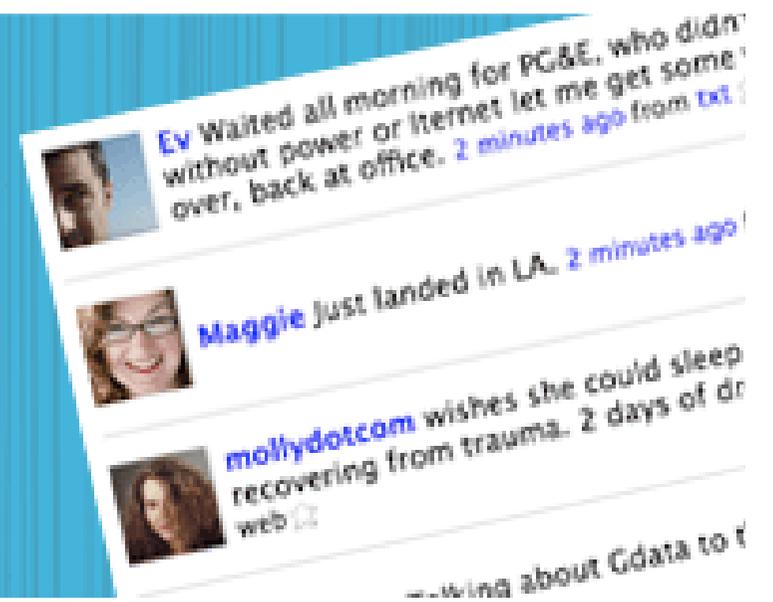


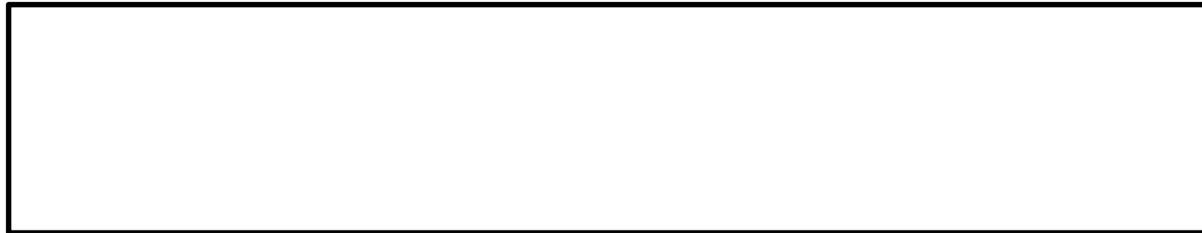
REDES SOCIAIS PARA O EMPREENDEDORISMO

ENSINO SECUNDÁRIO / PROFISSIONAL





De ***“What are you doing?”***
Para ***“What’s happening?”***



140



LinkedIn: Luis Galveias (luis_galveias @ hotmail.com) - Windows Internet Explorer

http://www.linkedin.com/profile?viewProfile=&key=527601&trk=tab_pro

Ficheiro Editar Ver Favoritos Ferramentas Ajuda

Google Search Bookmarks Find Check AutoFill

Gmail - Caixa de entrada (17...) LinkedIn: Luis Galveias (lu... X

Account & Settings | Help | Sign Out | Language

Explore People Search: Harvard - Vice President at Google - Accounting Search People Search Advanced

Home Groups Profile Edit My Profile View My Profile Recommendations Contacts Inbox (4) Applications Add Connections

Profile

Edit My Profile View My Profile Edit Public Profile Settings

GesEntrepreneur
empreendedorismo sustentável

Entidade especializada na formação em empreendedorismo – Caxias - Portugal

Current

- Marketing Manager at FNABA
- Marketing Manager at Gesbanha - Gestão e Contabilidade, SA
- Marketing Manager at GesEntrepreneur - Empreendedorismo Sustentável, Lda. [see all...](#)

Past

- Key Account Manager at On-Spot Marketing (Student Marketing)
- Management Assistant at Gesbanha - Consultancy, Management and Accounting
- Marketing V.P. at

Send a message
Add Luis to your network
Forward this profile to a connection

Ads by LinkedIn Members

[Free book on Startup](#)
"Innovation, the human factor in companies from startup to mature.
<http://www.newbridge-invest.com>
From: Kurt Nybroe-Nielsen

[Join a Growing Industry](#)
Max Muscle Sports Nutrition franchise fuels your passion 4 fitness
www.maxmycareer.com

Internet 100%

Follow Twitter: GesEntrepreneur

The screenshot shows a browser window with the address bar displaying <http://twitter.com/GesEntrepreneur>. The browser's menu bar includes 'Ficheiro', 'Editar', 'Ver', 'Favoritos', 'Ferramentas', and 'Ajuda'. The address bar also shows 'Live Search' and navigation icons. The browser's toolbar includes 'Favoritos', 'Acesso remoto ao correio el...', 'Microsoft bCentral', 'O Web site interno da empr...', and 'Sites Sugeridos'. The browser's status bar shows 'GesEntrepreneur (GesEntrepreneur) on Twitter' and navigation icons for 'Página', 'Segurança', and 'Ferrament'.

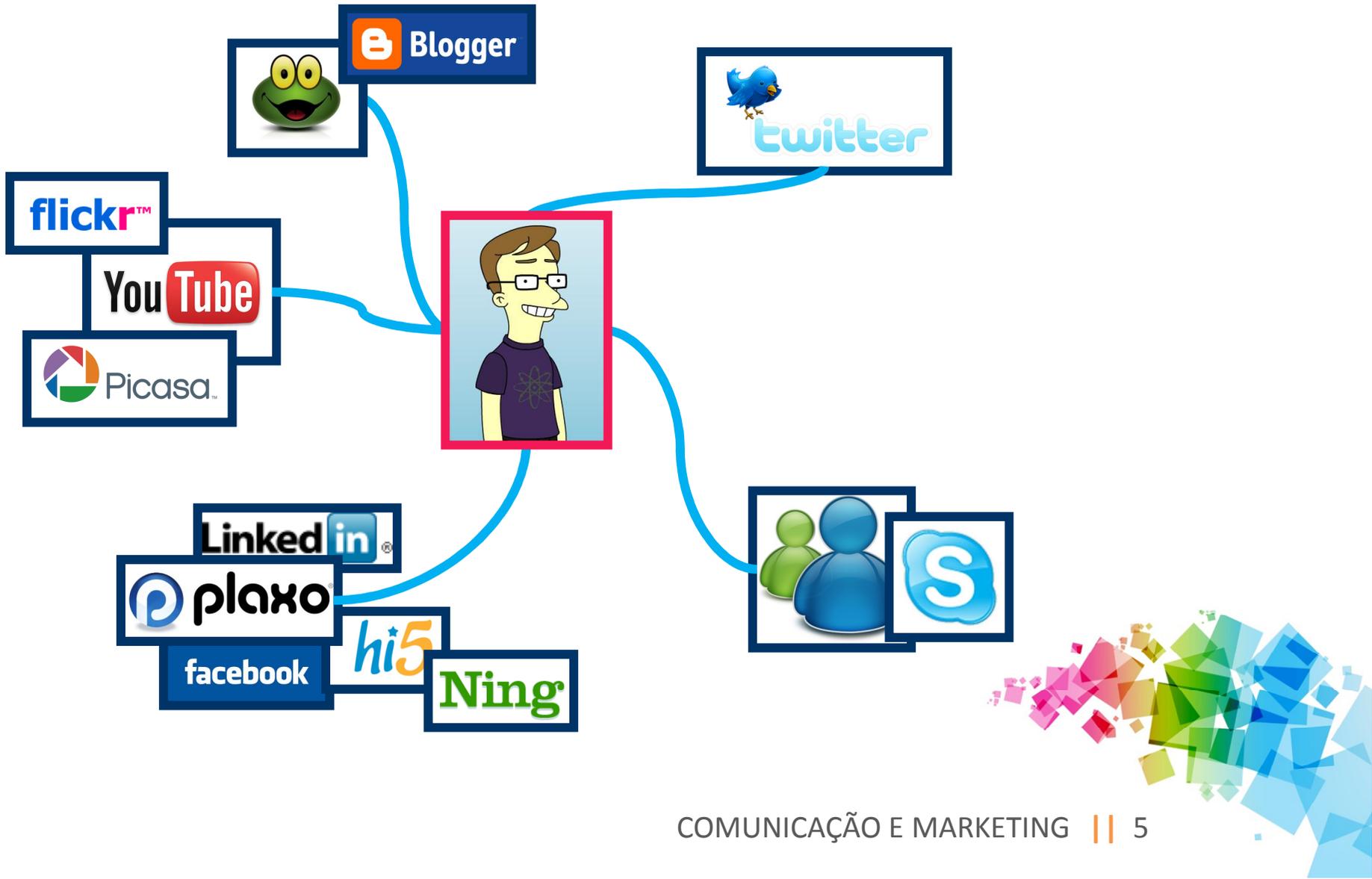
The Twitter profile page for GesEntrepreneur is displayed. At the top, the Twitter logo is visible, along with a 'Sign in' link. Below the logo, a promotional message reads: 'Get short, timely messages from GesEntrepreneur. Twitter is a rich source of instantly updated information. It's easy to stay updated on an incredibly wide variety of topics. Join today and follow @GesEntrepreneur.' A yellow 'Sign Up' button is present. To the right of the button, there is a link to 'Get updates via SMS by texting follow GesEntrepreneur to your local code. Codes for other countries'.

The profile information for GesEntrepreneur is shown below. The profile picture is a blue and white geometric logo. The name is 'GesEntrepreneur' and the bio is 'empreendedorismo sustentável'. Below the bio, it says 'Já começamos as aulas na Escola'. To the right of the profile information, there is a statistics box with the following data:

Name	GesEntrepreneur		
following	8	24	0
followers			
listed			
Tweets	176		
Favorites			
Following			



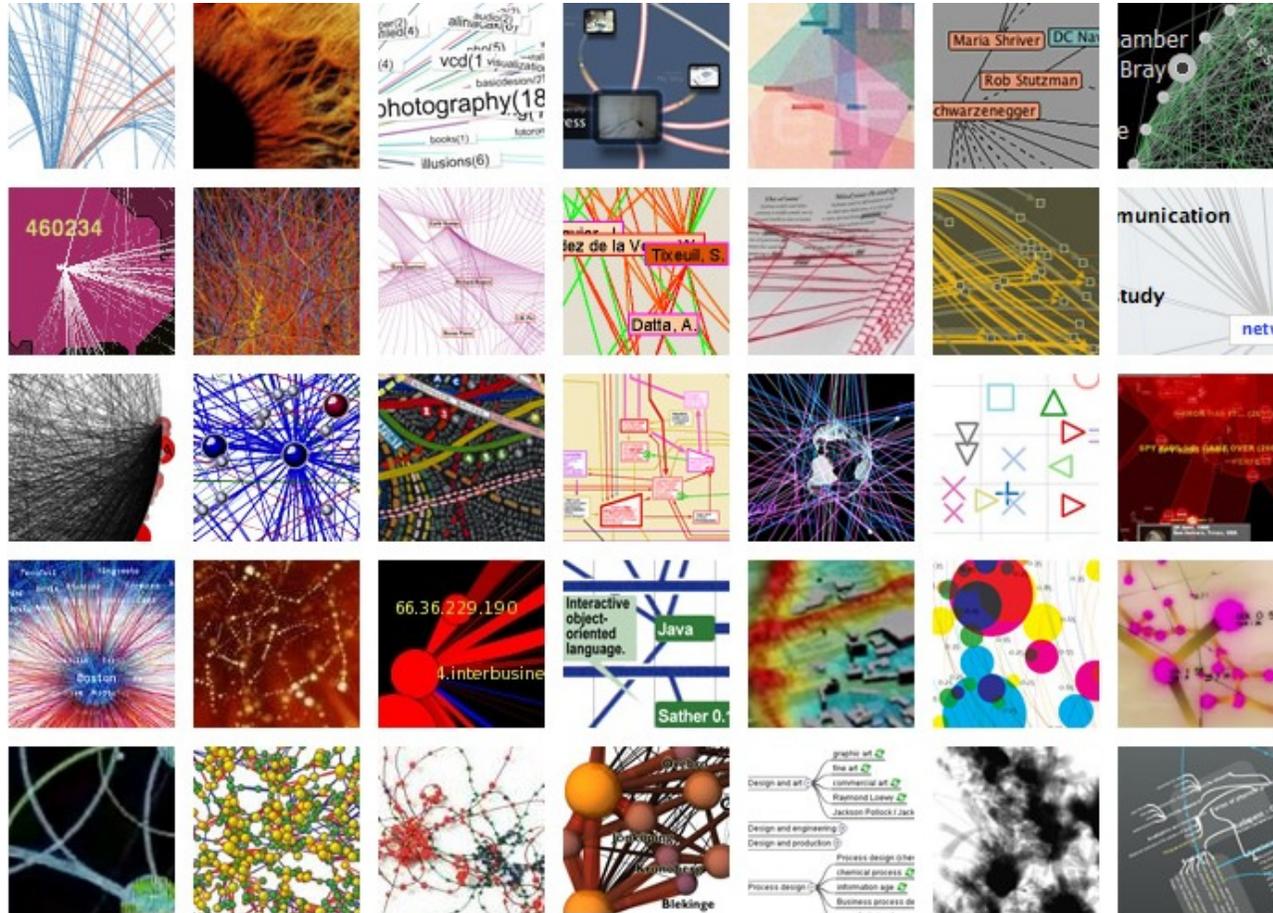
NETWORKING ONLINE



REDES SOCIAIS

Social Networking





Visual Complexity

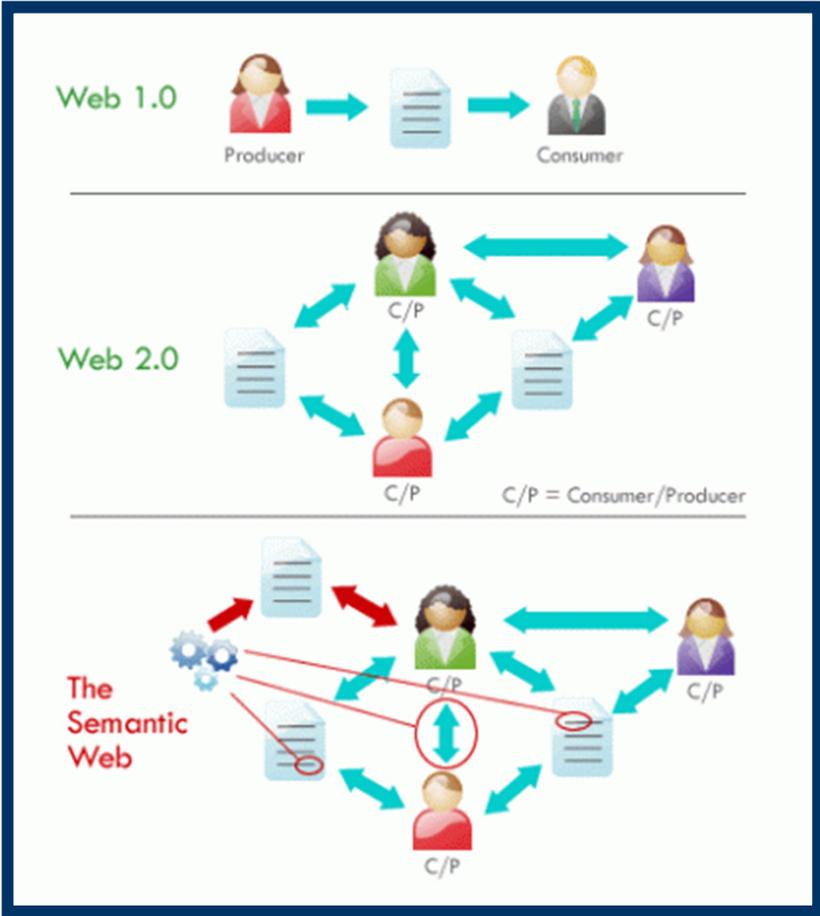
Manuel Lima

Designer português residente em Londres, foi recentemente nomeado pela revista americana *Creativity* como sendo uma das 50 mentes mais criativas e influentes para 2009.



INTERNET: A EVOLUÇÃO

1.0 – 2.0 – 3.0



INTERNET: WEB 1.0

- Sites simples e estáticos que permitem a busca de informação;
- Informações gerais;
- A relação entre o utilizador e a Web é estritamente de consulta;
- O utilizador limita-se a consultar, receber e responder à informação, não existindo produção nem troca (ex.: email).



INTERNET: WEB 2.0

- Deixa de ser uma tecnologia ao serviço de muitos para ser um ambiente de interação onde convergem múltiplas linguagens, tecnologias e motivações;
- A Web 2.0 é a internet como plataforma, onde a regra mais importante é o desenvolvimento de aplicações que beneficiem os efeitos de rede e da inteligência coletiva;
- A palavra-chave é a colaboração para produção de novos conteúdos, dando aos utilizadores a possibilidade de participarem na geração e na troca de informação.



Copyright © Randy Glasbergen. www.glasbergen.com



INTERNET: WEB 2.0

Expoentes

- Wikipédia
- Media Sociais: Youtube, Flickr
- Redes Sociais: MySpace, Facebook, Twitter



INTERNET: WEB 3.0

- Analisa toda a informação e liga-a;
- A pesquisa deixa de ser feita por palavras-chave;
- A Web já não é um mundo de documentos, mas sim de dados;
- A utilização de novas tecnologias e linguagens permitem que a informação seja analisada por máquinas.



Esta será a próxima geração de Web!



REDES SOCIAIS



REDES SOCIAIS

Contactos à distância de um clique

LinkedIn  668 contactos (11,8 milhões em 3º grau)

 **plaxo** 258 contactos

 **facebook** 85 amigos

 **hi5** 30 amigos



REDES SOCIAIS

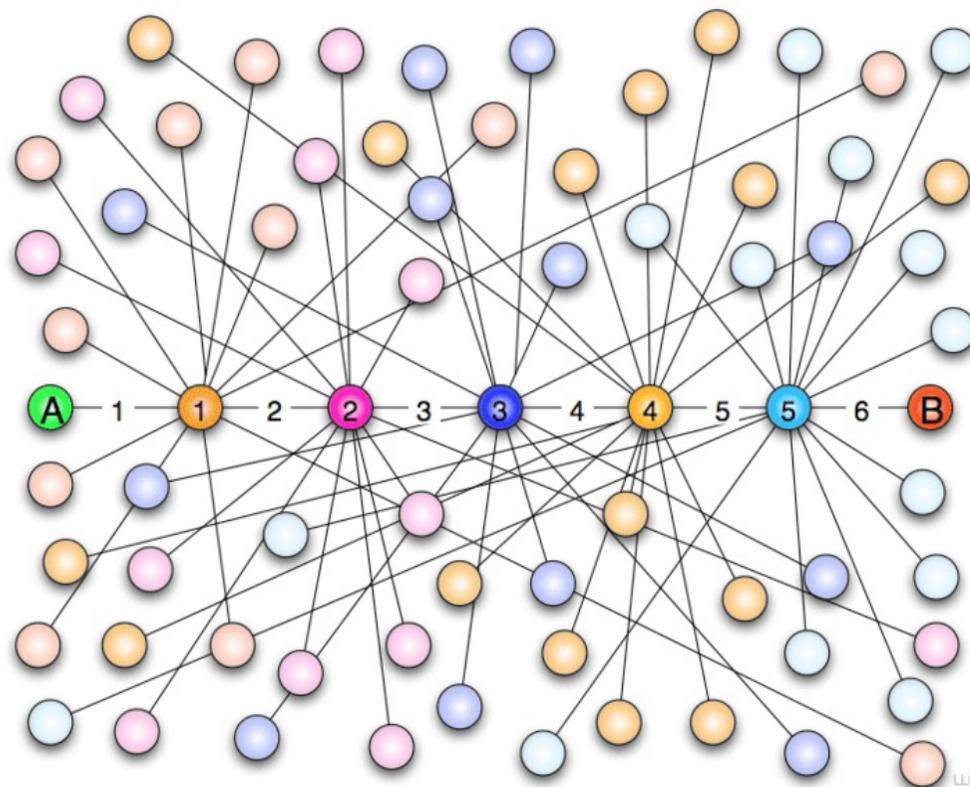


Ning

Cria a tua própria rede social!



REDES SOCIAIS



Barack Obama



Monica Bellucci



Indígena do Brasil

6 Contactos de Distância

Todos estamos, no máximo, a 6 contactos de distância de qualquer pessoa do planeta.



COMO SER BEM SUCEDIDO ONLINE

As redes sociais são publicidade gratuita e permitem o contacto direto com potenciais **empregadores, empreendedores**, empresas de **recrutamento** e **head hunters**.

O curriculum vitae online passa a ser a informação que é transmitida pelos ativos que cada um tem: blog, perfil em diferentes redes sociais, comentários deixados em blogs de terceiros, grupos a que pertence, etc.

É um canal perfeito para comunicar as **hard skills** (ensino, experiências anteriores) bem como as **soft skills** (trabalho em equipa, relacionamento com terceiros, capacidade de exposição e comunicação, conhecimento sobre determinado tema).



COMO SER BEM SUCEDIDO ONLINE

1. Analisar a situação atual

Tempo disponível? Rede profissional extensa? Objetivos: criar uma empresa, escolher a melhor faculdade, tornar-se líder de opinião num determinado tema, encontrar um emprego?

2. Construir a marca pessoal

Quais as principais forças? Que paixões conduzem aos objetivos? Como se é visto pelos outros e qual a perceção que se pretende transmitir no futuro?

3. Selecionar as ferramentas certas

Quais as redes sociais mais adequadas? Onde estão as pessoas com quem quero contactar? Existe alguma rede especializada no setor em que trabalho?

4. Construir um império

Ser fonte de conteúdo (artigos, áudio, vídeo...) para utilização própria e para partilha com a comunidade. O “império” atinge-se com a criação e publicação consistente de informação.

5. Auto-marketing

É necessário despende mais tempo a trabalhar na autopromoção do que na criação de conteúdos. Como? Gerindo grupos de interesse, participando ativamente noutros blogs, entrevistando outros bloggers, aderindo a fóruns...

6. Monitorizar a reputação

Subscrever serviços de alerta; verificar e propor referências noutros blogs.



REDES SOCIAIS PARA PROMOVER NEGÓCIOS

1. As redes sociais como ferramenta de divulgação

A utilização de redes sociais como ferramenta de divulgação ganha maior importância para os pequenos negócios que, com as redes sociais, têm a hipótese de estarem par a par das maiores empresas do mundo, ganhando maior notoriedade que as mesmas.

2. Como criação de comunidades

A criação de comunidades e relações de proximidade com os clientes é potenciada pelo uso das redes sociais de uma forma mais intensa que as campanhas de publicidade tradicional.

3. Budget insuficiente

Um pequeno negócio tem, na maioria dos casos, dificuldades em possuir o budget disponível para implementar uma campanha publicitária de revista, rádio ou televisão. Isso já não acontece em relação às redes sociais.

4. Não basta estar presente!

Temos de saber como devemos estar presentes, o que devemos dizer e quem devemos seguir.

5. O sucesso das redes

É conhecido o sucesso supremo da utilização de redes sociais como ferramenta de união de pessoas em torno de causas, como são exemplo a eleição de Barack Obama, com o uso intensivo do Twitter e do Facebook e o uso do Twitter como forma de protesto social do povo iraniano após as últimas eleições.

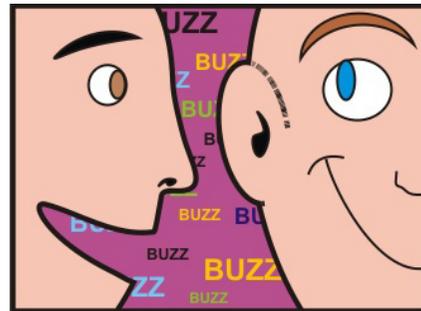


DO BUZZ MARKETING AO SOCIAL MEDIA

Confiamos mais na D^a Adelina, responsável de loja do Pingo Doce da nossa rua, do que na Jerónimo Martins.

É por esse motivo que o marketing deve ser mais pessoal e menos corporativo.

Não há nada mais pessoal do que uma conversa e, por isso, é que um dos objetivos do buzz marketing é gerar conversas.



DO BUZZ MARKETING AO SOCIAL MEDIA

Porque funciona o passa-palavra?

- Quem recomenda é um amigo ou alguém em quem se confia;
- O conselho vem de uma fonte independente e não do fabricante;
- A mensagem é geralmente genuína e sem exageros;
- O valor da oferta é personalizado para o recetor;
- O “mensageiro” explica o valor da oferta até que seja totalmente entendido.



DO BUZZ MARKETING AO SOCIAL MEDIA

25 milhões de blogs geram 1,7 milhões de posts diariamente

19 mil fóruns geram 3 milhões de posts por dia

Um anúncio de televisão dura 30 segundos

Um anúncio numa revista dura 1 semana

Um outdoor dura 1 mês

Um carro decorado dura 6 meses

...

Um post num blog ou num fórum fica lá para sempre!!!



TWITTER: SITUAÇÕES PECULIARES

Re my new RedMonk position. The formal job offer was made and accepted via Twitter!



7:53 AM May 23rd, 2008 from twirl



TomRaftery

Tom Raftery

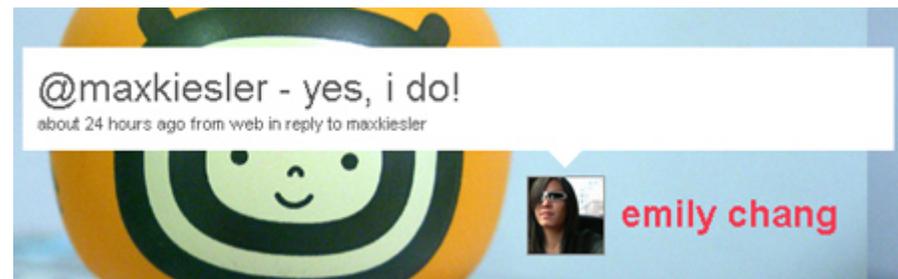
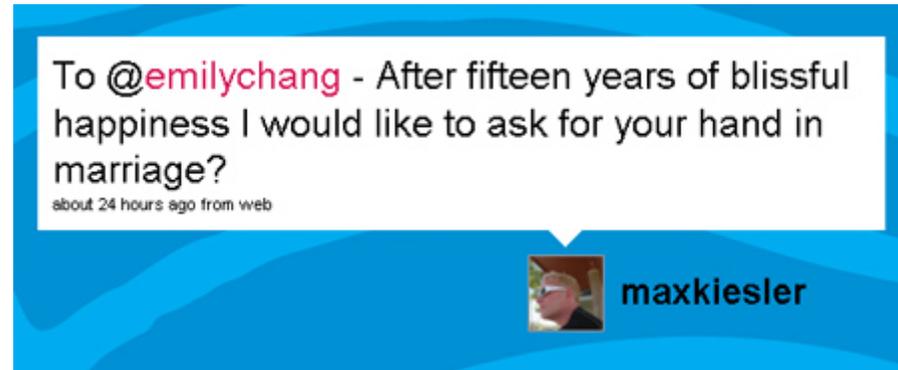
RedMonk, uma empresa de open-source e consultoria, ofereceu a Tom Raftery um cargo na empresa através do Twitter. Tom aceitou a oferta.

<http://mashable.com/2009/04/10/extraordinary-twitter-updates/>



TWITTER: SITUAÇÕES PECULIARES

A 26 de maio de 2008, Max Kiesler pediu a Emily Chang em casamento, tendo esta aceite a proposta com as simples 3 palavras.



<http://mashable.com/2009/04/10/extraordinary-twitter-updates/>



REDES SOCIAIS: EM SÍNTESE

- A facilidade de publicar conteúdos na internet está a transformar o consumidor em produtor de informação.
- Desde a criação de clubes de fãs, comunidades, grupos de interesses, experiências profissionais, entre muitas outras temáticas; aquilo que antes era informação restrita, agora é pública e interfere nas opiniões de outros.
- Aprender a interagir com esta realidade é um desafio para os profissionais de marketing.
- O marketing digital tem como objetivo pesquisar mercados, divulgar produtos, serviços e marcas corporativas nesse ambiente virtual.
- As redes sociais trazem novas possibilidades e oportunidades na vertente pessoal mas também na vertente profissional.
- Hoje, ferramentas como web site, site institucional, site comercial, microsite, email, banner, entre outras, são essenciais ao desenvolvimento das atividades das empresas.

