



FERRAMENTAS REDES SOCIAIS





MAS PARA QUE SERVE ESTE E-BOOK?

Muito obrigado por ter realizado o download do **E-Book Ferramentas de Redes Sociais**.

Esperamos que o ficheiro seja útil e que possa usar este documento com regularidade.

Este documento foi concebido para ser utilizado efectivamente como uma ferramenta de trabalho e destina-se a facilitar a sua vida, poupando assim tempo e paciência em pesquisas relacionadas com os temas aqui apresentados.

Contudo, existem dois tipos de ferramentas neste documento: directas e indirectas.

As ferramentas directas encontra na secção **Ferramentas Online**, onde poderá entrar rapidamente numa plataforma que lhe proporciona autonomia, rapidez e eficácia para determinadas necessidades. As dicas nesta secção são para usar, explorar e abusar!

As ferramentas indirectas encontra nos capítulos **Conceitos** e **Livros**. Ambas as secções destinam-se sobretudo a estimular a sua curiosidade sobre os fenómenos de comunicação inerentes à nova economia digital desenhada pela Internet. Com descrições sucintas sobre as teorias, autores e livros pretendemos propagar a cultura de marketing digital por todos os interessados.

Se tiver sugestões para futuros **E-Books da Beat Digital** sinta-se com total liberdade para enviar a sua opinião - será com muito gosto que vamos ler também o seu comentário sobre este **E-Book Ferramentas de Redes Sociais**. Poderá fazê-lo utilizando qualquer um dos endereços electrónicos da Beat Digital, mas de preferência agradecemos que utilize o e-mail ebooks@beatdigital.pt

- 3 INTRODUÇÃO
- 4 CONCEITOS
- 6 FERRAMENTAS ONLINE
- 9 LIVROS
- 12 QUEM SOMOS
- 13 CONTACTOS



INTRODUÇÃO

Segundo o Wikipédia, “uma rede social é uma estrutura social composta por pessoas ou organizações, conectadas por um ou vários tipos de relações, que partilham valores e objectivos comuns. Uma das características fundamentais na definição das redes é a sua abertura e porosidade, possibilitando relacionamentos horizontais e não hierárquicos entre os participantes. As redes sociais podem operar em diferentes níveis como, por exemplo, redes de relacionamentos (**Facebook, Orkut, Myspace ou Twitter**), redes profissionais (**LinkedIn**), redes comunitárias (redes sociais em bairros ou cidades), redes políticas, entre outras, e permitem analisar a forma como as organizações desenvolvem a sua actividade, como os indivíduos alcançam os seus objectivos, ou ainda medir o capital social - o valor que os indivíduos obtêm da rede social”.

A rede social **Facebook**, criada por Mark Zuckerberg em 2004, é de longe a que mais sucesso tem no mundo inteiro. Com mais de mil milhões de utilizadores e uma média de idades a rondar os 22 anos, esta rede atingiu um estatuto de obsessão social.

Num documento com estatísticas do **Facebook** divulgado online, refere-se que desde a abertura do site registaram-se mais de 1,13 biliões de gostos, 140,3 mil milhões de conexões de amizade, 17 mil milhões de publicações geo-referenciadas e 219 mil milhões de fotografias carregadas. No campo artístico-cultural, 62,6 milhões de músicas foram reproduzidas 22 mil milhões de vezes, correspondendo a cerca de 210 mil anos de música.

Reportando esta realidade a Portugal, refira-se que 93,7% dos utilizadores de internet dizem possuir um perfil no **Facebook**, segundo dados de um estudo realizado em 2012 pelo **Observatório de Comunicação**.

No ano anterior, os dados já confirmavam a decadência da rede social **Hi5** (18,7%) e do **Google+** (este último ainda um dos casos de insucesso em termos de networking social, pois apenas 4,8% dos utilizadores portugueses de redes sociais têm conta na rede social do gigante norte-americano **Google**).

Ainda segundo este estudo, os internautas portugueses dizem que aderiram às redes sociais principalmente para poderem manter contactos à distância (87,6%). O segundo motivo está relacionado com a proximidade e com o sentimento de pertença: o facto de a maioria das pessoas conhecidas já ter um perfil levou 84,1% dos utilizadores a inscreverem-se. A possibilidade de partilha foi indicada por 83,3% dos utilizadores como o terceiro motivo da adesão à rede. A intenção de conhecer novas pessoas levou 78,7% dos utilizadores a criarem um perfil, enquanto no fundo da lista surgem os motivos profissionais (40%).

No que diz respeito às funcionalidades disponíveis nas redes sociais, os utilizadores fazem mais uso das ferramentas de comunicação: em primeiro lugar surge o envio de mensagens (74,4%) e em segundo o serviço de chat (59,7%). Ainda no top 3 das funcionalidades surge a procura ou sugestão a amigos de amigos para adicionar à rede pessoal (44,7%).

Uma das características fundamentais na definição das redes é a sua abertura e porosidade, possibilitando relacionamentos horizontais e não hierárquicos entre os participantes



CONCEITOS

▶ TEORIA DO CAOS

A **Teoria do Caos** é um padrão de organização dentro de um fenômeno desorganizado, ou seja, dentro de uma aparente casualidade. A formação de uma nuvem no céu, por exemplo, pode ser desencadeada e desenvolver-se com base em centenas de fatores que podem ser o calor, o frio, a evaporação da água, os ventos, as condições do Sol, os eventos sobre a superfície e inúmeros outros. A velocidade das notícias no mundo digital revelada pela Teoria do Caos lança um olhar pertinente sobre o consumo da informação nos tempos modernos.

▶ ALDEIA GLOBAL

Conhecer a vida e obra de Marshall McLuhan, estudioso da comunicação muito influente e que cunhou as expressões “impacto sensorial”, “o meio é a mensagem” e “**Aldeia Global**” como metáforas para a sociedade contemporânea, é uma mais-valia para todos os que desejam aprofundar conhecimentos sobre o fenômeno da comunicação.

▶ LEI DE PARETO

A **Lei de Pareto** (também conhecida como **Princípio 80-20**), afirma que para muitos fenômenos 80% das consequências advêm de 20% das causas. A lei foi sugerida por Joseph M. Juran, que lhe deu o nome em honra ao economista italiano Vilfredo Pareto.

▶ CAUDA LONGA

O termo **Cauda Longa** é utilizado na Estatística para identificar distribuições de dados como a curva de Pareto, onde o volume de dados é classificado de forma decrescente. Quando comparada a uma distribuição normal, ou Gaussiana, a **Cauda Longa** apresenta uma quantidade muito maior de dados ao longo da cauda. O conceito de **Cauda Longa** é fundamental para aferir o valor da multiplicidade de informações e os nichos de mercado no gigantesco universo da Internet.

▶ PARADOXO DA ESCOLHA

Teoria desenvolvida por Barry Schwartz sobre o caos informativo que recebemos diariamente enquanto consumidores e como o crescimento assustador do universo de escolhas tornou-se, paradoxalmente, um problema e não uma solução para todos. O **Paradoxo da Escolha** refere-se às opções com que nos deparamos em quase todas as esferas da vida - educação, carreira, amizade, sexo, relações amorosas, criação dos filhos, práticas religiosas e consumo em geral. O autor realça porém que também acredita que as inúmeras escolhas disponíveis melhoram a nossa qualidade de vida, pois permitem controlar o nosso destino consoante as necessidades.

▶ LEI DE MILLER

Considerado um dos criadores da ciência cognitiva moderna, George A. Miller criou a **Lei de Miller** que demonstra como o nosso cérebro apenas se concentra em cinco a nove informações de cada vez. Os seus estudos sobre a linguagem são essenciais para compreender como processamos as informações e tomamos as nossas decisões.

▶ TEORIA QUÂNTICA

A matemática caórdica, a Internet, as estatísticas e o quotidiano do ser humano são áreas profundamente ligadas com o trabalho de Albert Einstein e à sua **Teoria Quântica** (desenvolvida quando o gênio da ciência estava descontente com a teoria quântica e mecânica existente, apesar da sua aceitação por outros físicos, afirmando por isso que “Deus não joga com dados”). Em 1917, no auge do seu trabalho sobre a relatividade, Einstein publicou um artigo que foi o primeiro documento a mostrar que as estatísticas de transições atômicas tinham leis simples.

▶ HIERARQUIA DE NECESSIDADES

A mudança do paradigma das necessidades do ser humano moderno são explicadas pela **Hierarquia de Necessidades** de Abraham Maslow, também conhecida como pirâmide de Maslow. Consiste numa divisão hierárquica proposta pelo autor, em que as necessidades de nível mais baixo devem ser satisfeitas antes das necessidades de nível mais alto. Cada um tem de “escalar” uma hierarquia de necessidades para atingir a sua auto-realização.



CONCEITOS

▶ GRAU DE ACTIVIDADE DO CONSUMIDOR

Definição criada por Conrado Adolpho para explicar como o consumidor hoje é muito mais activo através da Internet. O **Grau de Actividade do Consumidor** reflecte sobre as acções no espaço virtual, onde cada cibernauta reclama, sugere, participa, fala com amigos por meio das redes sociais, elogia uma marca no Twitter, partilha conteúdo sobre o seu estilo de vida no Facebook ou no SlideShare e interage com cada marca, disseminando-a e participando na sua gestão em muitos outros meios interactivos.

▶ TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO

Theodor Holm Nelson é um filósofo e sociólogo norte-americano considerado o pioneiro da **Tecnologia da Informação**. Inventor dos termos 'hipertexto' e 'hipermídia' é no entanto bastante célebre pela frase: "Um interface para um utilizador deve ser tão simples que um iniciado, numa emergência, deve entendê-lo em dez segundos".

▶ RACIOCÍNIO LATERAL

Físico, escritor, consultor e mestre em criatividade, Edward de Bono demonstra um profundo conhecimento interdisciplinar da ciência da Internet, apelando ao **Raciocínio Lateral** para desvendar as complicadas relações entre os seres humanos num mundo tão complexo ligado em rede.

▶ A QUINTA DISCIPLINA

A teoria da **Quinta Disciplina** é explicada pelo autor Peter Senge, que defende que a inovação dentro de uma organização passa pela colaboração aberta e educação em grupo. As cinco disciplinas mencionadas e recomendadas são o pensamento sistémico, domínio pessoal, modelos mentais, visão compartilhada e formação/estudo em equipa.

▶ CROWDSOURCING

Crowdsourcing é a prática de obtenção de serviços necessários, ideias ou conteúdos solicitando contribuições de um grande grupo de pessoas e, especialmente, a partir de uma comunidade online, invés de recorrer a funcionários ou fornecedores tradicionais.

▶ REGRA DO 1%

Na cultura da Internet, a **Regra do 1%** ou o **Princípio do 90-9-1** (por vezes apresentado como 89-10-1) reflecte a hipótese que mais pessoas vão espreitar uma comunidade virtual do que participar nela de modo activo. Este termo é frequentemente utilizado para referir-se à desigualdade de participação no contexto da Internet. O domínio deste conceito é essencial para compreender o fenómeno da propagação na web.

▶ WHUFFIE

O termo **Whuffie** inspira-se na moeda baseada em reputação do romance de ficção científica 'O Fundo do Poço no Reino Encantado' de Cory Doctorow. Mas no contexto da vida hiperconectada actual, **Whuffie** é muito mais do que isso: equivale à moeda do mercado social. Adoptado por Tara Hunt no livro 'The Whuffie Factor' (O Poder das Redes Sociais), o termo corresponde à influência do capital social de cada um dos utilizadores da Internet.



FERRAMENTAS ONLINE

▶ FacebookSearch.eu

Ferramenta da e.life para fazer pesquisas no Facebook. Vale a pena espreitar o que dizem sobre a sua empresa.

▶ Real Time Search Social Mention

Esta ferramenta vai atrás de diversos sites e redes sociais para ver as últimas actualizações sobre a marca pesquisada.

▶ Who's Talkin'?

Ferramenta que varre todas as redes sociais e blogues, como uma pesquisa no Google, apontando quando a marca foi citada e onde.

▶ Keotag

Para pesquisar etiquetas/tags de vários sites sociais como Delicious, Digg, Reddit, entre outros.

▶ Scup

Ferramenta produzida por brasileiros onde é possível monitorizar a marca, publicar e relacionar-se, além de produzir relatórios. É, contudo, uma ferramenta paga.

▶ Mídias Blog

Website de consultoria e formação em Mídias Sociais. Com fontes de referência para estudo de marketing digital, mídias sociais, e-commerce, planeamento e muito mais.

▶ Mashable The Social Media Guide

Tudo sobre as tendências e as novas redes sociais do mercado. Indispensável a sua consulta frequente para quem deseja estar devidamente actualizado sobre marketing digital e redes sociais.

▶ Social Media Today

Mais um portal de informação valiosa sobre redes sociais, estratégias, ferramentas e técnicas de marketing digital.

▶ LikeStore - Facebook

O comércio social está reflectido na Loja do Facebook para Portugal, onde é possível qualquer pessoa iniciar a venda directa para o seu público-alvo.

▶ Portugal - CVitt

O CVitt é uma plataforma gratuita que permite criar currículos personalizados, onde não entram só as habilitações literárias e a experiência profissional.

▶ Foursquare

Explore o mundo que o rodeia, mantenha-se em contacto com os seus amigos, partilhando os locais onde se encontra ou fotos e comentários. Agora com a possibilidade de beneficiar de descontos de empresas associadas.

▶ Trello

Ferramenta para gerir campanhas online, que funciona também como organizador rápido e fácil de utilizar para gerir o seu trabalho no dia-a-dia.

▶ PinGraphy

Ferramenta que ajuda a otimizar o seu tempo no Pinterest, facilitando a vida dos responsáveis pela gestão de mídias sociais nas empresas ou até mesmo para os profissionais independentes que administram as suas próprias redes.

▶ Socialight

Com esta ferramenta pode criar a sua aplicação em qualquer lugar e para qualquer negócio. Permite criar aplicações mesmo para quem não sabe programação.

▶ Geotoko

Geotoko é uma plataforma de marketing com análises de marcas e produtos em tempo real, permitindo leituras sobre o comportamento dos utilizadores através da tecnologia de mapas térmicos.

▶ TopGuest

Ferramenta para partilhar a sua localização com os seus amigos.

▶ Wizi

Outra boa ferramenta para partilhar a sua localização com os seus amigos.

▶ Voudemochila - O site dos Mochileiros

Auto-nomeia-se como site dos mochileiros e o título diz tudo: plataforma com fóruns de discussão sobre viagens e outros sites sobre o tema.



FERRAMENTAS ONLINE

▶ PatientsLikeMe

Rede Social que une pessoas com problemas de saúde e/ou especialistas do sector.

▶ World Community Grid

Website de partilha e apoio a causas sociais relacionadas com toda a Humanidade, como a investigação médica na busca de cura do cancro infantil e da malária, entre outros assuntos relevantes.

▶ DIKAJOB

Rede social relacionada com a comunidade farmacêutica.

▶ Laboratree

Destinada a cientistas, esta rede social assume-se como um local para experimentação, investigação, observação, colaboração e outros temas relacionados com ciência.

▶ Livemocha

Rede social concebida para pessoas que querem aprender novos idiomas. Actualmente é a maior comunidade online de estudo de línguas.

▶ MyHeritage

Árvore Genealógica gratuita, Genealogia e História Familiar - Partilhe a sua árvore genealógica e fotografias com as pessoas de quem gosta através desta rede social.

▶ Fashion.me - Fashion Social Network

Acompanhe as novidades, looks e produtos que os trendsetters e as pessoas que segue no mundo da Moda estão a divulgar em tempo real.

▶ KiGOL

Criado por brasileiros, o Kigol é um novo canal de comunicação online que permite ao utilizador criar uma página, seguir perfis de jogadores e manter-se actualizado sobre as principais informações de futebol.

▶ Flixster

Ainda não está disponível em Portugal, mas esta rede social sobre cinema permite aos utilizadores partilharem avaliações de filmes, descobrir novas estreias, aprender mais sobre a Sétima Arte e conhecer outras pessoas que gostam de cinema.

▶ +QueReceitas

Rede social dedicada à gastronomia - conta com a participação de vários chefs.

▶ Autores.com.br

Rede social sobre literatura, reunindo pessoas que gostam de escrever e trocar informações sobre arte. Permite divulgação, comentários, troca de contactos profissionais e oportunidades de venda.

▶ CarDomain.com

Portal sobre automobilismo. Cada utilizador pode adicionar fotografias dos seus carros para avaliação dos outros membros da rede. Integra a partilha de notícias, vídeos e informações sobre trocas de peças e marcas.

▶ YuBliss

Rede de autoajuda baseada em contos e mitos. Os utilizadores podem comunicar entre si e actualizar o seu humor através de uma barra intuitiva, que reage com uma frase motivadora.

▶ BuddyPress.org

Ferramenta para criar a sua própria rede social.

▶ Casa Pro

Serviço exclusivo para pessoas que trabalham em arquitectura, decoração ou alguma área relacionada. Nesta rede social podem publicar fotografias dos projectos, funcionando como um portfólio.

▶ Orangotag

Rede social para fãs de séries de televisão, que serve como controlo pessoal de episódios. Fornece espaço para análises e discussões.

▶ PureVolume™

Rede social e ponto de encontro para quem gosta de música e deseja trocar informações sobre artistas, sobretudo do género música independente.

▶ Elgg - Open Source Social Networking Engine

Ferramenta para criar a sua própria rede social - baseada em PHP - MySQL.



FERRAMENTAS ONLINE

▶ **Project Tracking Software - Less Projects**

Ferramenta para criar a sua própria rede social - desenvolvida em Ruby on Rails.

▶ **Home - Create a Social Network for Your Event or Group**

Ferramenta para criar a sua rede social - apresenta-se como a maneira mais rápida e fácil para construir a sua comunidade em torno de um evento ou conferência.

▶ **Viber**

Se tem um smartphone e pretende fazer chamadas nacionais ou internacionais ou enviar SMS grátis pode utilizar a aplicação gratuita Viber.

▶ **Wefollow : Discover prominent people**

Pesquisa e coloca num ranking os utilizadores que mais se identificam com as tags estipuladas.

▶ **GraphEdge - Professional Analytics for Twitter**

Ferramenta que funciona como um mecanismo de Analytics para o Twitter.

▶ **PicFog - Quick Image Search**

Neste site é possível fazer uma pesquisa pelos sites que hospedam imagens e vinculam essas imagens com o Twitter. Através da pesquisa de uma palavra-chave faz uma busca directamente nesses sites paralelos.

▶ **Twitter Search BackTweets**

Através deste site encontra os links que quiser pesquisar, inclusive aqueles que foram encurtados via ferramentas como o Migre.me, bit.ly ou qualquer outro encurtador.

▶ **Check Retweet Site**

Site que, após digitar o nome do utilizador, exhibe todos os retweets gerados a partir dos seus tweets. Ser retwitado é o prémio de maior prestígio que uma campanha no Twitter pode ter.

▶ **Twitter Counter**

Esta ferramenta mostra o histórico dos seguidores graficamente.

▶ **TweetStats**

Para visualizar toda a produção de tweets do seu perfil, esta ferramenta é ágil e de fácil visualização. Apresenta gráficos reunindo as estatísticas de números de tweets por dia, semana, mês, etc., bem como a interação que o seu perfil teve com outros utilizadores.



LIVROS

▶ OS 8 P'S DO MARKETING DIGITAL

Conrado Adolpho

Este livro apresenta aos profissionais do marketing, aos administradores, aos empresários e aos estudantes os passos para se ter êxito nas estratégias de negócios de todos os tipos através da Metodologia 8 P's de Marketing Digital. Mostra também, através de 100 estudos de casos e inúmeras dicas de ferramentas, o lado prático do marketing digital, sem, no entanto, deixar de expor de forma didáctica e abrangente toda uma nova teoria gerada pela era do conhecimento e pelas novas tecnologias da informação e da comunicação. Um livro essencial para todos os que trabalham com marketing e comunicação e para todos os que administram negócios neste meio de comunicação.

▶ COMO TER SUCESSO NO LINKEDIN

Rui Pedro Caramez

Um excelente livro da autoria do reputado especialista português em LinkedIn. Rui Pedro Caramez explica de que forma o LinkedIn lhe pode trazer proveitos a nível profissional e o que deverá fazer para alcançar resultados e ser bem-sucedido nesta rede social. Mais de 200 milhões de utilizadores em todo o mundo têm já um perfil nesta rede e mais de 2,8 milhões de empresas investem todos os dias para se posicionarem neste mercado global.

▶ TEORIA DAS REDES SOCIAIS

Albert-László Barabási

A teoria das redes sociais escrita pelo matemático húngaro Albert-László Barabási defende a ideia (com provas) que são os nossos laços fracos que nos indicam empregos, ou nos ajudam a obter uma promoção ou a ler um determinado livro. Esta obra é essencial para todos os que desejam saber mais sobre as redes sociais.

▶ A CULTURA DA PARTICIPAÇÃO

Clay Shirky

O americano Clay Shirky é um dos grandes pensadores contemporâneos da internet e da colaboração on-line como modo de transformação do esforço coletivo na web. Este é o assunto do livro 'A Cultura da Participação'.

▶ 33 MILHÕES DE PESSOAS NA SUA REDE DE CONTACTOS

Juliette Powell, Leonardo Abramowicz

Nesta obra, os autores evidenciam que quando estamos num almoço de negócios e cada um dos participantes coloca um telemóvel à sua frente, deixam de ser apenas dois, três ou quatro indivíduos. Por meio de um simples toque nas teclas, passam a estar ao redor da mesa 33 milhões de pessoas. Esta obra visa apresentar o que significam e quais são as redes sociais. Com exemplos práticos, o livro argumenta que as redes sociais como Orkut, Facebook ou Twitter não são mais apenas atividades de adolescentes: todas representam uma realidade com oportunidades para empreendedores.

▶ A MARCA CHAMADA VOCÊ

Peter Montoya, Tim Vandehey

'Crie uma marca pessoal de destaque e expanda os seus negócios' é o subtítulo deste livro que, não sendo sobre marketing digital, está directamente relacionado na perspectiva estratégica.

▶ O PODER DAS REDES SOCIAIS

Tara Hunt

É o livro emblemático de Tara Hunt. Explica o conceito de Whuffie, que é o valor, ou a moeda, que cada um de nós tem no mundo virtual. O seu Whuffie é resultado da sua reputação, ou seja, do seu capital social, que é conseguido e cultivado por meio da interacção que desenvolve nas redes sociais.

▶ BUZZ: MARKETING DE BOCA EM BOCA

Emanuel Rosen

Como é que as pessoas decidem aquilo que vão consumir seja um carro, roupa ou comida? Apesar da exposição constante a publicidade e estratégias de marketing convencionais, todos os estudos revelam que os consumidores se deixam convencer sobretudo pela informação que passa através das recomendações de amigos e o buzz que se gera no mercado.



LIVROS

▶ AS NOVAS REGRAS DE MARKETING E RELAÇÕES PÚBLICAS

David Meerman Scott

A Internet mudou profundamente a forma como as pessoas comunicam e interagem entre si e mudou também a forma como as empresas se relacionam com os seus clientes. Em vez de inundar os consumidores com publicidade pode concentrar os seus esforços e enviar a mensagem certa, para as pessoas certas, no momento certo. Encontre dicas e conselhos práticos para criar bons websites e blogues interessantes; criar salas de imprensa online e tirar partido dos motores de pesquisa e das redes sociais.

▶ AS NOVAS REGRAS DA COMUNIDADE - MARKETING NA MÍDIA SOCIAL

Dharmesh Shah, Brian Halligan

O marketing de mídia social e o seu poder para as empresas é explicado numa obra vasta que sintetiza a terminologia e os conceitos de modo simples e eficaz. Com as mudanças substanciais da Web 2.0, as nossas interações online estão agora mais sociais do que nunca.

▶ BUZZ: A ERA DO MARKETING VIRAL

Marian Salzman, Ira Mathatia e Ann O'Reilly

A maneira mais barata e eficiente de colocar o nome da sua marca na boca de todos e transformar consumidores potenciais em compradores reais pode ser encontrada neste livro. Através de Buzz, os autores apresentam fórmulas altamente eficazes que empregaram para provocar alarido em torno de grandes marcas como American Online, Esprit e Nintendo.

▶ VIRAL LOOP

Adam Penenberg

História da criação das principais redes sociais e outros sites que dependem de muito tráfego, como o Facebook, o MySpace, Flickr, Bebo, Ning, eBay, PayPal, YouTube, entre outros.

▶ DO PÚBLICO PARA AS REDES - A COMUNICAÇÃO DIGITAL

Massimo Di Felice

Este livro é resultado da interação e do diálogo entre vários pesquisadores que, em diversos lugares do mundo, estudam o impacto das tecnologias digitais na sociedade contemporânea e as novas formas de interação das redes sociais.

▶ MICROPODER

Javier Cremades

Mostra como as novas tecnologias romperam o muro que separava a elite dona do poder da multidão sem voz, num processo de osmose que poderá resultar num equilíbrio verdadeiramente democrático entre as partes.

▶ MICROTENDÊNCIAS

E. Kinney Zalesne

Em 'Microtendências', o mais conhecido analista norte-americano detecta 75 pequenas mudanças que estão a transformar o mundo em que vivemos. Mark J. Penn mostra quais os nichos de mercado existentes e oferece um retrato completo de uma sociedade em vertiginosa transformação.

▶ O PODER DAS MULTIDÕES

Jeffery W. Howe

O autor revela que o povo é mais do que apenas inteligente: é talentoso, criativo e surpreendentemente pró-ativo. Este livro desmistifica o Crowdsourcing, o poder transformador da tecnologia actual que liberta o talento potencial que existe dentro de cada um de nós.

▶ SEIS GRAUS DE SEPARAÇÃO

Duncan J. Watts

Um livro fantástico de ciências humanas muito relevante para uma infinita variedade de assuntos, incluindo epidemias, mercados, colaboração científica e terrorismo.

▶ SEMPRE LIGADO!

Geoffrey Precourt

Leitura indispensável para entender o consumidor moderno e a realidade do mundo digital, onde a propaganda, marketing e mídia devem aprender a atuar de forma diferente, pois agora o consumidor domina o mercado.

▶ TWITTER, CHICLETE & CAMISINHA

Tagil Oliveira Ramos

O Twitter não será igual se ler este livro. Os segredos do microblog são revelados numa linguagem simples e bem-humorada. Baseando-se numa abordagem de marketing comportamental, o autor apresenta as leis que regem as relações numa mídia social.



LIVROS

▶ 40 DICAS PARA A SUA EMPRESA BOMBAR NO PINTEREST

Denise Tonin

O Pinterest é cada vez mais uma rede social com influência no mundo digital. Não perca esta oportunidade de conhecer gratuitamente 40 táticas para a aplicação de uma Estratégia Digital que também engloba o Pinterest.

▶ GROUNDSWELL

Josh Bernoff

Define "a onda" como uma estrutura social em que a tecnologia coloca o poder nas mãos de indivíduos e comunidades e não nas instituições.

▶ REVOLUÇÃO DAS MÍDIAS SOCIAIS

André Telles

Neste livro irá ver casos de sucesso, conceitos, dicas, ferramentas, táticas e estratégias de como tirar proveito de cada uma das redes sociais e do conjunto delas. São definidos os diferentes tipos de mídias sociais de acordo com o seu foco de actuação.

▶ INBOUND MARKETING

Dharmesh Shah e Brian Halligan

Se pretende descobrir como funciona o Google ou porque os blogues e sites de redes sociais são importantes, este é o livro ideal.

▶ A GERAÇÃO Y NO TRABALHO

Nicole Lipkin e April Perrymore

Livro que expõe brevemente as relações de trabalho da chamada Geração Y - a geração que está a começar a vida adulta e o seu percurso profissional e, portanto, começa a interferir de maneira mais directa nos destinos da sociedade.

▶ GERAÇÃO Y

Sidnei Oliveira

Livro que aborda o conceito Geração Y, formada por jovens nascidos após a década de 80. Neste novo cenário, o consultor em gestão empresarial e desenvolvimento humano, Sidnei Oliveira, criou uma obra essencial e pioneira na busca por informações que ajudem a entender e a lidar com os jovens que chegam agora ao mercado de trabalho.

▶ COMO A WEB TRANSFORMA O MUNDO - A ALQUIMIA DAS MULTIDÕES

Francis Pisani e Dominique Piotet

Cerca de um quarto da população mundial utiliza a internet que se tornou tão simples para todos ao longo dos anos. Neste livro são abordadas as mudanças geradas pela web, focando essa abordagem nos formatos relacionais completamente novos que transformaram as hierarquias tradicionais, como as "empresas nas nuvens".

▶ LINKANIA

Hernani Dimantas

Livro com ideias muito interessantes sobre o novo mundo em rede. Em 'Linkania', o autor explica como alguns conceitos ('virtual', 'velocidade' e 'aldeia global'), que foram significativos na primeira fase da Internet, já não servem mais para definir o fenómeno. O estágio posterior é representado pela intensa troca entre utilizadores, sejam pessoas físicas ou jurídicas. É um intercâmbio incessante de informações tão díspares que levam o ser humano a relacionar-se de modo fragmentado.

▶ VOCÊ JÁ TEM UM PLANO B?

Conrado Adolpho

Faça gratuitamente o download do novo livro de Conrado Adolpho e transforme a sua vida através da Internet. São 536 páginas de conteúdo denso e didático sobre como poderá montar o seu Plano B e conquistar a sua independência financeira.



QUEM SOMOS

Revolucione o rumo dos negócios da sua empresa através da aplicação de uma **Estratégia Digital** baseada na **Metodologia 8 P's de Marketing Digital**.

A **Beat Digital** é uma agência de marketing digital que pretende contribuir para melhorar o panorama económico-social português através da aplicação da **Metodologia 8 P's** em PME's e negócios em nome próprio.

Como a batida da sua música preferida, a **Beat Digital** irá gerir a pulsação da sua identidade profissional em harmonia com o ritmo e velocidade do seu negócio.

Somos uma empresa recém-criada com a missão de proporcionar aumento de vendas a todas as PME's nacionais através dos meios e recursos da Internet. As tecnologias designadas de forma genérica de Web 2.0, cujas soluções são segmentáveis, baratas, personalizadas, eficazes e mensuráveis, ficam disponíveis para as empresas como ferramentas de venda directa ou indirecta para o seu público-alvo.

Acreditamos que é possível a uma PME concorrer com uma grande empresa, desde que recorra a uma **Estratégia Digital** com base na **Metodologia 8 P's** desenvolvida pelo autor brasileiro **Conrado Adolpho**. Na verdade, qualquer personalidade, artista, escritor, músico, banda ou negócio pessoal pode atingir eficazmente e com custos reduzidos o público que ambiciona alcançar através da Internet.

O objectivo é garantir a criação e aplicação de uma **Estratégia Digital** nas empresas: não é uma estratégia de marketing online, mas sim uma ferramenta de vendas, que utiliza a Internet.

LISTA DE SERVIÇOS

Criação e Gestão de Projecto de
Estratégia Digital - Metodologia 8P's

Gestão de Projectos Website

Gestão de Redes Sociais

Produção de Conteúdos Multimédia

MORADAS E CONTACTOS



Beat Digital

Rua Simão Bolívar,
N 239 - 8 Andar - Sala 3
4470-214 Maia
+351 229 422 039
+351 927 570 840
www.beatdigital.pt
info@beatdigital.pt

