



O que podem as marcas dizer nesta altura tão sensível? Atualmente os conteúdos devem ser mais institucionais do que criativos. É um assunto sério onde impera o pragmatismo e, por isso, a mensagem deve ser simples, direta, concisa e imediata. No entanto, também devemos procurar inspirar e projetar o depois, para quando regressar a estabilidade.

Conteúdo Programático

- 01 > **Mudança de Comportamentos e Hábitos de Consumo;**
- 02 > **Comportamento *online* e *offline*;**
- 03 > **Como reorganizar conteúdos já criados e adaptá-los à situação atual;**
- 04 > **Gestão de comentários e *reviews*.**

Formador | Ana Gabriela Pereira

Data | 20 de abril

Horário | 11h00 às 13h00

Local | Plataforma Microsoft TEAMS