

SMOKING PAPER BR E TSUNAMI ENERGY DRINK



# *Social Media* PORTFÓLIO

COMMUNITY MANAGER



---

# RESUMO DA MARCA:

Smoking é um dos papéis de fumo mais clássicos do mercado, fundada no século XIX pelos irmãos Miquel y Costas, na Espanha. Atualmente, é uma das mais conhecidas do público brasileiro e busca atingir o jovem adulto, ligado em artes, esportes e música.

## CONTEÚDO

# 1 ANO

de planejamento

# 6 DIAS

por semana | feed  
+ stories

# 49 K

Seguidores neste período

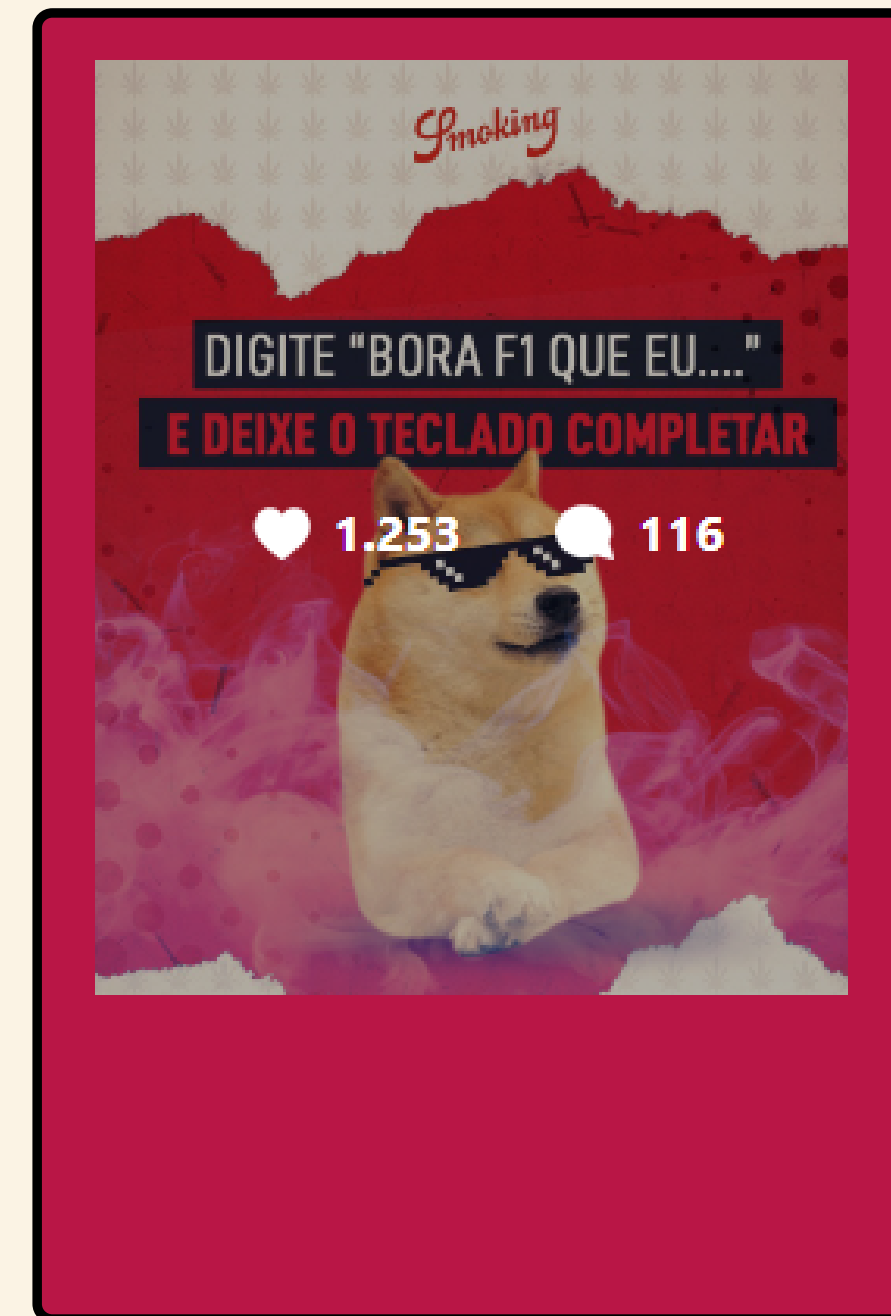
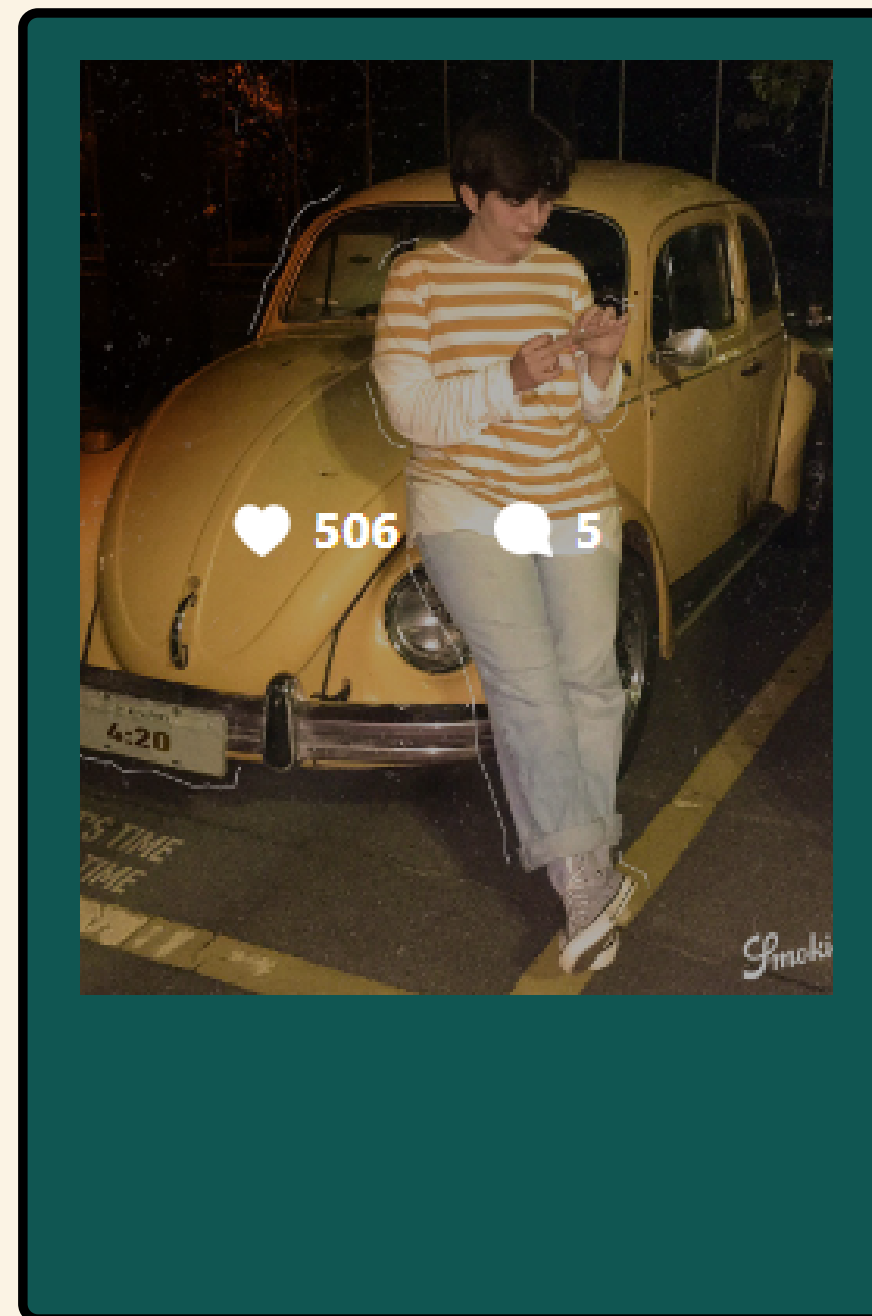
Gabriela Alves



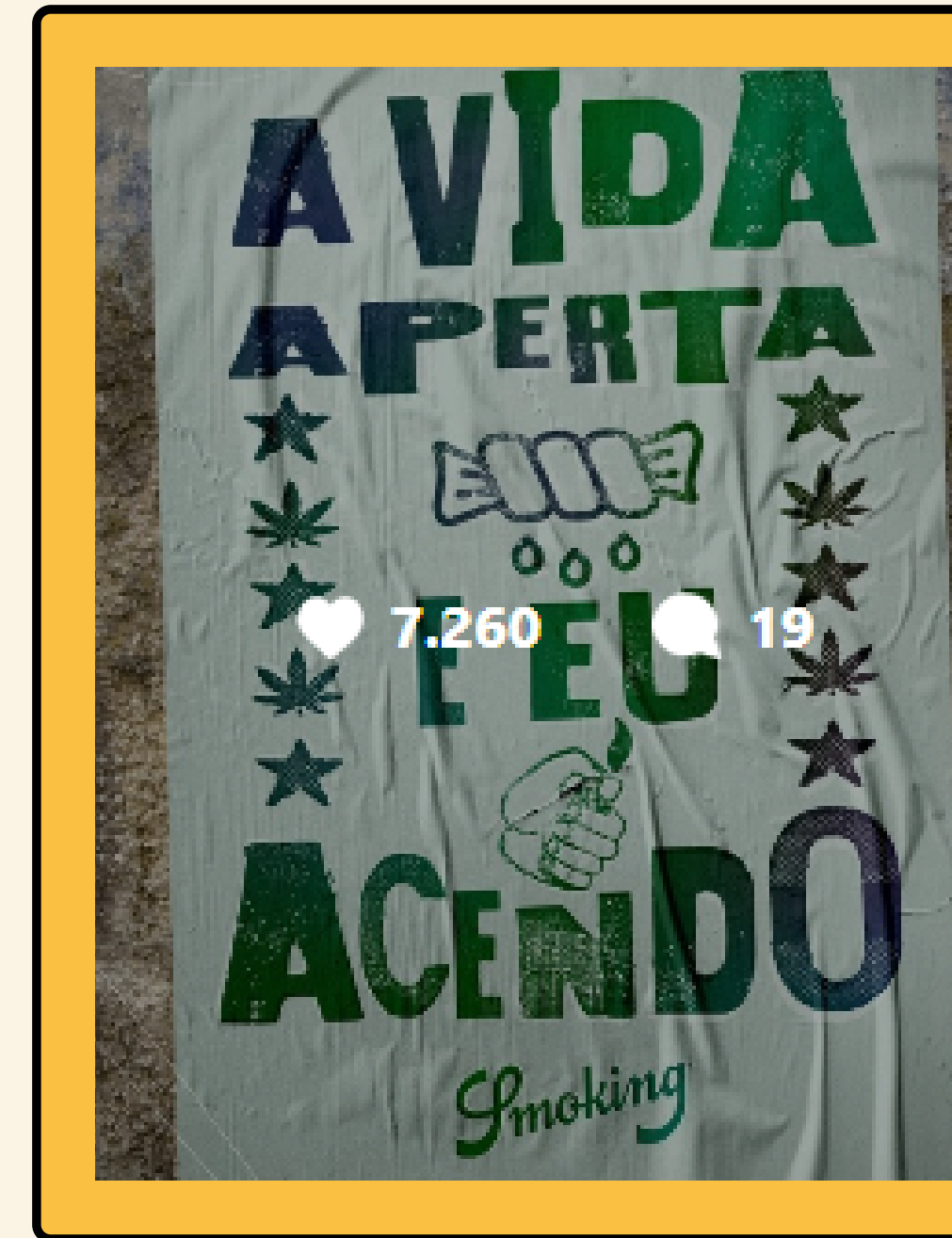
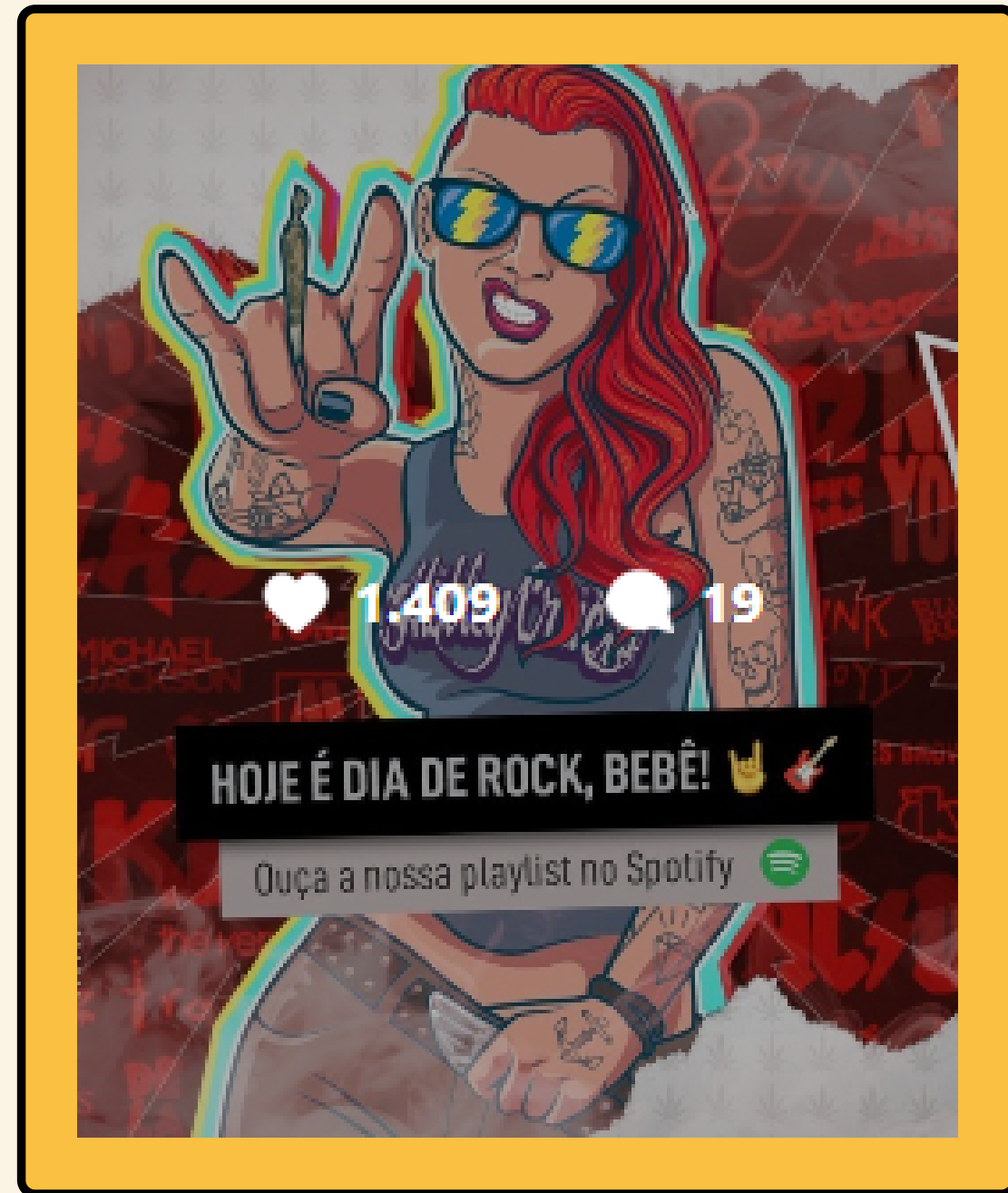
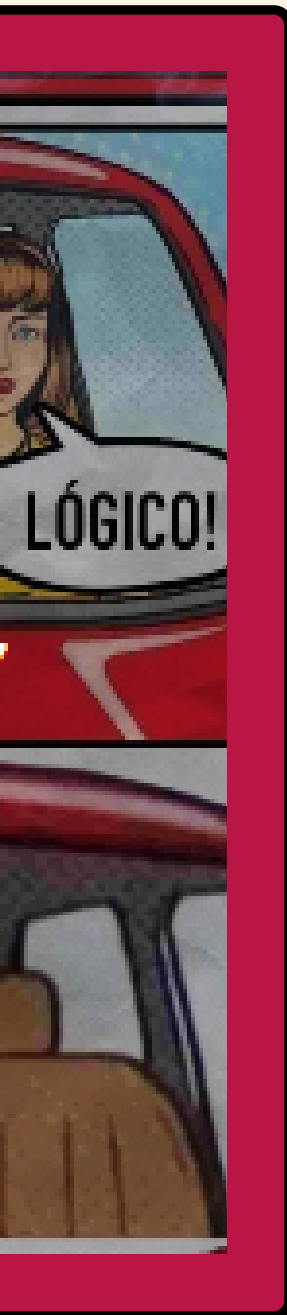
# Exemplos de CONTEÚDOS

Planejamento de conteúdos diários, para feed e stories, com criação de stories criativos para interação, de segunda a sábado. Os exemplos aqui citados foram pensados por mim, a partir de pesquisas, benchmarking e observação dos resultados, até novembro de 2022.

Gabriela Alves



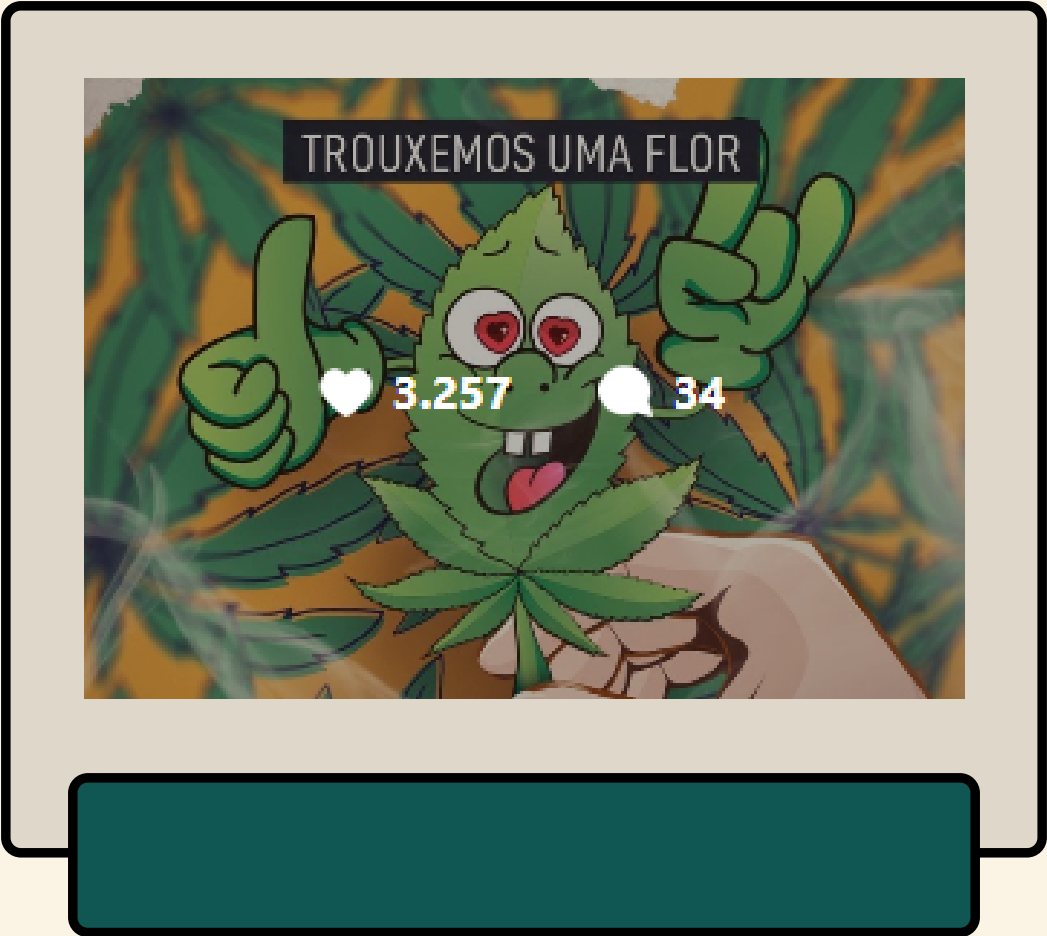
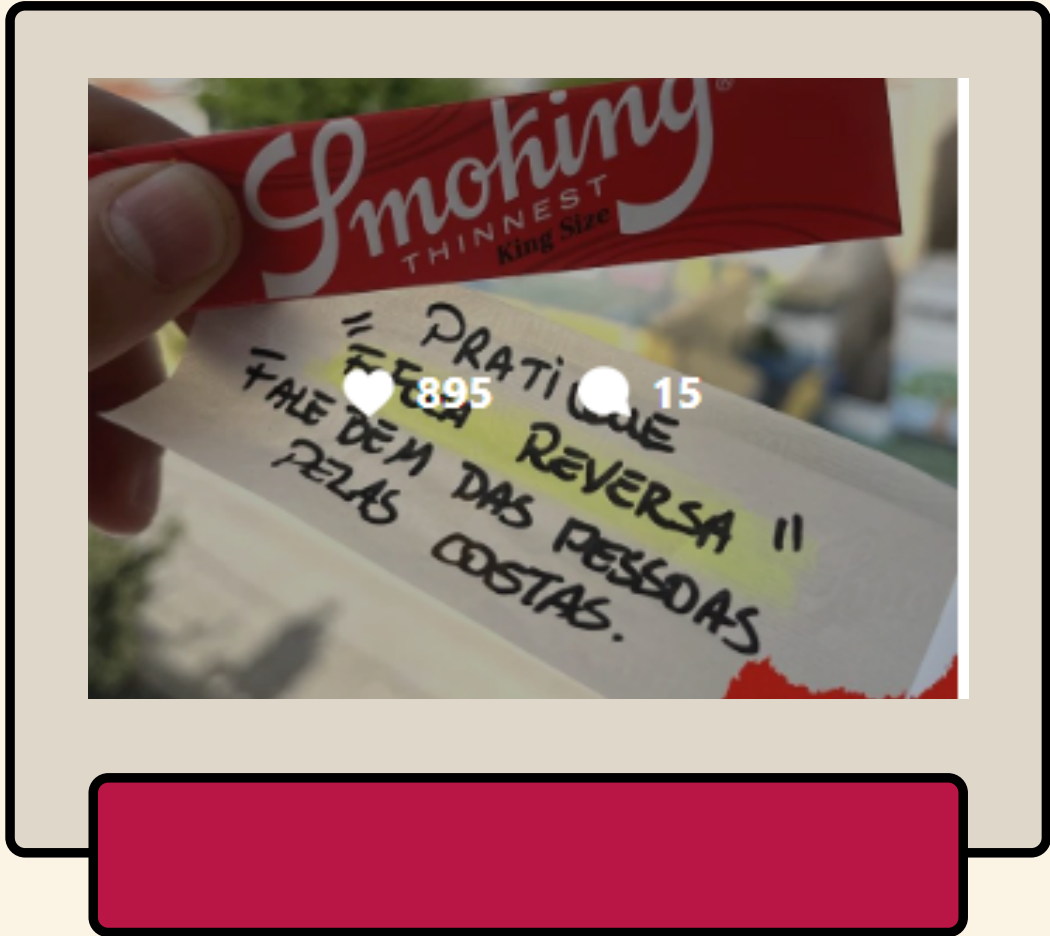
@SMOKINGPAPERBR



Gabriela Alves



# FEED



Gabriela Alves

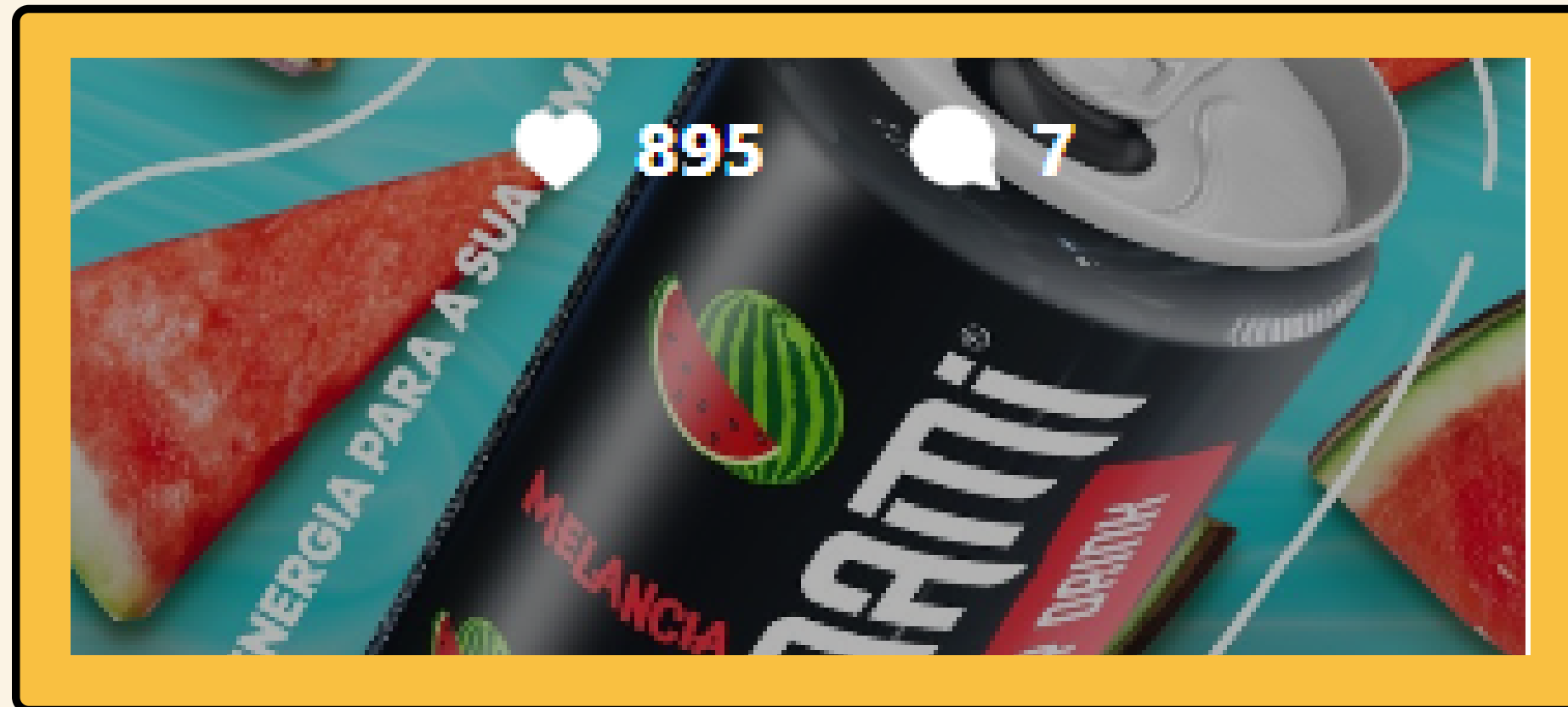


# *o universo de* **TSUNAMI ENERGY DRINK**

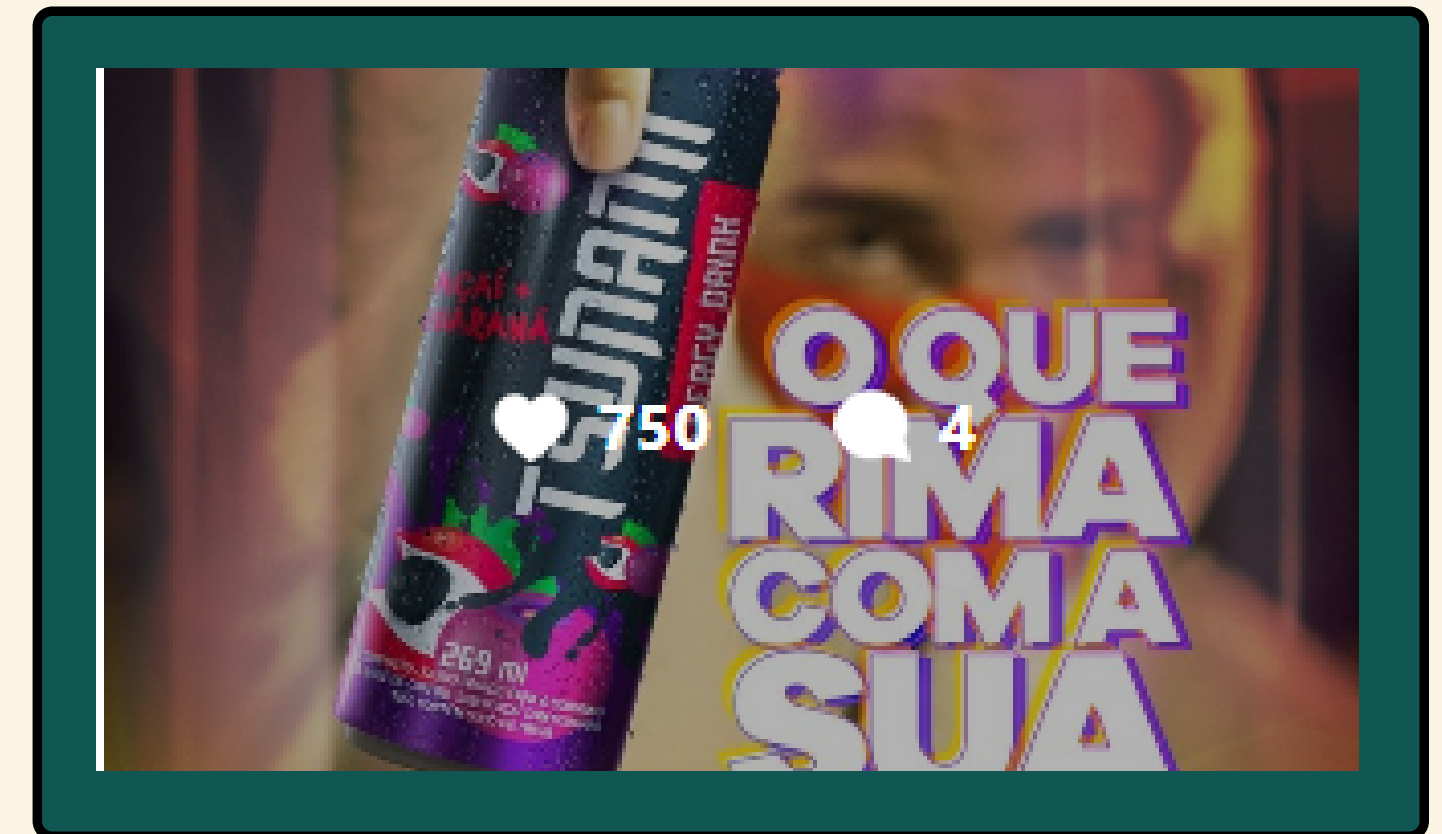
Tsunami é um energético popular, que preza pela qualidade, inovação e preço justo. O público a que se destina é, majoritariamente, jovem, homem, residente nas periferias das cidades, em busca de diversão e cultura e atuante no cenário das batalhas de rima.



# PROJETO TSU



Gabriela Alves



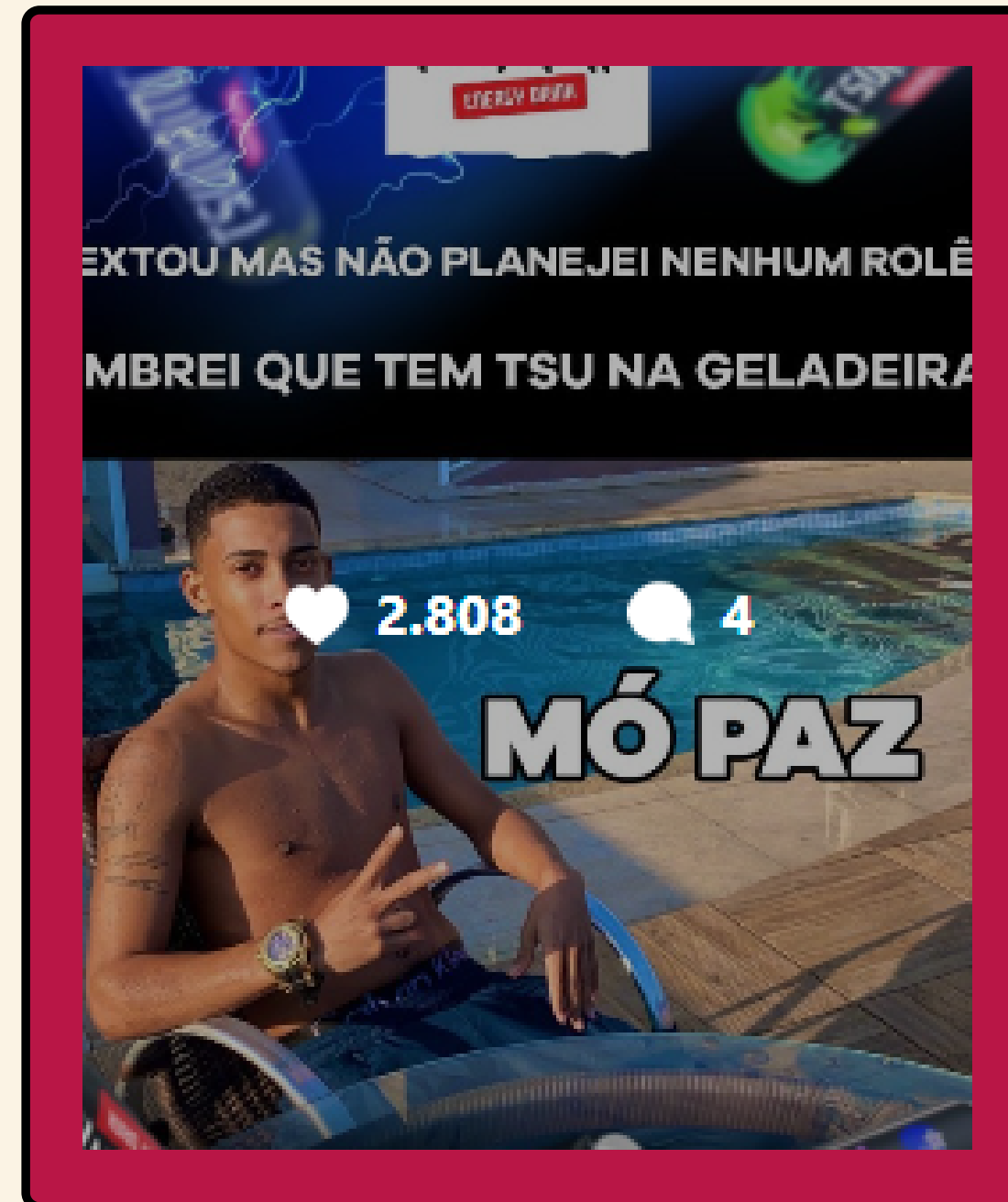
Os posts eram pensados para conversar com o jovem que trabalha, estuda, "faz o corre" para garantir o melhor e viver bem, que sai das bordas da cidade para o mundo.

@TSUNAMIENERGYDRINK

# 1 ANO | 26K

Produção de post semanal (2 vezes por semana, para feed + stories + TikTok). A produção também foi baseada em resultados, linguagem do público e estudos da marca. Duração: novembro de 2021 – novembro de 2022.

Gabriela Alves

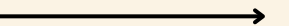


@TSUIENERGYDRINK

# TIKTOK

TikTok foi uma estratégia pouco utilizada no período de um ano, mas que funcionou nas tentativas com algumas trends, como no exemplo.

Gabriela Alves



# ESTRATÉGIA

Smoking e Tsunami foram os clientes mais importantes sob minha gerência de redes sociais nesta experiência. A estratégia estava baseada, para ambos os casos, no benchmarking mensal, com produção de relatórios de análise dos concorrentes e relatórios de resultados, para definir e comparar com as metas.

# GROWTH

Para o crescimento, alguns pilares como produção de conteúdo exclusivo, parcerias e estudo constante da marca foram diferenciais, além da utilização de diferentes especificidades para conteúdos orgânicos e pagos. O impulsionamento era realizado por meio do Meta Ads.



# COMPETÊNCIAS

---

**MENSURAÇÃO**

**MARKETING DIGITAL**

**ESTRAT. DE CONTEÚDO**

**BENCHMARKING**

**PERSONAS**

**PLANEJAMENTO**

