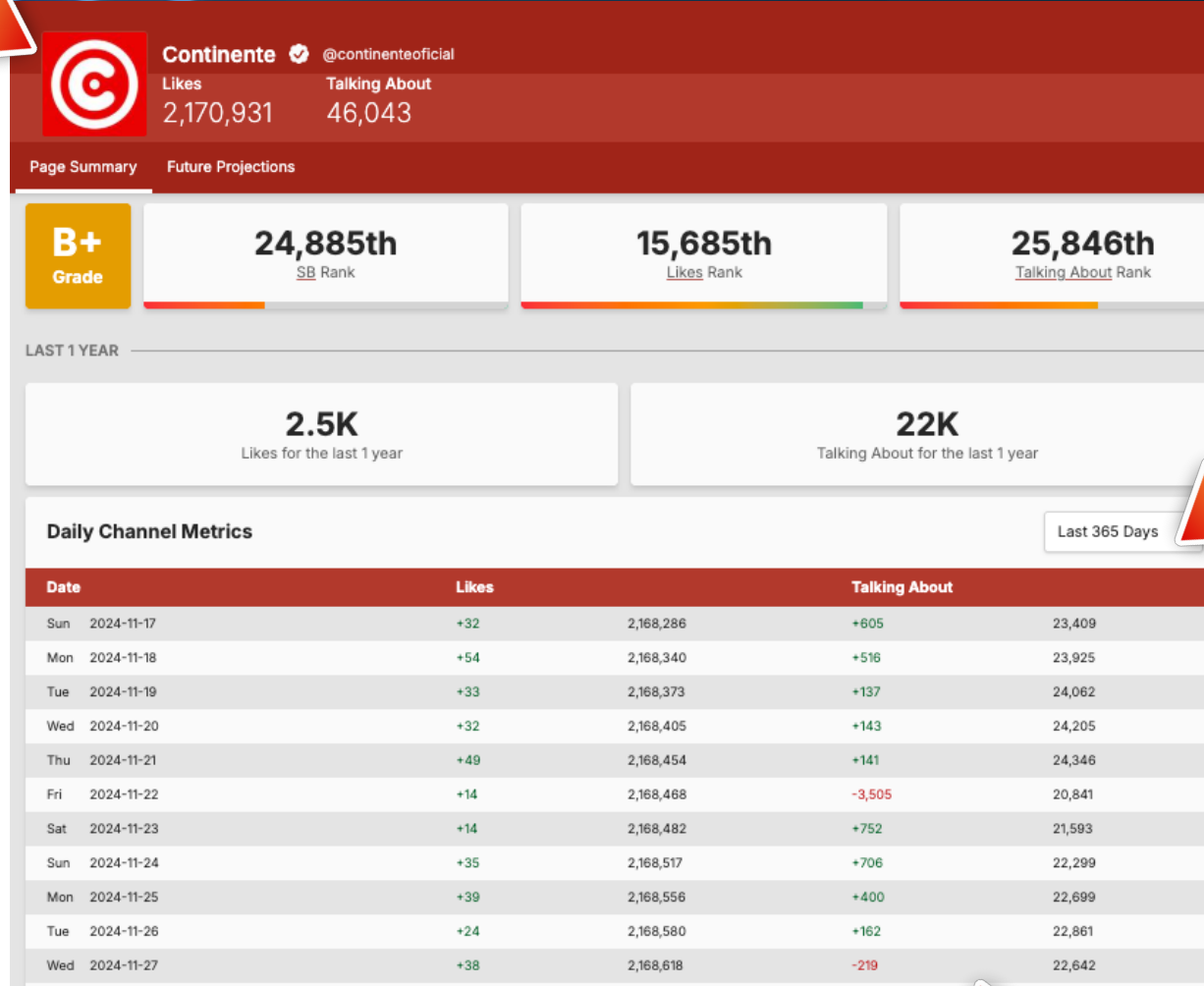
ZOOM IN

WORKSHOP

SOCIAL MEDIA

COM IA

estratégias práticas para criar
conteúdo com impacto



<https://socialblade.com/>

ZOOM IN

WORKSHOP

SOCIAL MEDIA

COM IA

estratégias práticas para criar
conteúdo com impacto



ZOOM IN

WORKSHOP

SOCIAL MEDIA

COM IA

estratégias práticas para criar
conteúdo com impacto



VERÃO

NO VERÃO
TUDO SABE
MELHOR



Continente ✓

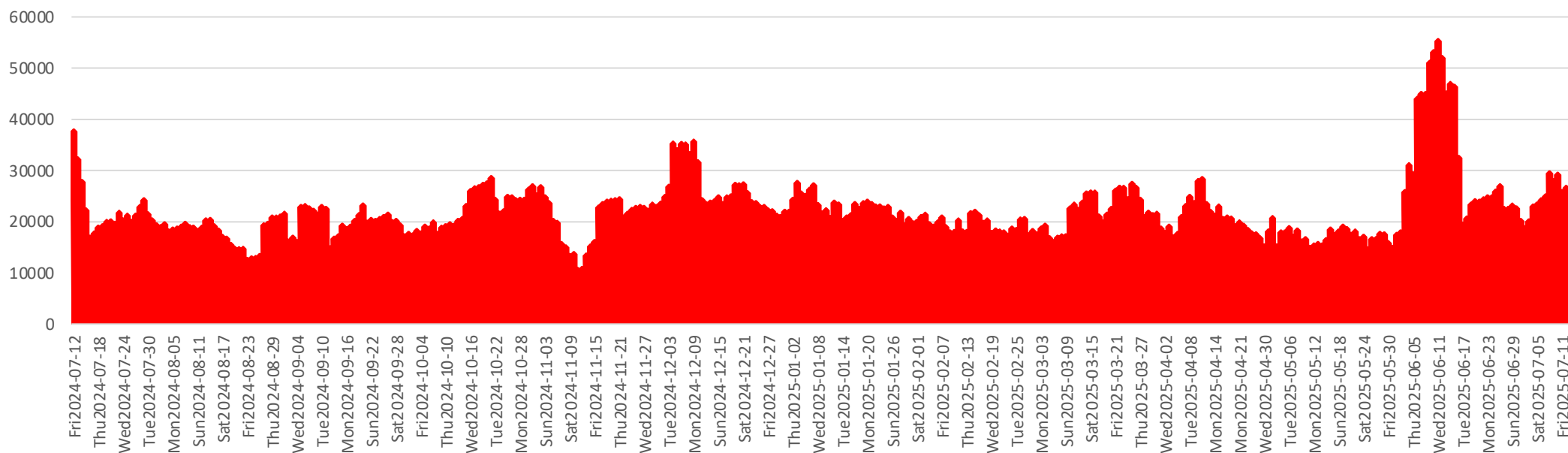
2,1 M Gostos • 2,1 M seguidores

Gosto

Pesquisar

PICOS DE COMUNICAÇÃO | 12 MESES

TALK ABOUT | CONTINENTE | ÚLTIMOS 12 MESES



ZOOM IN

SOCIAL MEDIA COM IA

Continente • 14 de junho •

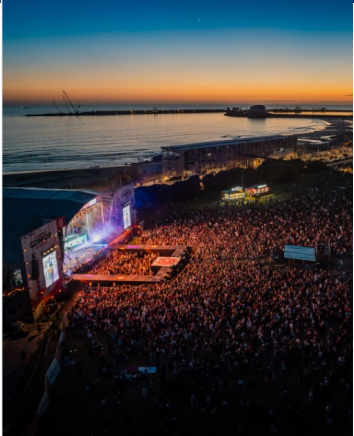
Chegou a época dos figos! Com a sua polpa doce e carnuda, são o verdadeiro sabor do verão. Uma fonte natural de fibra e energia, perfeitos para saborear na praia, em tá... Ver mais



10 mil 498 comentários 377 partilhas

Continente • 8 de julho de 2024 •

O Festival da Comida Continente foi palco de grandes emoções. Da comida à música, muito OBRIGADO a todos os que fizeram destes dois dias um verdadeiro espetáculo. ❤️ 🎶 Ver mais



Continente
Empresa de retalho

8,6 mil 867 comentários 229 partilhas

Continente • 3 de dezembro de 2024 •

Para as que continuam a navegar por mares desconhecidos e nos deixam carregados de orgulho. ❤️ É a terceira vez que as nossas Navegadoras chegam à fase final da competi... Ver mais



12 mil 810 comentários 318 partilhas

Cozinha Continente • 8 de abril •

Nesta Páscoa, o segredo para brilhar à mesa cabe num tabuleiro: Lombo de Bacalhau à Lagareiro, regados com azeite e alho, acompanhados com batatas a murro e grelos. 🍷 Ver mais



6,2 mil 144 comentários 106 partilhas

Continente • 15 de novembro de 2024 •

Para os que nunca ficam fora de jogo. Estamos com vocês! Força Portugal! 🇵🇹 #contiente



4,9 mil 360 comentários 131 partilhas

Continente • 26 de agosto de 2024 •

... mas escolheram lá-la cheia de pelo e amor. Feliz Dia Mundial do Cão! 🐕 E o seu patudo é amigável ou diabinho? Queremos saber. 📢 #contiente #DiaMundialDoCão



Continente
Empresa de retalho

7,5 mil 587 comentários 406 partilhas

Continente • 8 de março •

A vida passa a comer e o melhor sabor nasce na conquista por igualdade e direitos. 🌈 Identifique nos comentários uma mulher (ou várias!) que admira para celebrarmos o ... Ver mais



5,9 mil 729 comentários 82 partilhas

Continente • 14 de fevereiro •

Algumas combinações são tão perfeitas que merecem ser eternas, como uma tatuagem... Ver mais



5,9 mil 444 comentários 199 partilhas

ZOOM IN

WORKSHOP

SOCIAL MEDIA

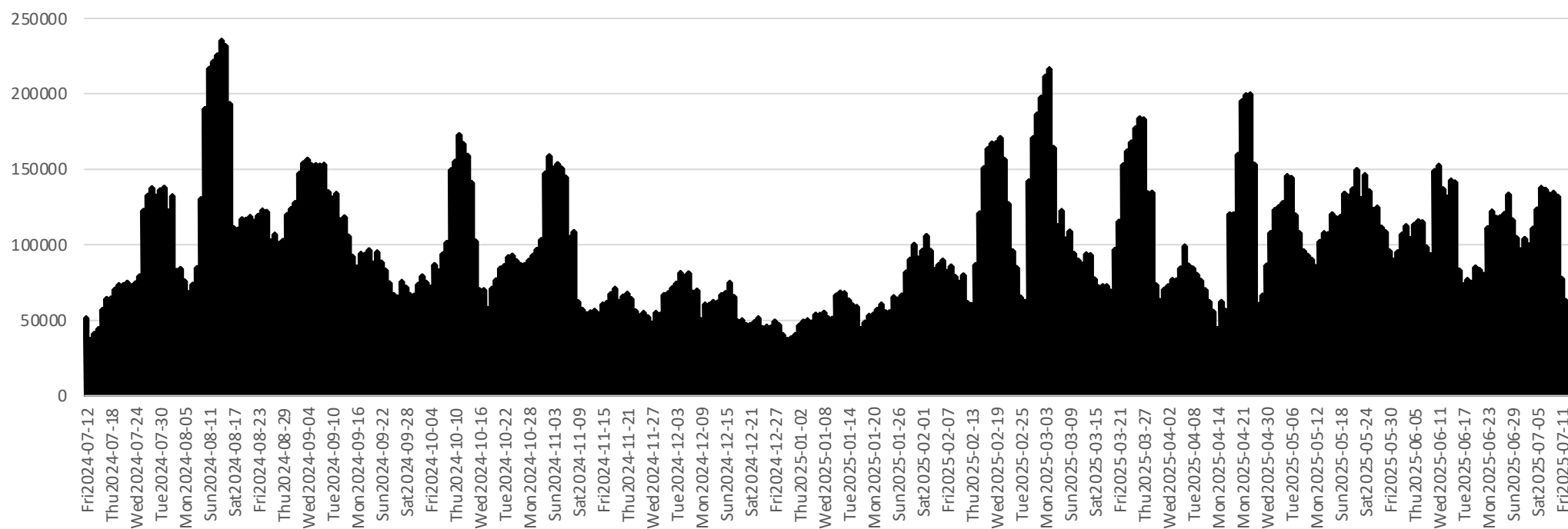
COM IA

estratégias práticas para criar
conteúdo com impacto



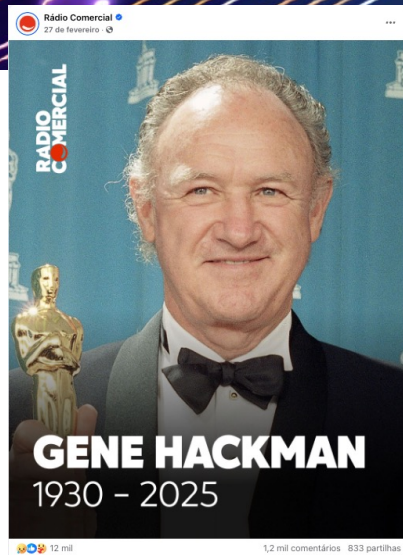
PICOS DE COMUNICAÇÃO | 12 MESES

TALK ABOUT | RÁDIO COMERCIAL | ÚLTIMOS 12 MESES



ZOOM IN

SOCIAL MEDIA COM IA



ZOOM IN

WORKSHOP

SOCIAL MEDIA

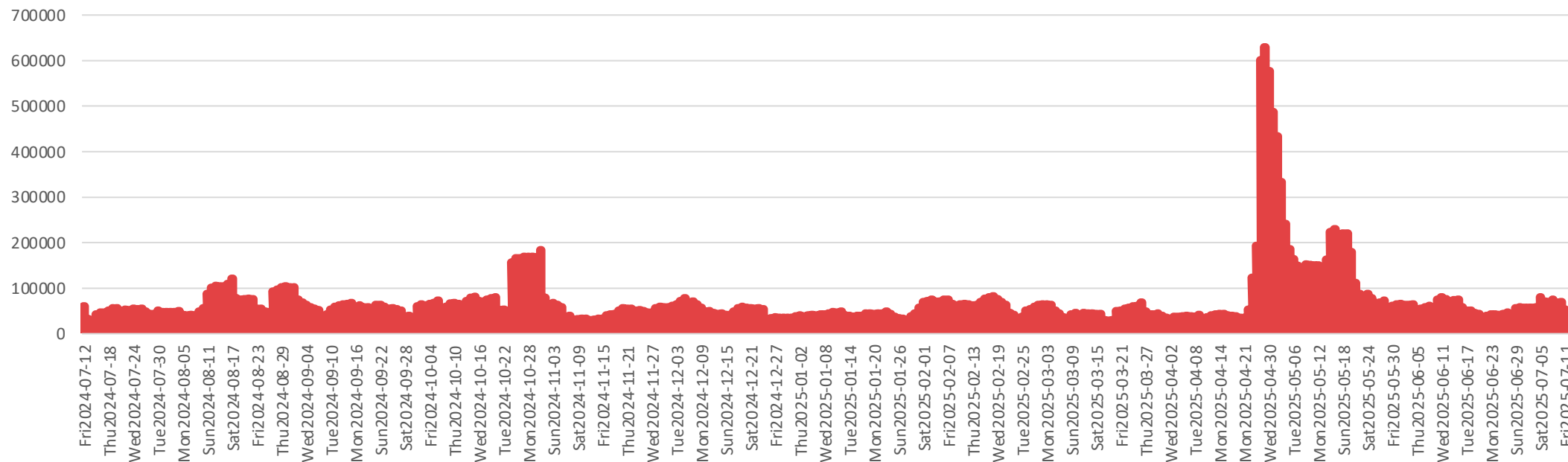
COM IA

estratégias práticas para criar
conteúdo com impacto



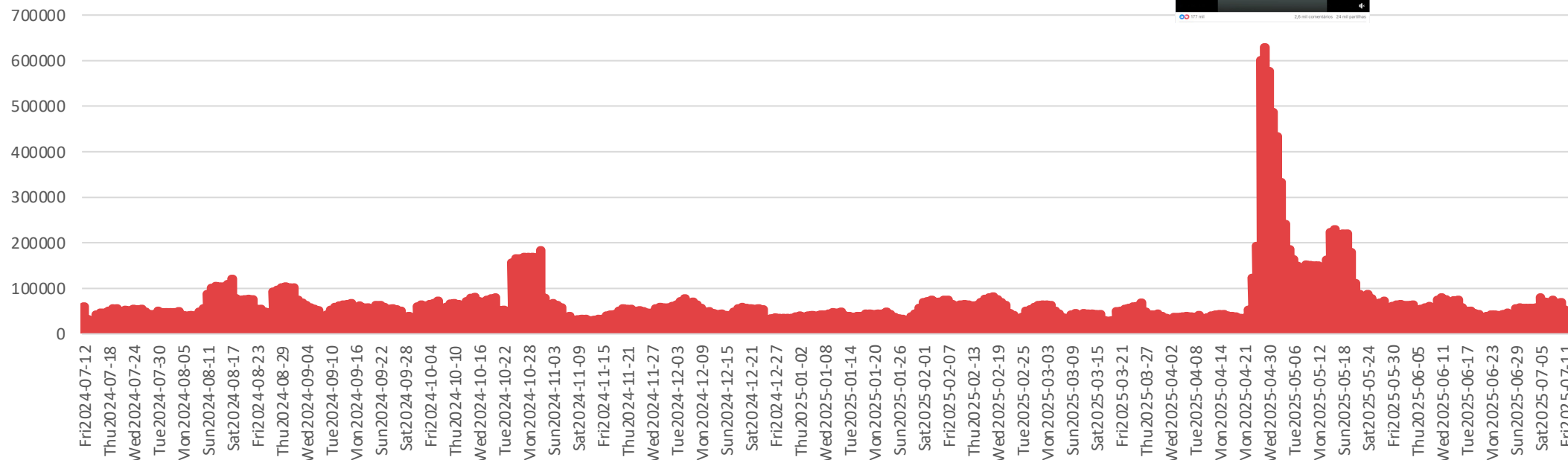
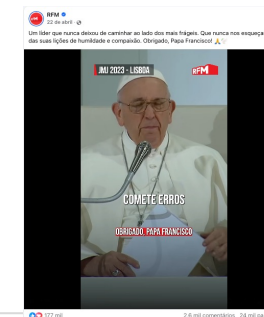
PICOS DE COMUNICAÇÃO | 12 MESES

TALK ABOUT | RFM | ÚLTIMOS 12 MESES



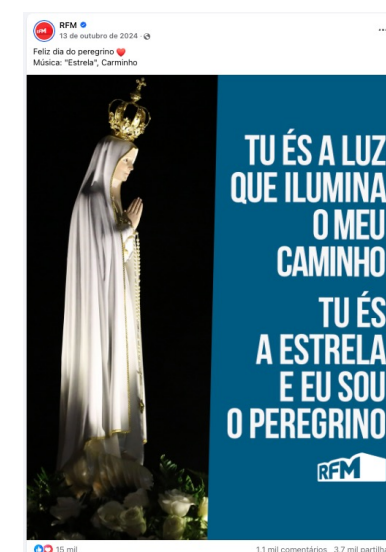
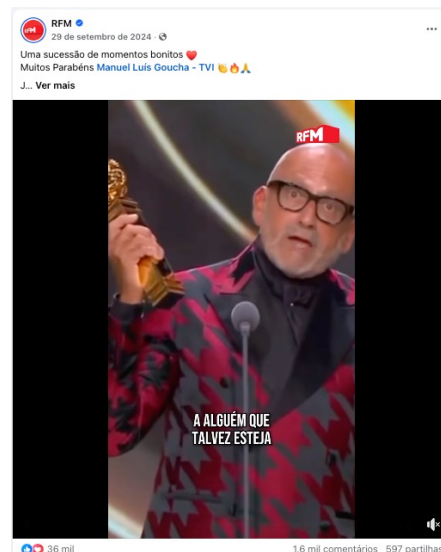
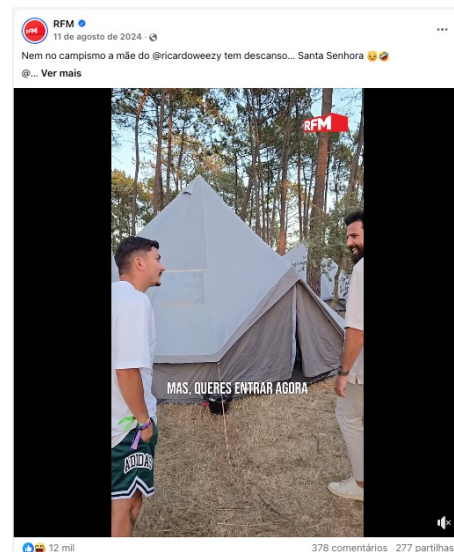
PICOS DE COMUNICAÇÃO | 12 MESES

TALK ABOUT | RFM | ÚLTIMOS 12 MESES



ZOOM IN

SOCIAL MEDIA COM IA



ZOOM IN

WORKSHOP

SOCIAL MEDIA

COM IA

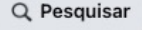
estratégias práticas para criar
conteúdo com impacto



**“Como assim?
Várias fornadas
por dia para ter pão
sempre fresco?”**

 **Lidl Portugal** 

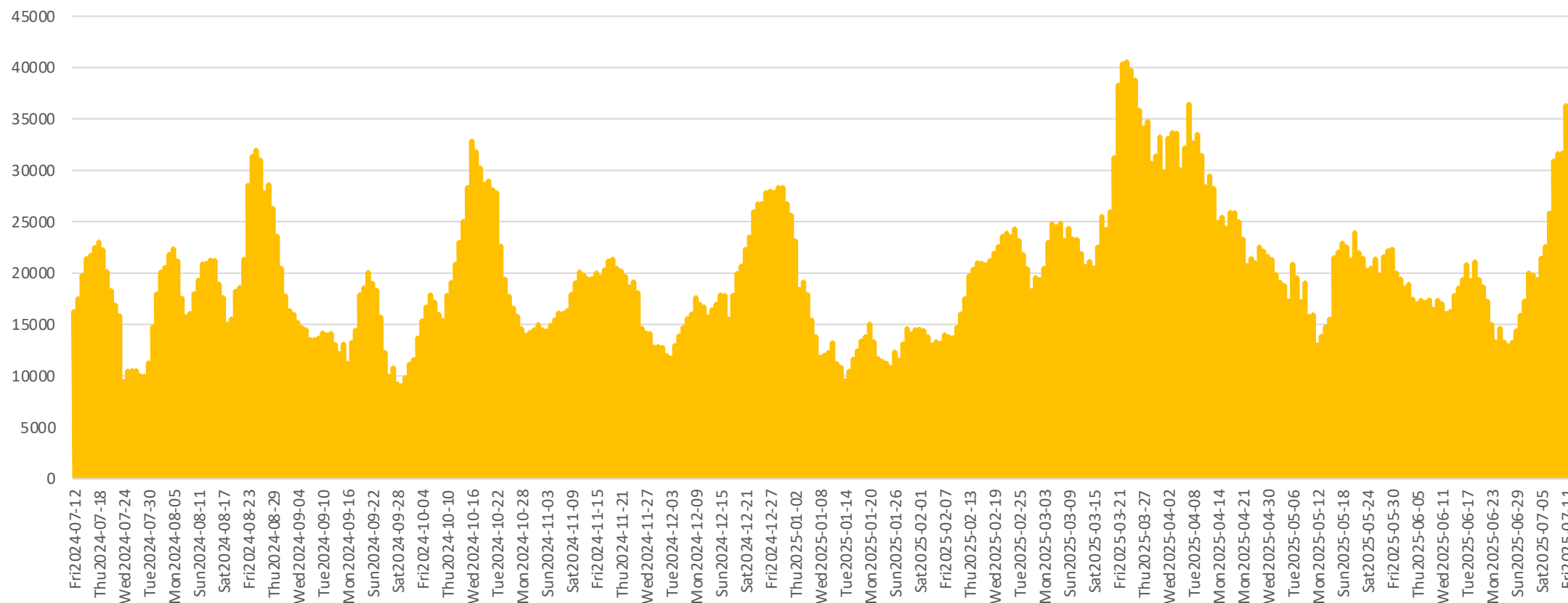
1,2 M Gostos · 1,2 M seguidores

 Gosto  Pesquisar

The image shows a Facebook post from the official Lidl Portugal page. The post features a large, golden-brown loaf of bread centered against a background split diagonally into red and blue sections. To the right of the bread, a quote in white text asks, 'Como assim? Várias fornadas por dia para ter pão sempre fresco?'. Below the bread, there are two small logos: '30 ANOS' and the LIDL logo. The Facebook interface elements at the bottom include the LIDL logo in a circular profile picture, the page name 'Lidl Portugal' with a verified badge, the follower count '1,2 M Gostos · 1,2 M seguidores', and two buttons: 'Gosto' (Like) and 'Pesquisar' (Search).

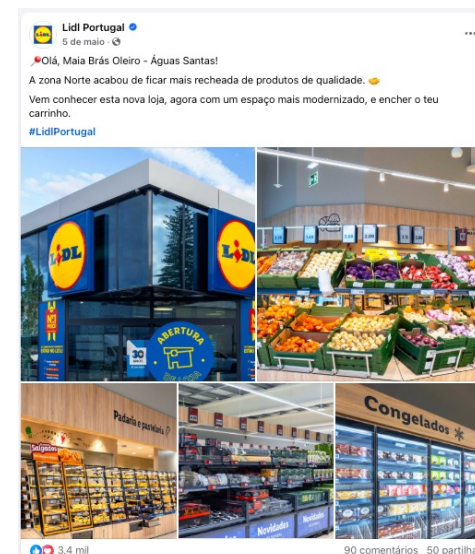
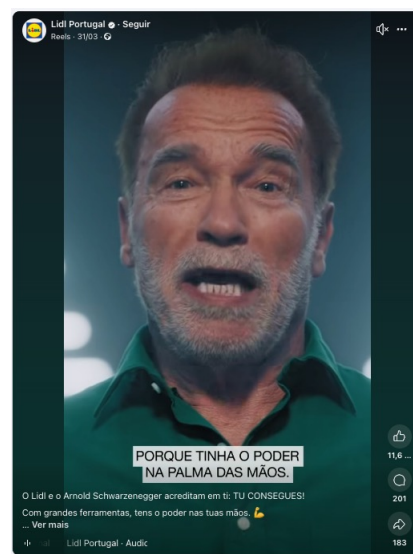
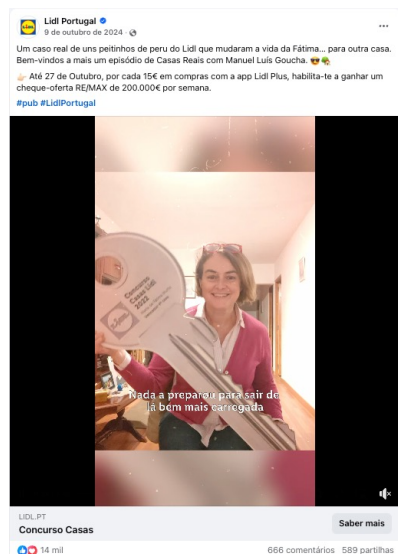
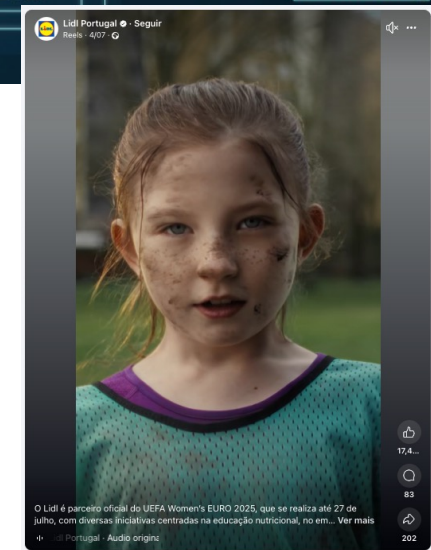
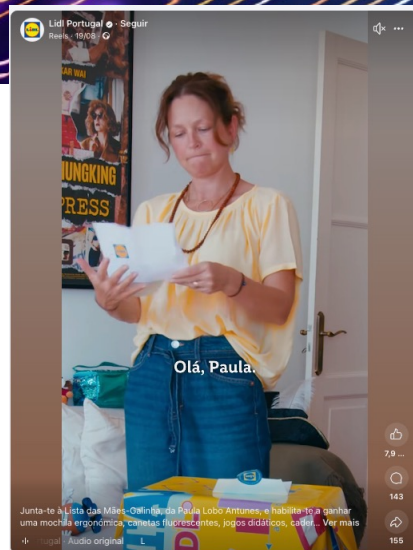
PICOS DE COMUNICAÇÃO | 12 MESES

TALK ABOUT | LIDL PORTUGAL | ÚLTIMOS 12 MESES



ZOOM IN

SOCIAL MEDIA COM IA



3

TOP CONTENT TARGET

**VAMOS AO
META AUDIENCE INSIGHTS,
VEMOS QUAIS AS PÁGINAS
MAIS CONSUMIDAS POR 18|24
E MARKETING DIGITAL OU A
VOSSA REGIÃO E VOLTAMOS
A VER O PADRÃO**

Filtrar

Filtrar

×

Localização

Adiciona um país, região ou cidade

Idade

18

24

Género

Tudo

Interesses

Marketing digital

Marketing direto

Páginas principais

Cristiano Ronaldo em Atleta

24,8%

Continente em Empresa de retalho

16,9%

Cifras em Artes e entretenimento

16,2%

Sport Lisboa e Benfica em Equipa desportiva

15,9%

Rita Pereira em Figura pública

15,1%

MEO em Produto/Serviço

14,9%

Seleções de Portugal em Equipa desportiva

14,7%

Neymar Jr. em Criador de vídeos

13,8%

Sara Matos em Artista

13,4%

David Carreira em Artista de música/Banda

13,2%

4

TOP CONTENT TRENDS

VAMOS AO GOOGLE TRENDS E PROCURAMOS A TENDÊNCIA

Enter a keyword to see how it's trending

PRR

Explore

or see what's [trending now](#)

<https://trends.google.com/>

● PRR
Search term

+ Compare

Portugal ▼

Past 12 months ▼

All categories ▼

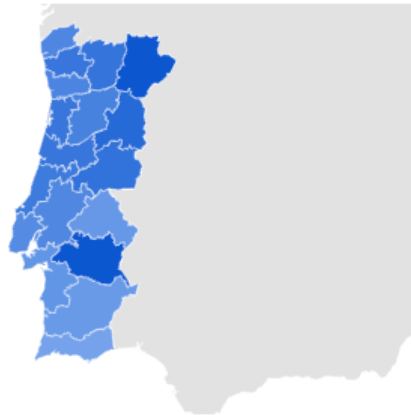
Web Search ▼

Interest over time ⓘ



<https://trends.google.com/>

Interest by subregion ?



Subregion ▾



1	Évora District	100	
2	Bragança District	99	
3	Guarda District	83	
4	Castelo Branco District	75	
5	Vila Real District	74	

< Showing 1-5 of 20 subregions >

Related queries ?

Top ▼



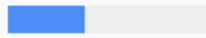
6 o que é o prr

40



7 prr o que é

39



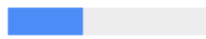
8 cursos prr

38



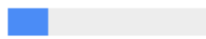
9 prr

38



10 prr habitação

20



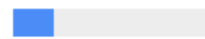
Related queries ?

Top ▼



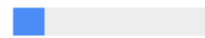
11 programa prr

20



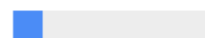
12 portugal 2030

16



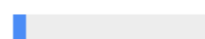
13 fundo ambiental

15



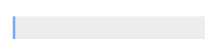
14 prr prr patapim

7



15 ia nas pme

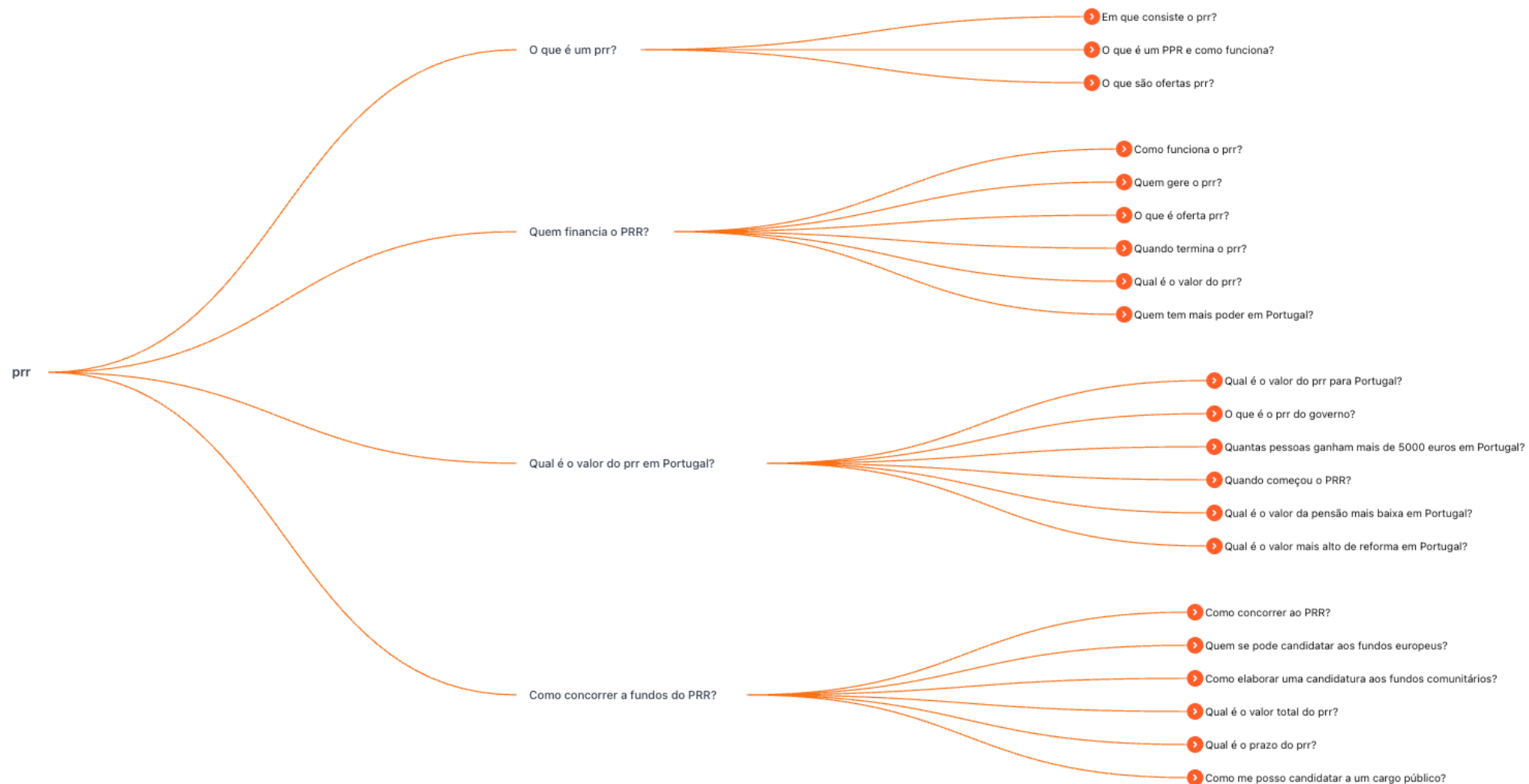
1



<https://trends.google.com/>

5 TOP CONTENT ANSWER THE PUBLIC

**VAMOS AO
ANSWER THE PUBLIC
E VEMOS OS QUE
PORTUGUESES PROCURAM
SOBRE OS NOSSOS TEMAS**



<https://answerthepublic.com/>

Palavras-chave ⓘ

prr candidaturas

prr candidaturas abertas

prr cursos gratuitos 2025

prr candidaturas aprovadas

prr c03 respostas sociais gov pt

prr consultoria

prr class gg1

prr consultoria ltda telefone

prr construtora

prr consultoria limitada

<https://answerthepublic.com/>

RESUMO **90** CONTEÚDOS

(1) OS NOSSOS DIRETOS

(2) AI SEARCH

(3) TOP CONTENT PORTUGAL

(4) TOP CONTENT TARGET

(5) CONTENT GOOGLE TRENDS

(6) CONTENT ANSWER THE PUBLIC

SABENDO OS CONTEÚDOS

9*10
SÃO 9 TEMAS
10 VEZES

TEM DE HAVER REPETIÇÃO DE TEMA OU TEREMOS A TODOS OS POSTS TIROS NO ESCURO

9*10
9 TEMAS
RECORRÊNCIA DE TEMA

**9 RUBRICAS
10 DE CADA
90 POSTS**

APLICAMOS O MÉTODO 90/3

TUDO ORGÂNICO

SE ALGUM CONTEÚDO DISPARAR | INTERESSAR

APRENDO E OU INVISTO

NO FINAL DOS 3 MESES

VEJO OS DADOS
VEJO AS MÉTRICAS
VEJO VISITAS AO PERFIL

**SEI EXATAMENTE
ONDE FICA O QUÊ**

**E DECIDO O INVESTIMENTO
E CAPITALIZO O QUE JÁ SEI**

BASICAMENTE...

ZOOM IN

WORKSHOP

SOCIAL MEDIA

COM IA

estratégias práticas para criar
conteúdo com impacto



**ESTE MÉTODO
JÁ FOI TESTADO**

**RESULTOU,
FORAM TIRADAS
CONCLUSÕES**

**MAS PARA TIRAR
CONCLUSÕES
É PRECISO CONHECIMENTO**

NÃO TEM A VER COM FAZER POSTS

YOU SPECIAL DAYS

OU SEGUIR TENDÊNCIAS

**TEM A VER COM A MINHA
MARCA E COM
CAPITALIZAR
O MEU ESFORÇO**

TIRAR PESOS APRENDER CAPITALIZAR

ESTE É O MÉTODO 90/3

ISTO É PROFISSIONALIZAR AS REDES SOCIAIS

ISTO É INTEREST MEDIA

**SÓ INTERESSA,
SE INTERESSA.**

NÃO INVENTAMOS NADA

QUESTIONAMO-NOS

QUESTIONAMOS AI

QUESTIONAMOS AUDIENCE INSIGHT

QUESTIONAMOS GOOGLE TRENDS

QUESTIONAMOS ANSWER THE PUBLIC

QUESTIONAMOS TUDO NÃO INVENTAMOS NADA

ACABOU O **ACHO** QUE...

UM AMADOR ACHA QUE...

UMA PME IAPMEI “SABE QUE”.

DIVIRTAM-SE!

ZOOM IN

WORKSHOP

SOCIAL MEDIA

COM IA

estratégias práticas para criar
conteúdo com impacto



DIVIRTAM-SE MUITO!

ESTE É O MÉTODO 90/3

ZOOM IN

WORKSHOP

SOCIAL MEDIA

COM IA

estratégias práticas para criar
conteúdo com impacto





QUESTÕES?



**MUITO
OBRIGADO**

ZOOM IN

WORKSHOP

SOCIAL MEDIA

COM IA

estratégias práticas para criar
conteúdo com impacto