

al dat plaat werden ver
bestond uit 140 man te eeni
officieeren en was roche
ingen legden bet
het bekend w
burige

an (Al- me
trein ling,
he zag gesc
seling de locon
afgrond e
meesleer
de

meerde
3 uur g
op nog s
rourenne
e kersen-
g is

Stiet en
Suisjesbe
naarna de
sche de
eren
en
et sta
d

og naar Oue
enkele pat
nigenis afleggen v
Hollan
A
eds
verder
m (te
ssum doorkruist te
ne Bosch van Bre
eraai uitzicht

enheid zijn nog
te net al-
fietstoch
W. B.
de eerste
ronkelende
shuizen
te wel-
zeer en

ns en
ute-
koleng
Roermond
hoofdrou
r M

de

REPUTAÇÃO

como sua presença **DIGITAL**

posiciona ADES

amento

Posição

REDES

DESCREÇA

TikTok

Marketing

YOUTUBE
SOCIAIS

BLOG

GOOGLE

OBJETIVO

Free

FORMATO PREGUIÇA

Instagram

MELHORES

MOVIMENTO

PRÁTICAS LINKEDIN

CONFORTO

ia

QUEM ESSA **TATY** PENSA QUE
*É? Estrategista de posicionamento digital,
comunicadora*, mineira e mãe.

Trabalho há 15 anos com criação de conteúdo para internet, tenho um canal no YouTube com quase 2 milhões de inscritos, três livros publicados, dentre eles dois Best-Sellers, já fiz ações e palestrei em empresas como



Dentre os programas de tv que participei está O Aprendiz com Roberto Justus. Atualmente, na Bloor, **assessoramos executivos e empresas** que valorizam a presença de seus negócios **no digital** e procuram solução para produzir conteúdo de



ESSA COISA DE SER
LEMBRADO É MUITO ANOS



BLOOR

Queremos
criar

OPORTUNIDADES.



Vergonha
Preguiça
Conforto
Descrença



As redes sociais são seu
OUTDOOR DIÁRIO



OBJETIVO

O

82%

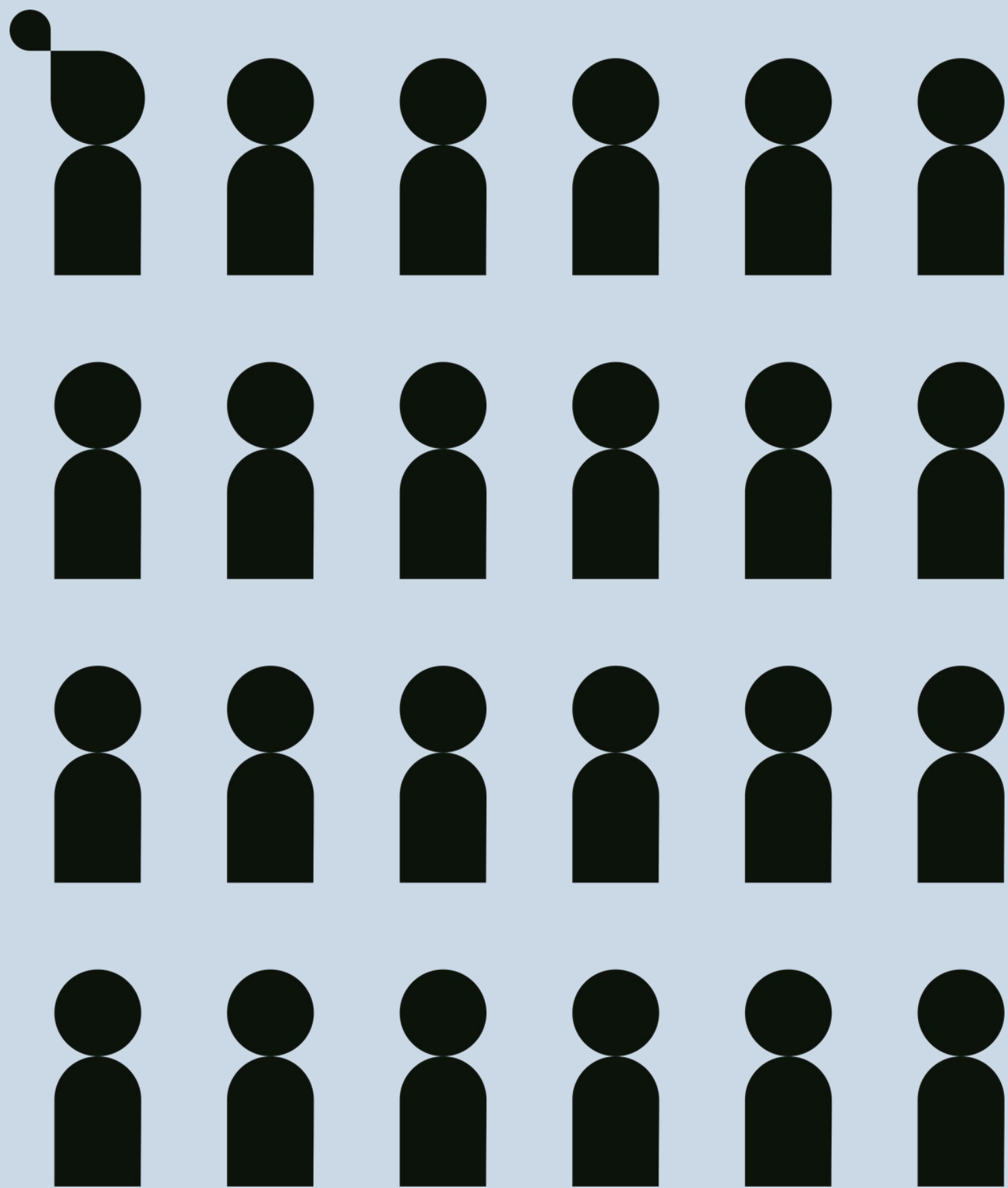
DOS CONSUMIDORES
UTILIZAM REDES
SOCIAIS PARA
PESQUISAR PRODUTOS

ANTES DE COMPRAR.

Pesquisa de 2025 da Ciclo Ecommerce.

Fonte:

<https://cicloecommerce.com.br/blog/redes-sociais-e-o-processo-de-compra-do-consumidor-online>



O que seu

cliente

ideal

(CASE) Club Med Ψ



PLATAFORMAS



Instagram

Forte em:

Lifestyle,
saúde, beleza,
decoração,
aspiracional



TikTok



Kway

Forte em:

Informação
rápida, humor,
esquetes,
público



Youtube

Forte em:

Search,
vigência,
conteúdo
aprofundado



Linkedin

Forte em:

Atualidade,
cases,
histórico,
reforço de
marca.

Onde estar | Com qual frequência | Os algoritmos | Qual a entrega e demanda de cada uma delas.



BLOOR

“NÃO SEI
O QUE
FALAR”

Google

- Q empresa para event ×
- Q empresa para eventos
 - Q empresa para eventos **corporativos**
 - Q empresa eventos para **formatura**
 - Q empresa **buffet** para eventos
 - Q empresa para **organizar** eventos
 - Q empresa eventos
 - Q empresa eventos **corporativos**
 - Q empresa eventos **sp**
 - Q empresa eventim
 - Q empresa eventos **curitiba**

Pesquisa Google

Estou com sorte

[Denunciar previsões inadequadas](#)

CONTEÚDO

LISTA

HERO

CURIOSIDADE

TRANSFORMAÇÃO

ATUALIDADE

STORYTELLING

MELHORES PRÁTICAS PARA CRIAÇÃO DE CONTEÚDO:



PROCURE SEMPRE UMA JANELA

ABAJUR

UM BOM CELULAR

MICROFONE DE LAPELA

CAPTIONS

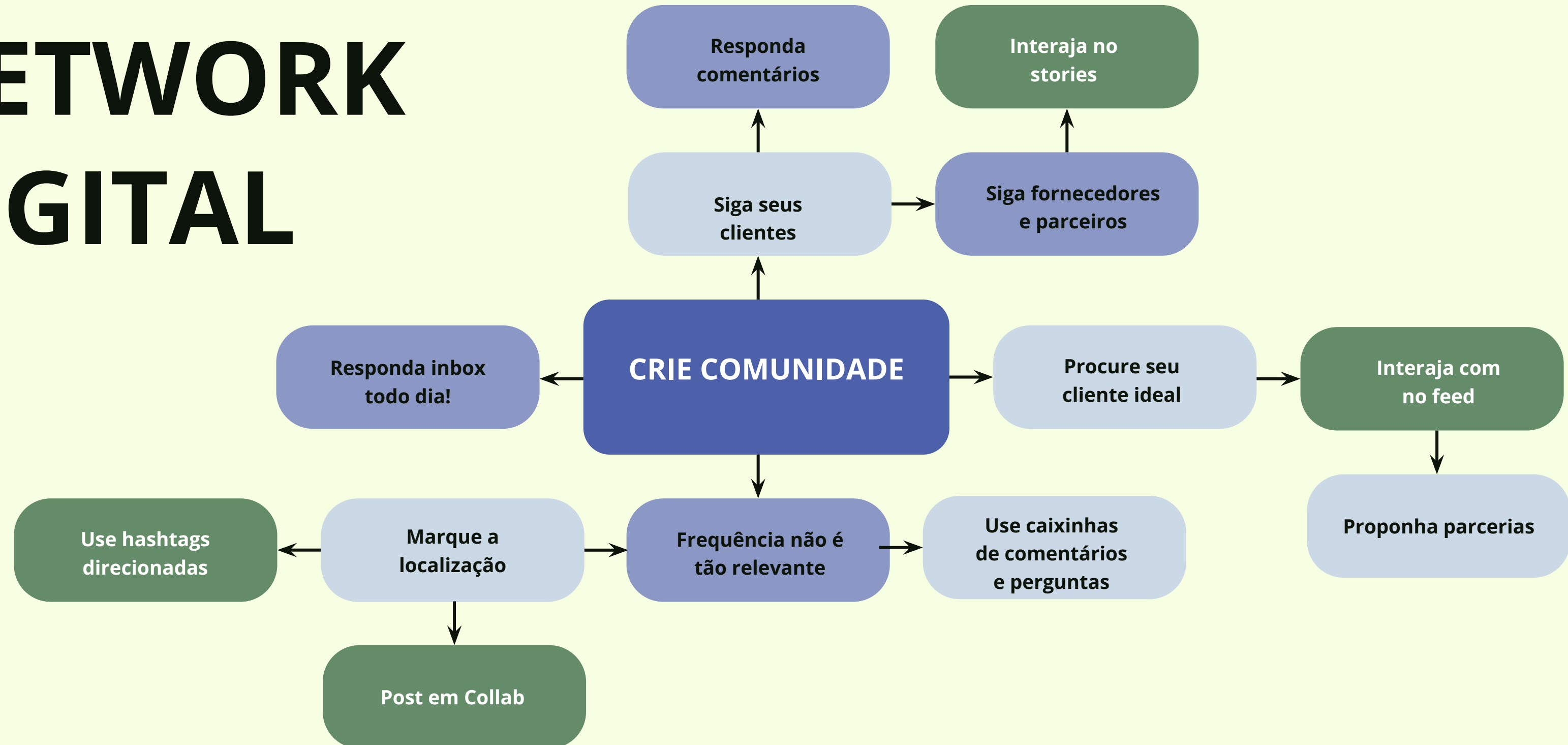
PLANEJAMENTO

BASTANTE TEMPO



como funciona o

NETWORK DIGITAL



MOVIMENTO



Além do crachá: executivos fortalecem marca pessoal nas redes sociais e **alavancam negócios**

11 perfis de executivos no Instagram que são verdadeiras aulas para quem quer evoluir na carreira e nos negócios

Com milhares de seguidores, esses CEOs e empreendedores são capazes de inspirar e oferecer dicas valiosas para quem quer



A habilidade mais importante para ter sucesso no novo mundo do trabalho

Forbes carreira



O CEO VIROU INFLUENCIADOR

Como os executivos têm usado as redes sociais para turbinar suas empresas

DO MICRO AO MACRO

O CEO vira influenciador e redefine o papel da liderança nas empresas

Executivos ganham protagonismo como comunicadores e tornam-se ativos estratégicos na construção da confiança corporativa

POR DO MICRO AO MACRO

21.09.2025 14H00

Cresce a cobrança para que CEOs sejam influenciadores

Há uma expectativa cada vez maior para que altos executivos publiquem nas redes sociais e não deleguem essa tarefa para terceiros



OBRIGADA!

 Grace Daiany

 (34) 98423-0249

 comercial@bloor.com.br

BLOOR

comunicação estratégica