

Manual de Processos Social Media

Como a gente faz acontecer, do primeiro contato com o cliente até o conteúdo no ar.

Onboarding

Estratégia

Produção

Publicação

um **SEGUNDO** muda tudo

ÍNDICE

- | | | | |
|----|------------------------------|----|-------------------------------|
| 01 | Por onde começar | 02 | Os 3 planos de Posicionamento |
| 03 | A jornada do cliente | 04 | Onboarding e as 10 perguntas |
| 05 | Estrutura interna do cliente | 06 | Estratégia 360 e aprovação |
| 07 | Banho de perfil | 08 | Produção de conteúdo |
| 09 | Do texto até o ar | 10 | Datas comemorativas |

01 · POR ONDE COMEÇAR

Bem-vindo(a) à operação

Este manual existe para te mostrar, de forma clara, **como funcionam os nossos processos de social media aqui na Segundo**. É a sequência exata que seguimos com cada cliente.

Social media é o coração da agência. É a frente que mais traz clientes pra dentro. Por isso a forma como executamos esse trabalho não é improvisto: existe um processo, e ele é o que garante consistência e resultado.

As próximas páginas seguem a **ordem real do trabalho**: começam nos planos que vendemos, passam pela entrada do cliente, pela estratégia, pela produção e terminam na publicação. Leia na sequência: cada etapa puxa a próxima.

Os 3 planos de Posicionamento

São os três níveis de social media que a agência oferece. Eles são **cumulativos**: cada um carrega tudo do anterior e adiciona profundidade.

Posicionamento Básico

12h/mês

Presença digital com constância, organização e acompanhamento profissional.

Entregáveis: 12 conteúdos mensais · calendário editorial · banho de perfil e configuração das redes · gestão de 1 rede social.

Acompanhamento: grupo no WhatsApp · acompanhamento diário · reunião a cada 60 dias.

Posicionamento Essencial

16h/mês

Autoridade, clareza de comunicação e relacionamento com o público.

Adiciona: 16 conteúdos mensais · gestão de 2 redes sociais · edição de vídeos · criação de roteiros para Stories.

Acompanhamento: reunião a cada 30 dias.

Posicionamento Avançado

20h/mês

Atuação mais próxima, estratégica e completa na comunicação digital.

Adiciona: 24 conteúdos mensais · redes sociais ilimitadas · estratégia de persona e arquétipos · desenvolvimento da identidade de comunicação.

Acompanhamento: reuniões quinzenais · acompanhamento diário de posicionamento.

A jornada do cliente, do início ao ar

Todo cliente percorre a mesma sequência. Guarde esse mapa, porque as próximas seções detalham cada etapa.

1 Onboarding

Grupo no WhatsApp + reunião + as 10 perguntas.

2 Estrutura interna

Canal no ClickUp + briefing + ata.

3 Estratégia 360

Visão completa do que o cliente mais precisa.

4 Apresentação e aprovação

A estratégia é validada pelo cliente.

5 Banho de perfil

Aplicado direto no perfil, depois da aprovação.

6 Produção, aprovação e programação

Tarefa "Texto | Mês | Social Media" → texto e criativo aprovados → publicação.

04 · ETAPA 1

Onboarding: como o cliente entra

Assim que o cliente fecha, três movimentos acontecem em sequência:

1 Criação do grupo

Grupo exclusivo no WhatsApp com o cliente.

2 Reunião de onboarding

Agendada logo na entrada.

3 Coleta de informações

Conduzida pelo roteiro fixo de 10 perguntas. Ninguém começa a produzir sem passar por aqui.

As 10 perguntas do onboarding

Direção

Público & percepção

Negócio

Histórico

Operação

01 Qual é o principal objetivo da empresa nas redes sociais hoje?

02 O que a marca quer comunicar e fortalecer no posicionamento dela?

03 Quem é o público que vocês querem atrair e conversar?

04 Quais produtos, serviços ou frentes do negócio precisam de mais destaque?

05 Como a marca quer ser percebida: mais próxima, premium, técnica, autoridade?

06 O que já foi feito nas redes e o que funcionou ou não funcionou?

07 Quais tipos de conteúdo fazem sentido para a empresa produzir?

08 Quem envia informações, aprova conteúdos e participa da rotina de produção?

09 Com que frequência a empresa gera materiais, bastidores, fotos ou vídeos?

10 O que faria você considerar esse trabalho um sucesso nos próximos meses?

Por que importa: a reunião de onboarding é onde nasce **90% de tudo** que vamos construir depois. Escutar bem aqui economiza retrabalho lá na frente. E a pergunta 8 (quem aprova ou quem manda material) costuma ser a que mais trava ou destrava a rotina.

Estrutura interna do cliente

Com as respostas em mãos, organizamos a **fonte da verdade** do cliente. Qualquer pessoa da equipe que pegar a conta consulta aqui pra saber quem ele é.

1 Canal no ClickUp

Criamos o canal do cliente, onde vive toda a operação dele.

2 Briefing estruturado

As informações da reunião viram um briefing organizado.

3 Ata anexada ao doc

A ata da reunião fica anexada ao doc do cliente, registro do que foi combinado.

Estratégia 360 e aprovação

Organizada a base, começa a estratégia do perfil: um **360 do que o cliente mais precisa**. Visão completa, não pontual.

90 90% vem da reunião

O cliente já te entregou quase tudo no onboarding.

10 ~10% é o olhar técnico

A parte da agência: como traduzir o que ele disse em aplicação real.

A estratégia é **apresentada ao cliente**. Só com a **aprovação dele** seguimos para as próximas etapas. Dentro dessa apresentação já vai o modelo de banho de perfil.

Banho de perfil

Dentro da apresentação de estratégia existe um **modelo de banho de perfil**. Ele é aplicado direto no perfil do cliente, depois da aprovação da estratégia e antes de qualquer conteúdo novo sair.

A ordem certa: estratégia aprovada → banho de perfil aplicado → só então começam os textos. O cliente nunca recebe conteúdo novo num perfil bagunçado. Primeiro arrumamos a casa.

Produção de conteúdo

O gatilho é uma tarefa com este nome:

Texto | Mês | Social Media

Quando ela cai pra você, significa: **criar os conteúdos do mês para o cliente**. Usamos IA na criação, mas com dois princípios de olhar crítico que são inegociáveis.

1 A IA é ferramenta, não dona da decisão

Nem toda ideia que a IA dá presta. O filtro humano é obrigatório: você escolhe, descarta e ajusta. Fique atento aos **vícios de linguagem, padrões de texto e repetições** que a IA traz.

2 O conteúdo prova que entendemos o cliente

Use **trechos, frases e situações reais** que o cliente passou na reunião. Quanto mais personalizado, mais o cliente brilha os olhos.

EXEMPLO DE PERSONALIZAÇÃO

Cliente de RH vai dar uma palestra sobre como a IA está dificultando o trabalho dele? Então cabe um conteúdo exatamente sobre esse tema.

A régua: personalização é o que faz o trabalho parecer feito pra ele. Esse é um dos diferenciais da Segundo.

09 · ETAPAS 7 E 8

Do texto até o ar

Conteúdo criado, o caminho até a publicação tem **dupla aprovação**: primeiro o texto, depois o criativo.

1 Referências visuais para a designer

Ao entregar os textos, deixe referências que mostrem sua ideia. A designer precisa enxergar o que você imaginou.

2 Texto aprovado → criativo

Com o texto fechado, a designer produz o criativo.

3 Envio e aprovação do cliente

Texto + criativo vão para o cliente. Ele valida.

4 Volta para você programar

Aprovado, o conteúdo retorna pra ser programado e publicado.

Dois pontos de aprovação: primeiro o texto, depois o criativo junto com o cliente. Nada é programado sem passar pelas duas validações.

Datas comemorativas

Data comemorativa sempre que possível deve **envolver o tema do cliente**, nunca a data solta e genérica.

EXEMPLO

Festa Junina + cliente de moda? Fale das roupas tradicionais da festa.

Mesma lógica da personalização: a data é só o gancho. O conteúdo continua sendo sobre o universo do cliente, e assim aproveitamos o calendário sem perder a identidade da marca.

O processo, em uma linha

Onboarding → estrutura no ClickUp → estratégia 360 → aprovação → banho de perfil → produção com olhar crítico → texto e criativo aprovados → programação.

Agência Segundo Marketing

Edifício Americana Office Tower

R. Santa Teresa, 56 - 7º Andar / Sala 702

Vila Belvedere, Americana - SP - 13473-090

Contato

lucas@segundodesign.com

(19) 9.9623-3865

Manual de Processos · Social Media · uso interno