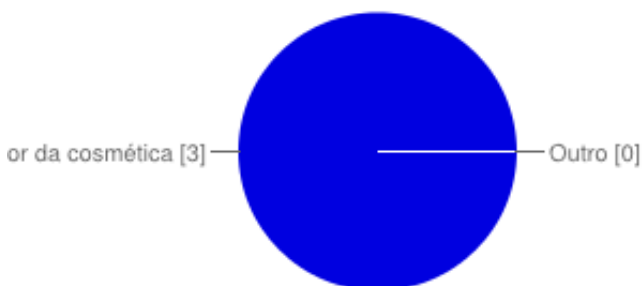


3 [responses](#)

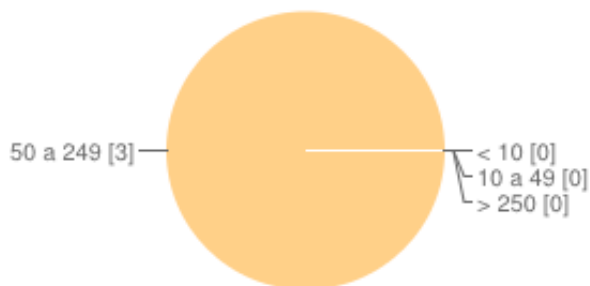
Summary [See complete responses](#)

1. Sector de actividade



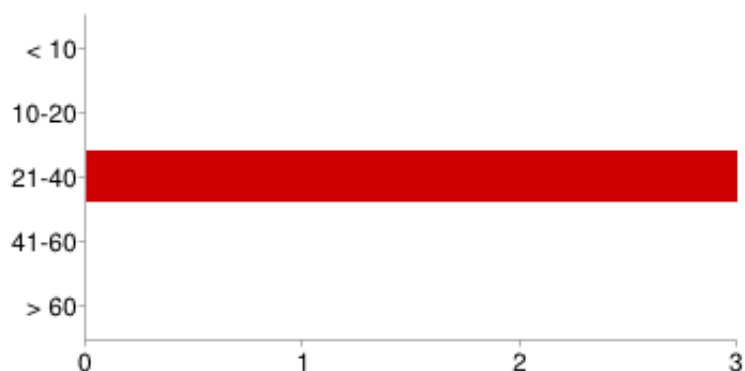
Sector da cosmética	3	100%
Outro	0	0%

2. Número de colaboradores



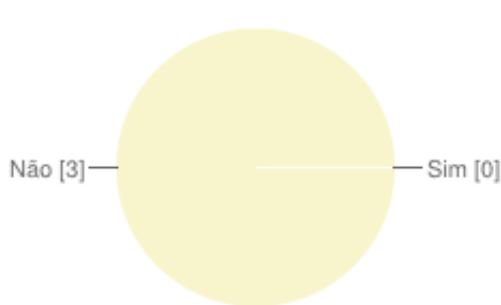
< 10	0	0%
10 a 49	0	0%
50 a 249	3	100%
> 250	0	0%

2. Número de espaços comerciais



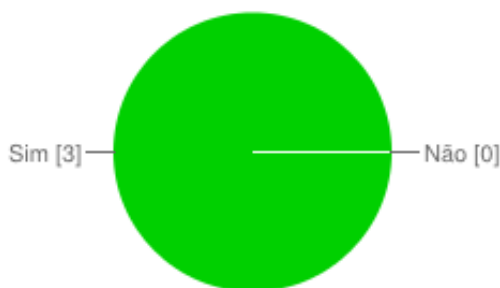
< 10	0	0%
10-20	0	0%
21-40	3	100%
41-60	0	0%
> 60	0	0%

3. Tem loja online?



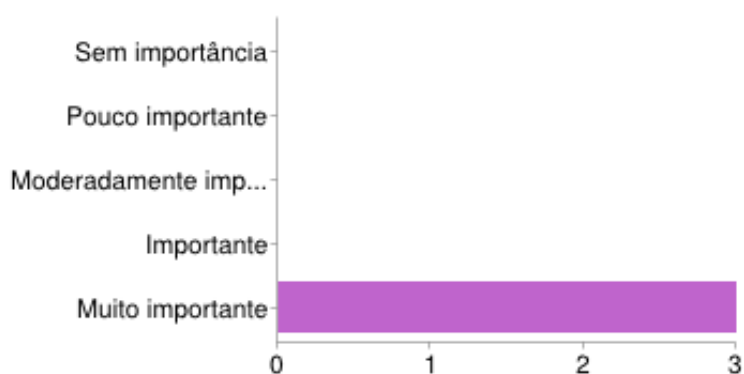
Sim	0	0%
Não	3	100%

4. Tem presença em alguma rede social?



Sim	3	100%
Não	0	0%

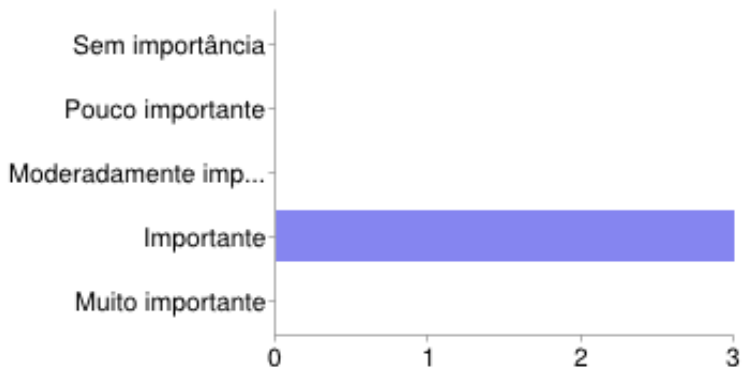
5. Classifique as seguintes redes sociais de acordo com a relevância de presença para a sua marca ou empresa. - Facebook



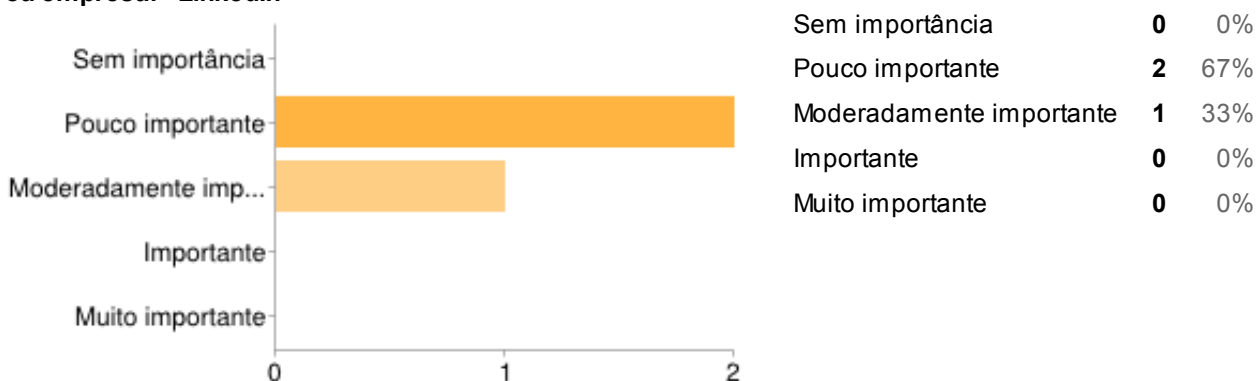
Sem importância	0	0%
Pouco importante	0	0%
Moderadamente importante	0	0%
Importante	0	0%
Muito importante	3	100%

5. Classifique as seguintes redes sociais de acordo com a relevância de presença para a sua marca ou empresa. - Youtube

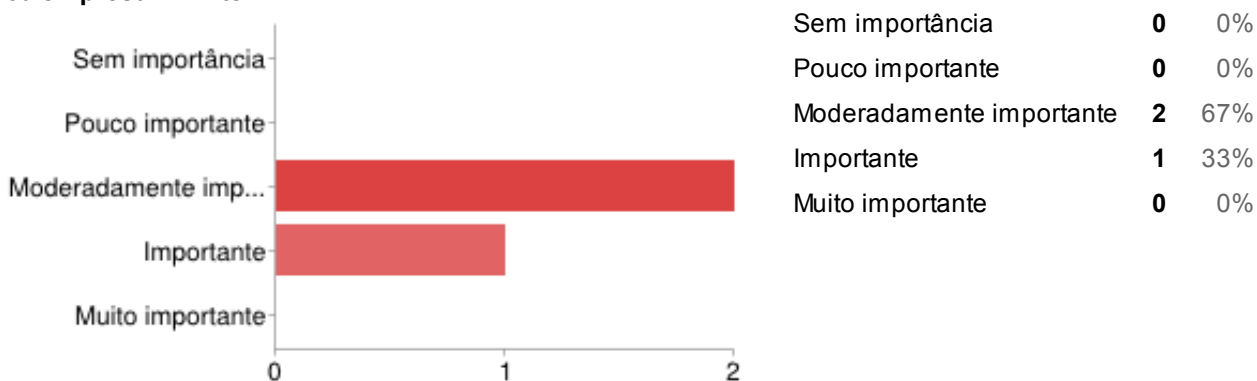
Sem importância	0	0%
Pouco importante	0	0%
Moderadamente importante	0	0%
Importante	3	100%
Muito importante	0	0%



5. Classifique as seguintes redes sociais de acordo com a relevância de presença para a sua marca ou empresa. - LinkedIn

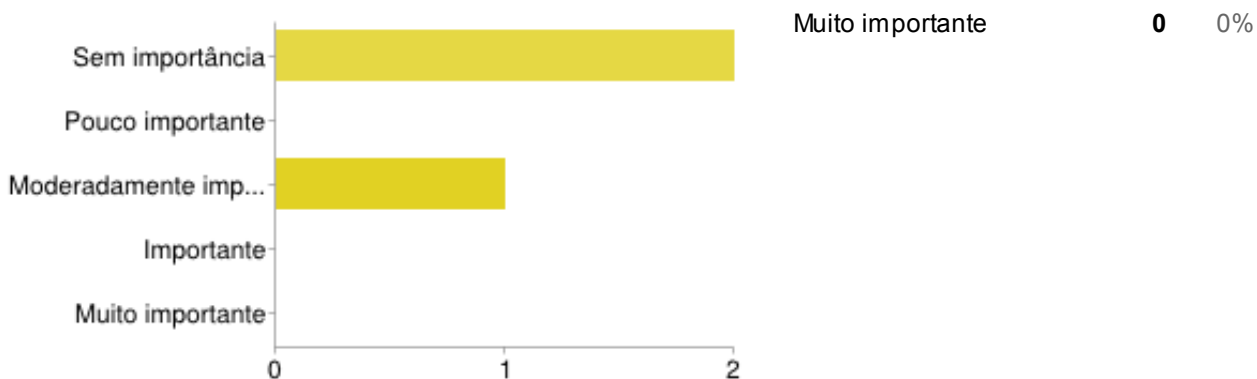


5. Classifique as seguintes redes sociais de acordo com a relevância de presença para a sua marca ou empresa. - Twitter

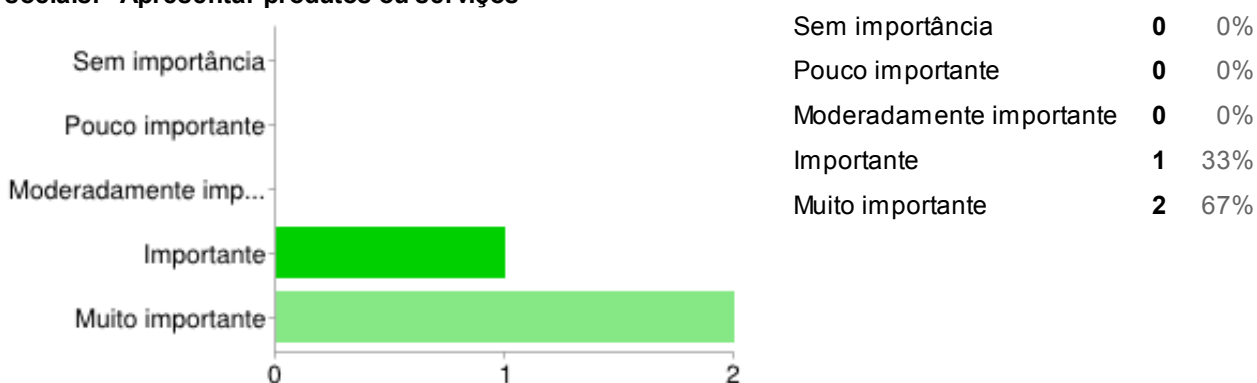


5. Classifique as seguintes redes sociais de acordo com a relevância de presença para a sua marca ou empresa. - Myspace

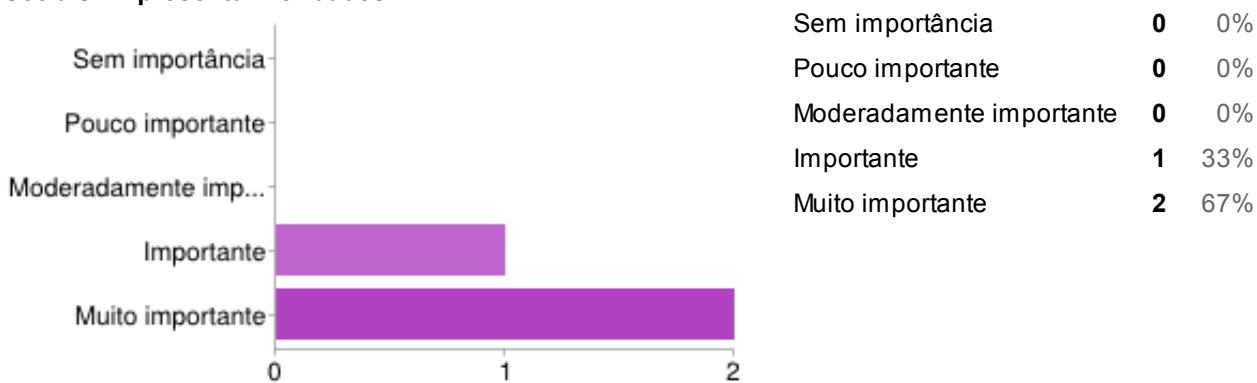
Importância	Contagem	Porcentagem
Sem importância	2	67%
Pouco importante	0	0%
Moderadamente importante	1	33%
Importante	0	0%



6. Classifique as motivações para a sua marca ou empresa estar presente e comunicar em redes sociais. - Apresentar produtos ou serviços

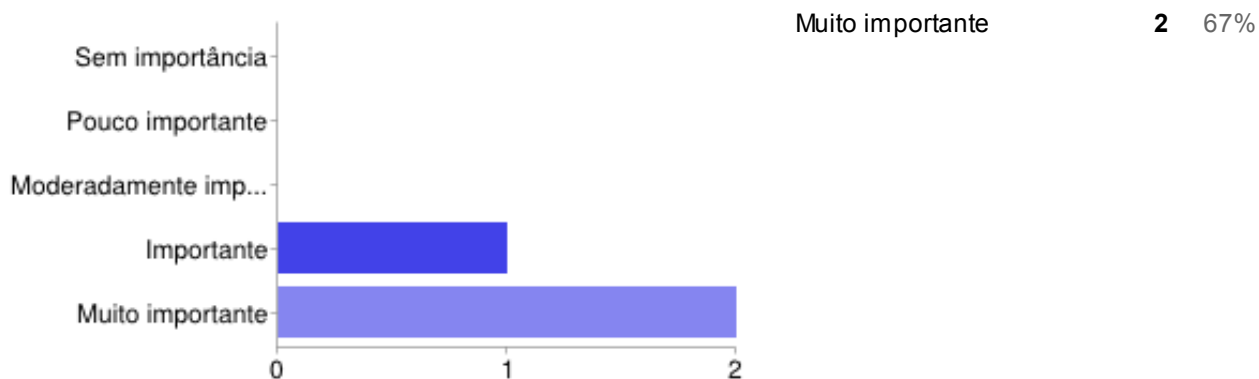


6. Classifique as motivações para a sua marca ou empresa estar presente e comunicar em redes sociais. - Apresentar novidades

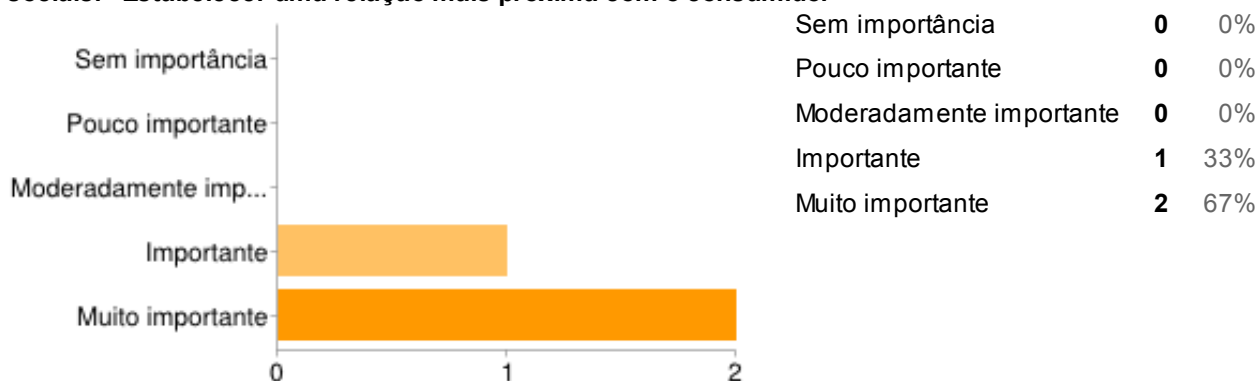


6. Classifique as motivações para a sua marca ou empresa estar presente e comunicar em redes sociais. - Apresentar ofertas promocionais

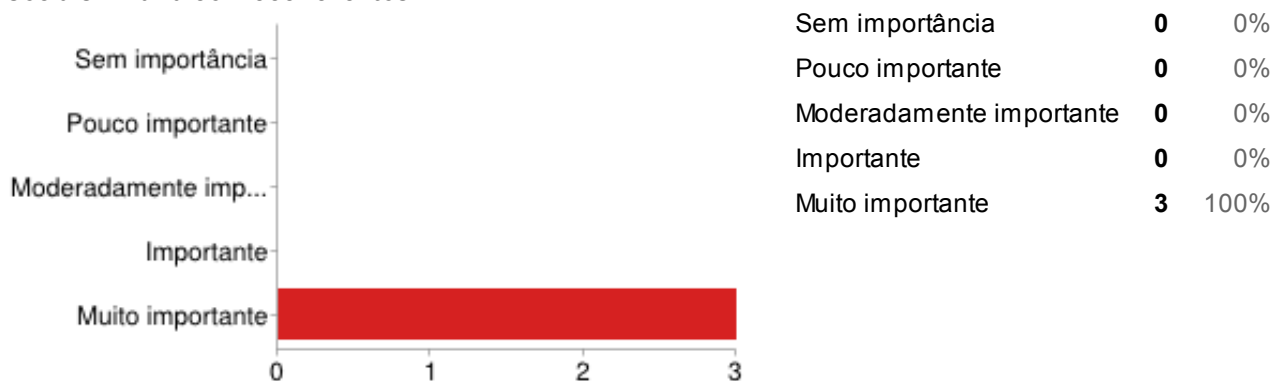
Sem importância	0	0%
Pouco importante	0	0%
Moderadamente importante	0	0%
Importante	1	33%



6. Classifique as motivações para a sua marca ou empresa estar presente e comunicar em redes sociais. - Estabelecer uma relação mais próxima com o consumidor

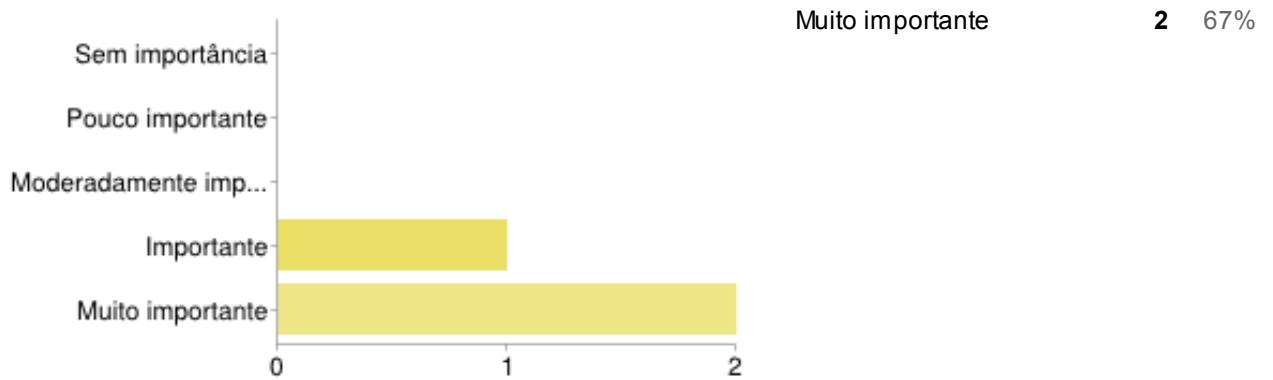


6. Classifique as motivações para a sua marca ou empresa estar presente e comunicar em redes sociais. - Dar a conhecer eventos

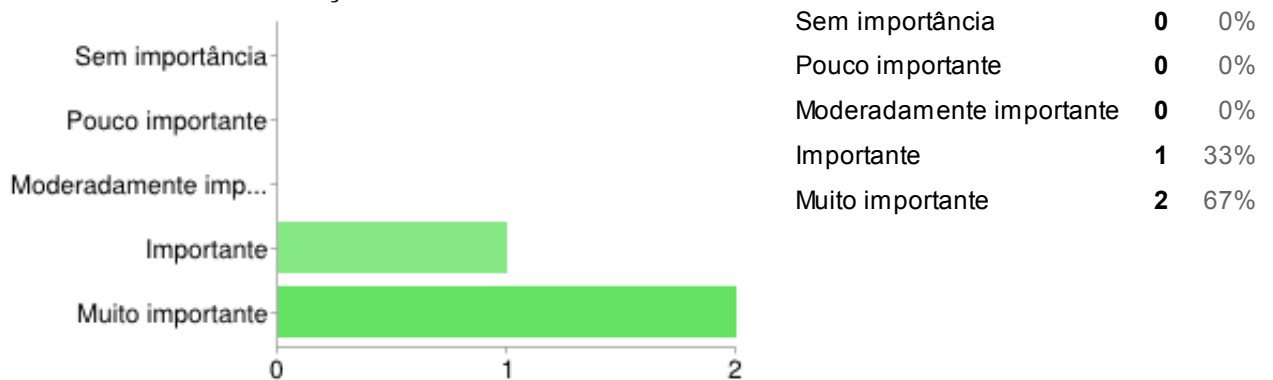


6. Classifique as motivações para a sua marca ou empresa estar presente e comunicar em redes sociais. - Obter feed-back dos consumidores

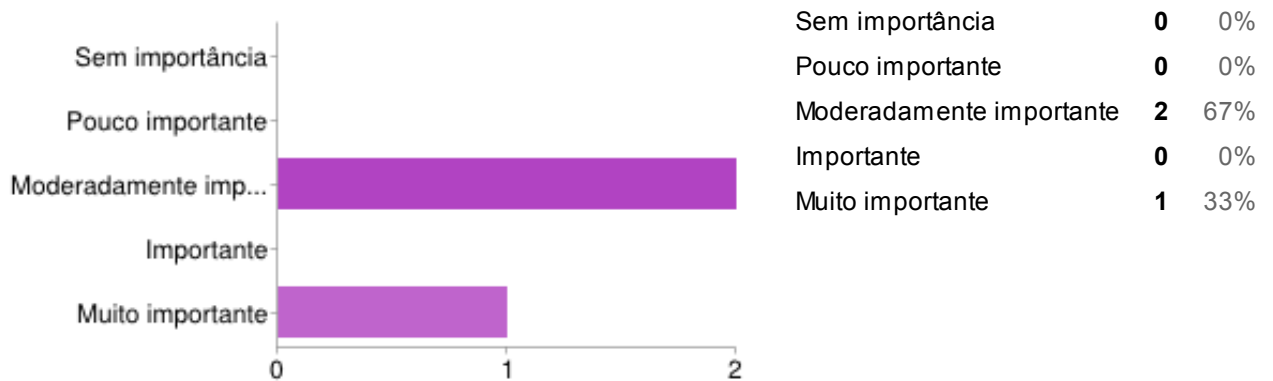
Importância	Contagem	Porcentagem
Sem importância	0	0%
Pouco importante	0	0%
Moderadamente importante	0	0%
Importante	1	33%



6. Classifique as motivações para a sua marca ou empresa estar presente e comunicar em redes sociais. - Partilhar informação

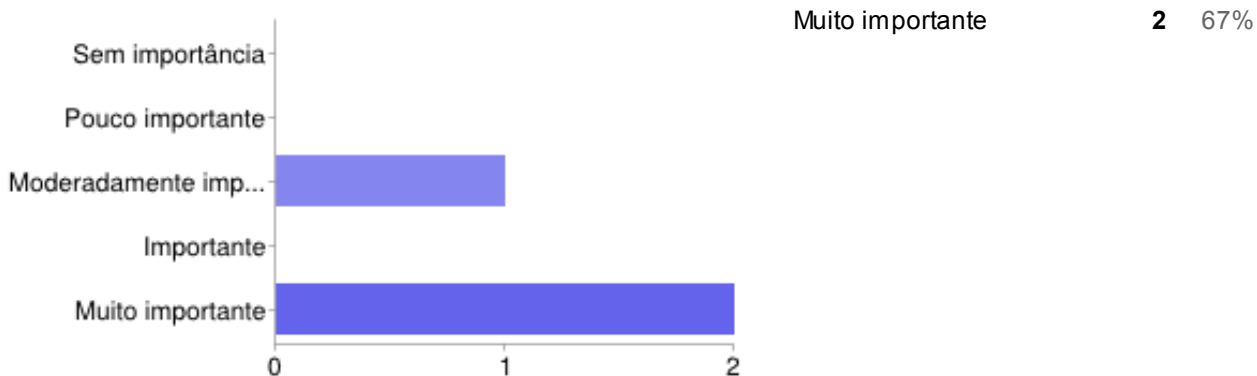


6. Classifique as motivações para a sua marca ou empresa estar presente e comunicar em redes sociais. - Moda

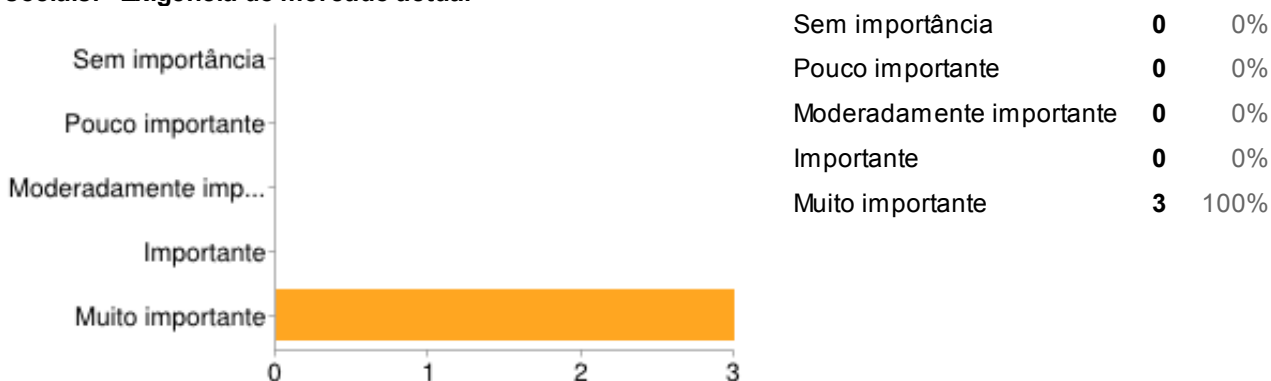


6. Classifique as motivações para a sua marca ou empresa estar presente e comunicar em redes sociais. - Presença de concorrentes nas redes sociais

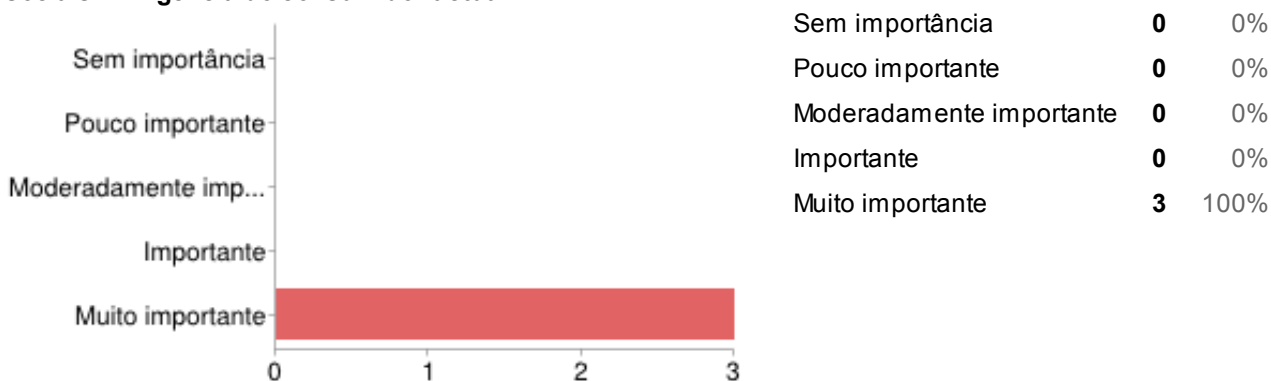
Importância	Quantidade	Porcentagem
Sem importância	0	0%
Pouco importante	0	0%
Moderadamente importante	1	33%
Importante	0	0%



6. Classifique as motivações para a sua marca ou empresa estar presente e comunicar em redes sociais. - Exigência do mercado actual

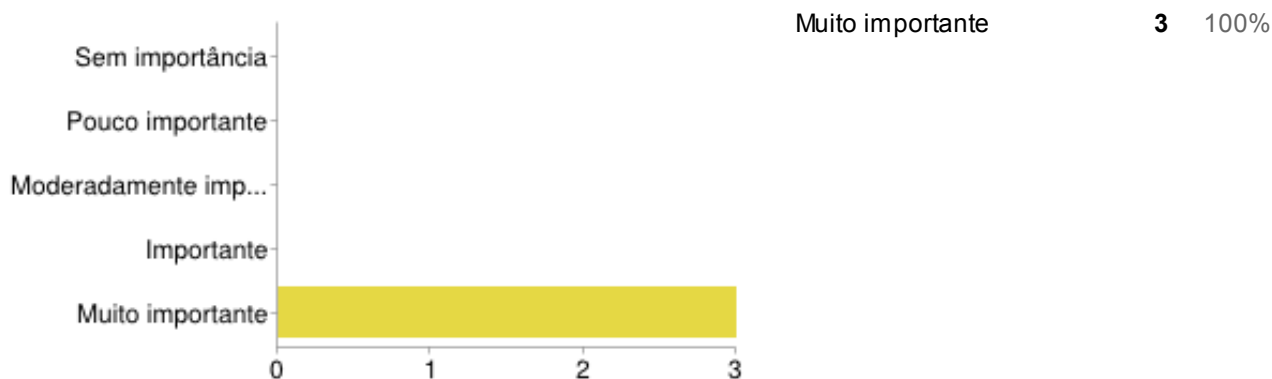


6. Classifique as motivações para a sua marca ou empresa estar presente e comunicar em redes sociais. - Exigência do consumidor actual

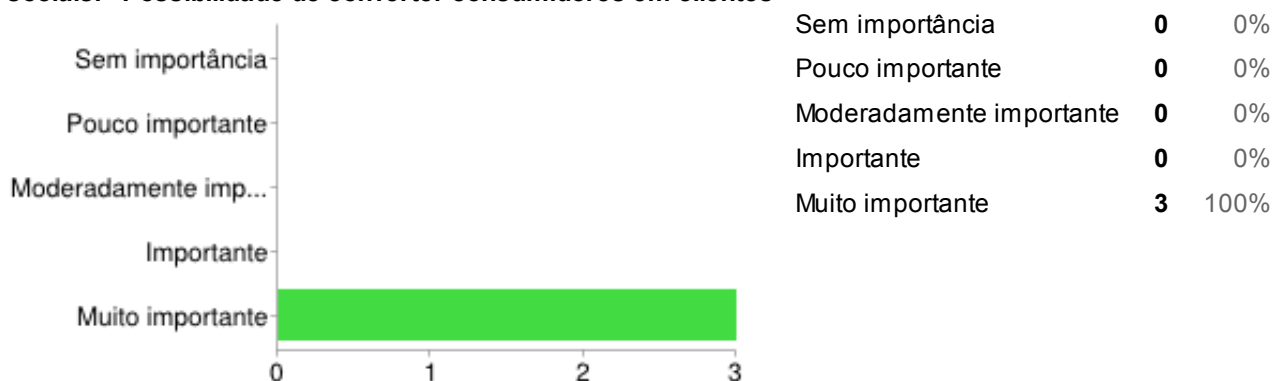


6. Classifique as motivações para a sua marca ou empresa estar presente e comunicar em redes sociais. - Possibilidade de obter mais vendas

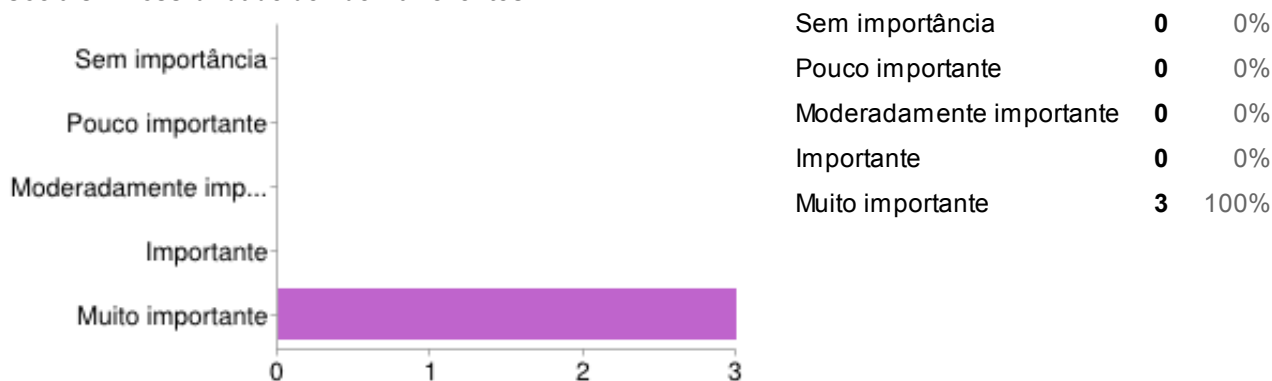
Importância	Contagem	Porcentagem
Sem importância	0	0%
Pouco importante	0	0%
Moderadamente importante	0	0%
Importante	0	0%



6. Classifique as motivações para a sua marca ou empresa estar presente e comunicar em redes sociais. - Possibilidade de converter consumidores em clientes

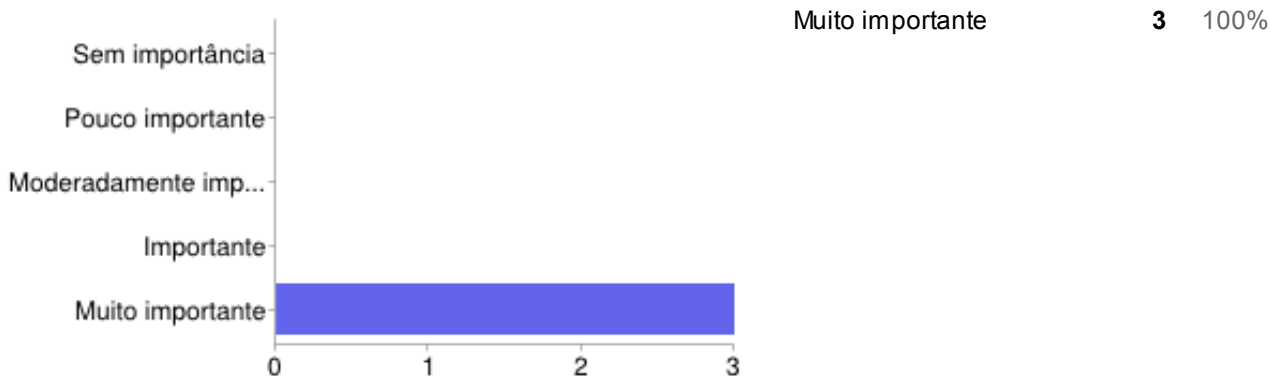


6. Classifique as motivações para a sua marca ou empresa estar presente e comunicar em redes sociais. - Possibilidade de fidelizar clientes

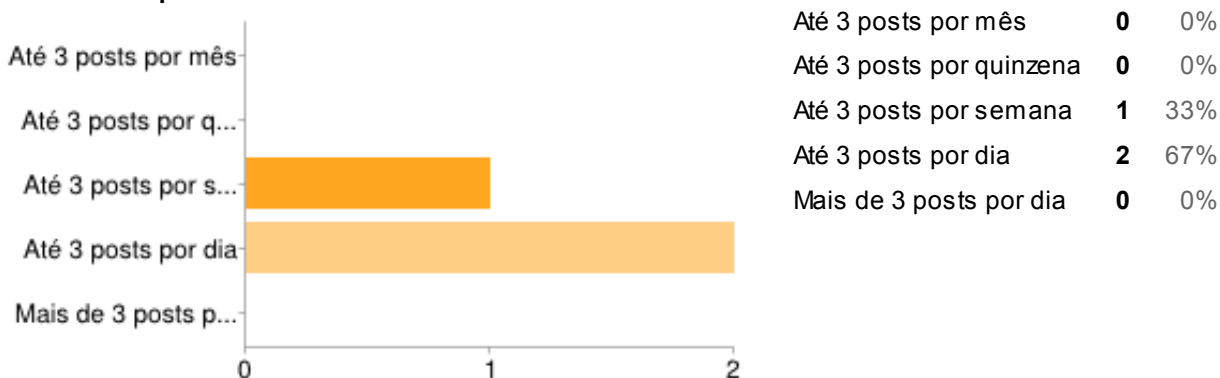


6. Classifique as motivações para a sua marca ou empresa estar presente e comunicar em redes sociais. - Reforçar a notoriedade da marca

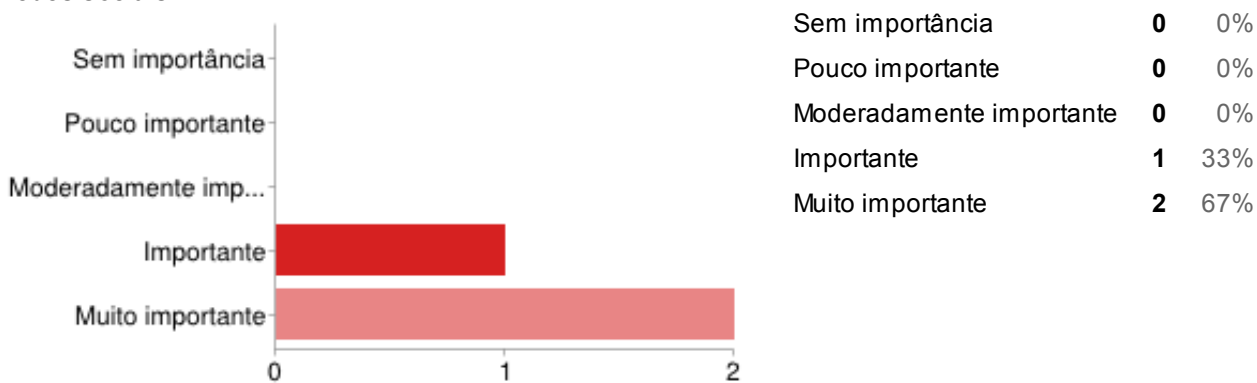
Sem importância	0	0%
Pouco importante	0	0%
Moderadamente importante	0	0%
Importante	0	0%



7. Qual a frequência que considera desejável para comunicar nas redes sociais em função dos recursos disponíveis? -

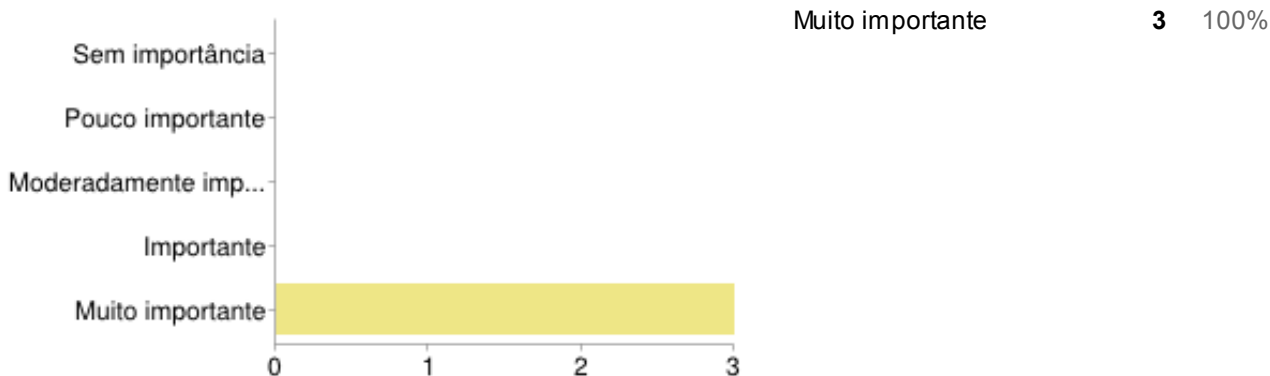


8. Qual a importância que atribui à possibilidade de ter colaboradores dedicados à comunicação nas redes sociais? -

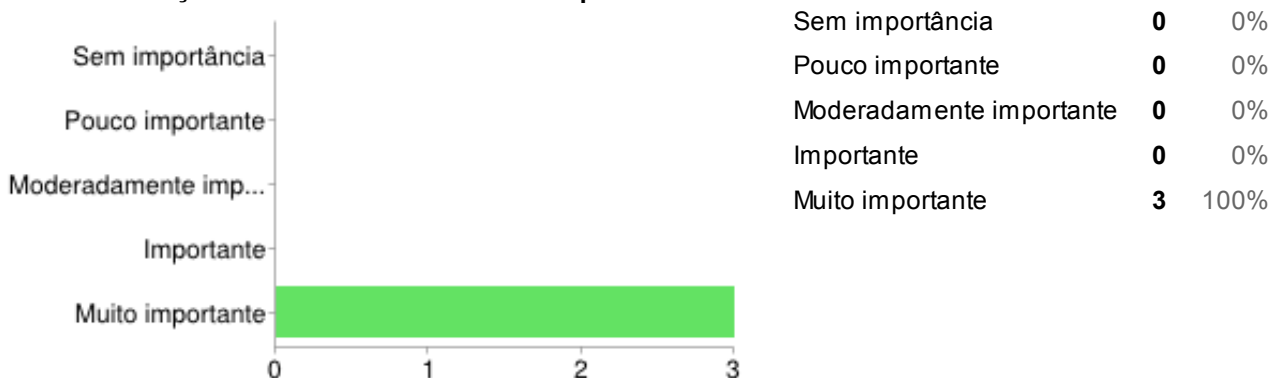


9. Como encara a presença nas redes sociais da sua marca ou empresa, enquanto ferramenta de marketing? -

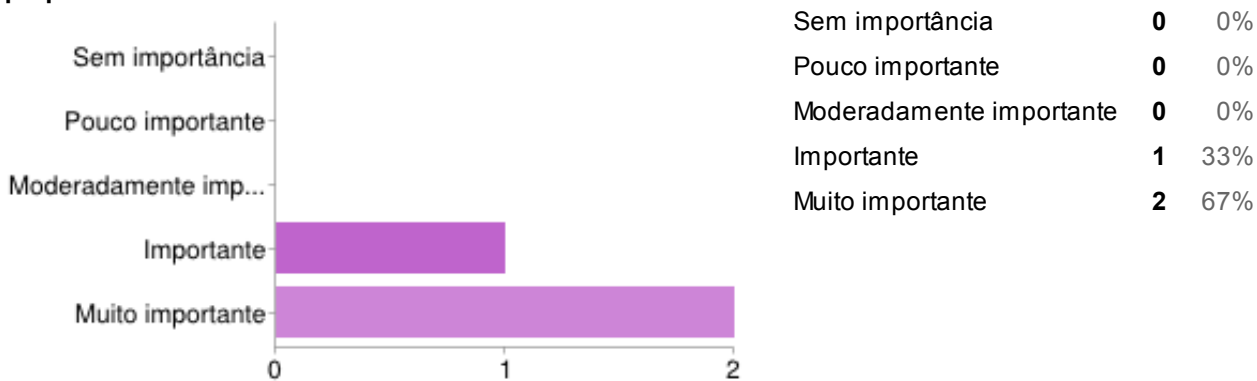
Importância	Contagem	Porcentagem
Sem importância	0	0%
Pouco importante	0	0%
Moderadamente importante	0	0%
Importante	0	0%



10. Qual a importância que atribui ao acompanhamento da gestão de topo e/ou da direcção de marketing das comunicações efectuadas em nome da empresa nas redes sociais? -

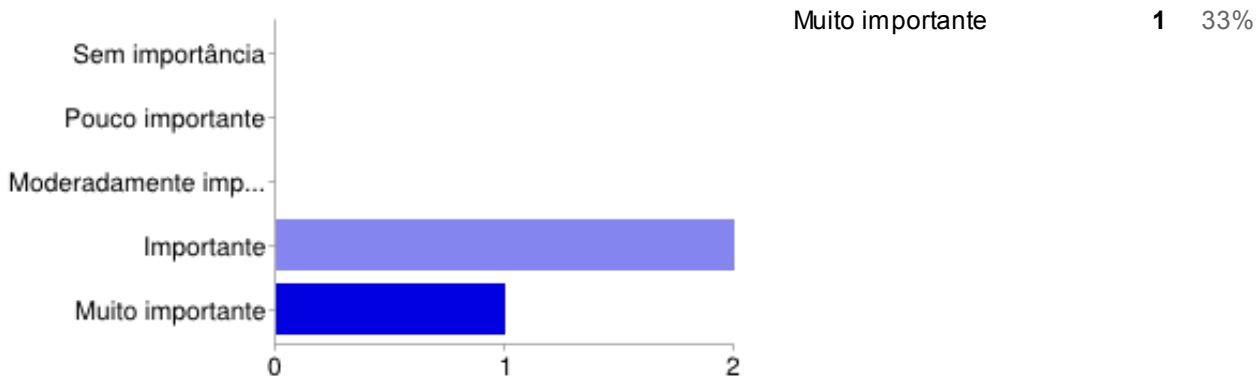


11. Como considera o contributo que a presença nas redes sociais, mesmo que indirectamente, proporciona em termos de aumento das vendas? -

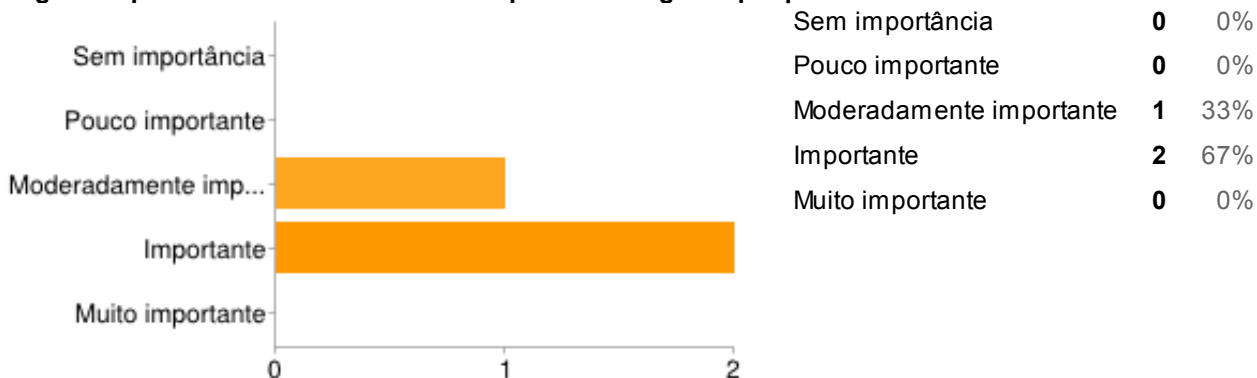


12. A presença nas redes sociais apresenta beneficios mas não está isenta de riscos. Como avalia as seguintes possibilidades? - Partilha de experiência positiva por parte de consumidor

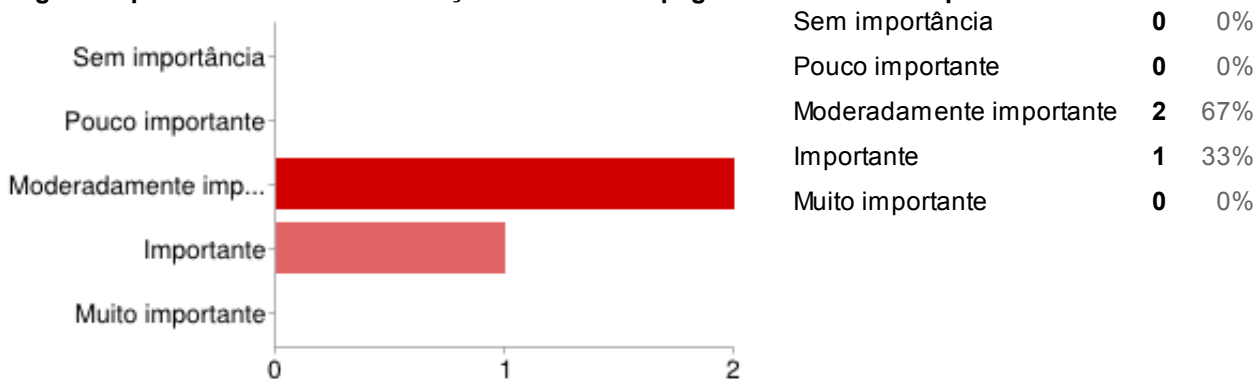
Importância	Contagem	Porcentagem
Sem importância	0	0%
Pouco importante	0	0%
Moderadamente importante	0	0%
Importante	2	67%



12. A presença nas redes sociais apresenta benefícios mas não está isenta de riscos. Como avalia as seguintes possibilidades? - Partilha de experiência negativa por parte de consumidor

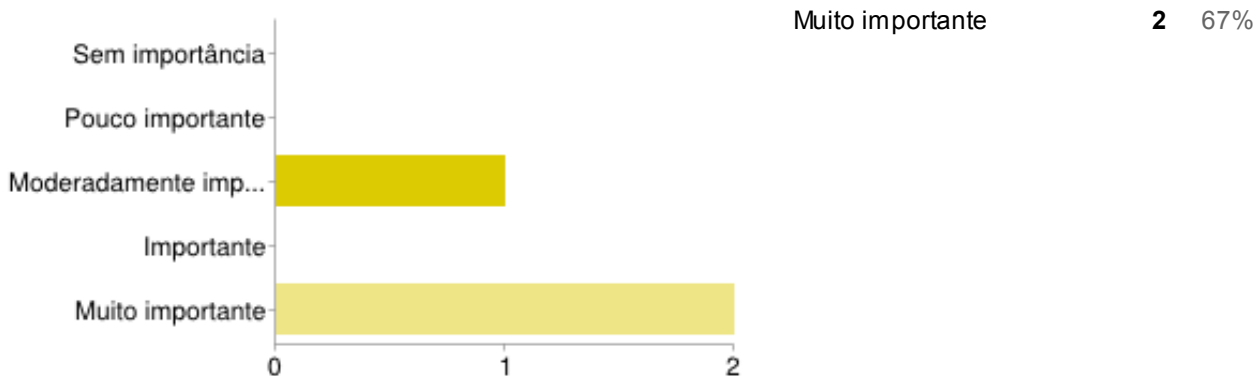


12. A presença nas redes sociais apresenta benefícios mas não está isenta de riscos. Como avalia as seguintes possibilidades? - Reclamação de cliente na página da marca ou empresa

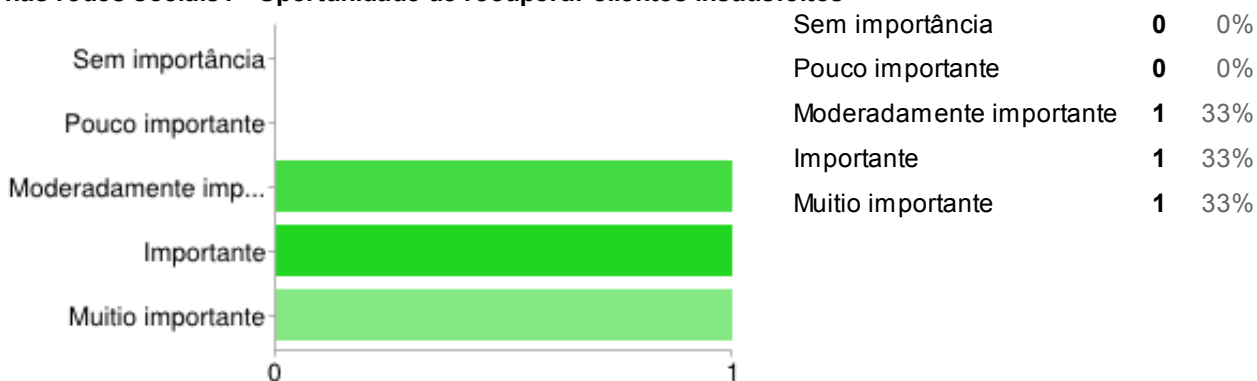


12. A presença nas redes sociais apresenta benefícios mas não está isenta de riscos. Como avalia as seguintes possibilidades? - Felicitação por parte do cliente na página da marca ou da empresa

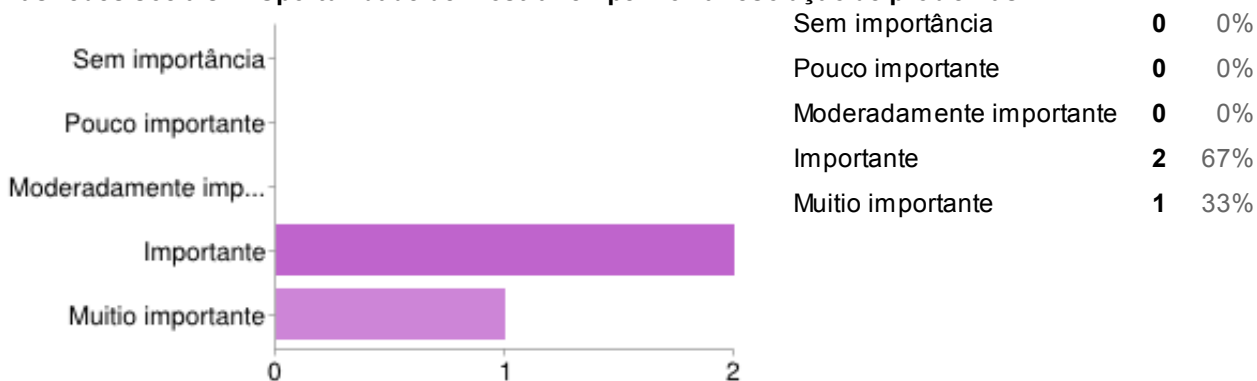
Sem importância	0	0%
Pouco importante	0	0%
Moderadamente importante	1	33%
Importante	0	0%



13. Como encara a possibilidade do consumidor partilhar informação negativa na página da empresa nas redes sociais? - Oportunidade de recuperar clientes insatisfeitos

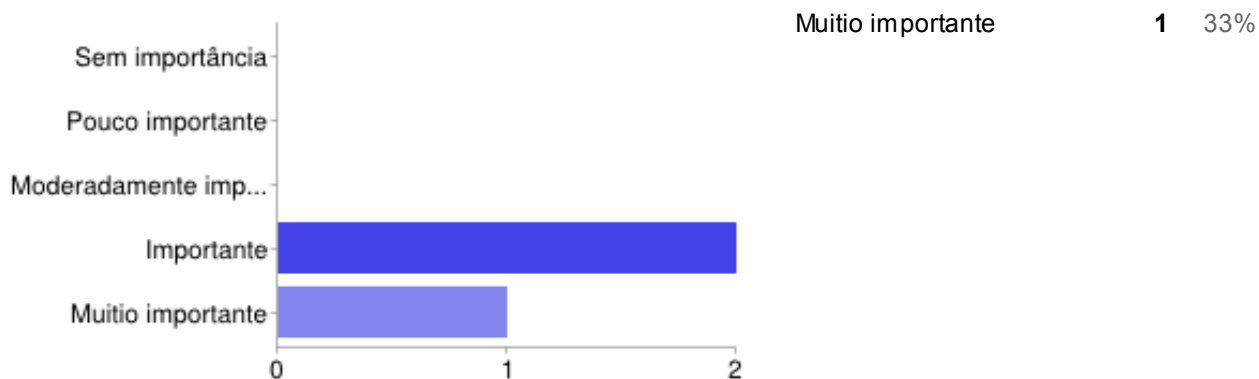


13. Como encara a possibilidade do consumidor partilhar informação negativa na página da empresa nas redes sociais? - Oportunidade de mostrar empenho na resolução de problemas

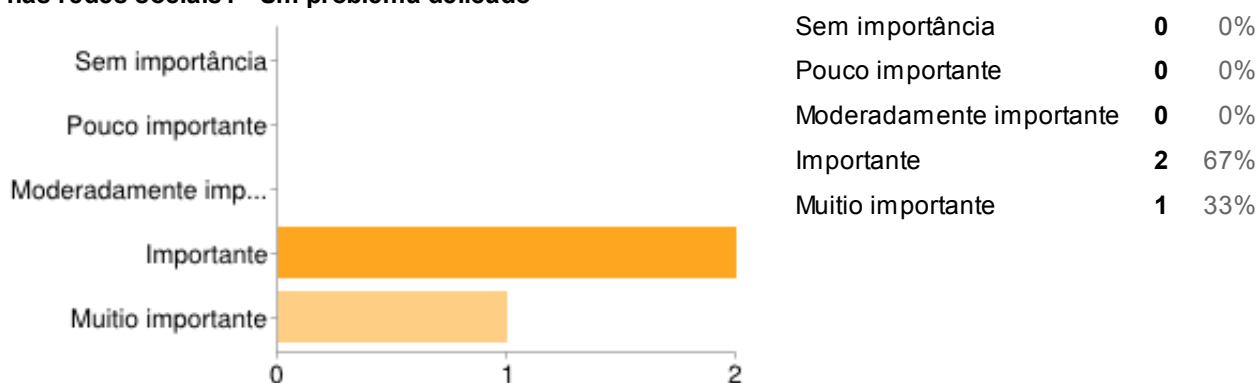


13. Como encara a possibilidade do consumidor partilhar informação negativa na página da empresa nas redes sociais? - Oportunidade de mostrar empenho na resolução de conflitos

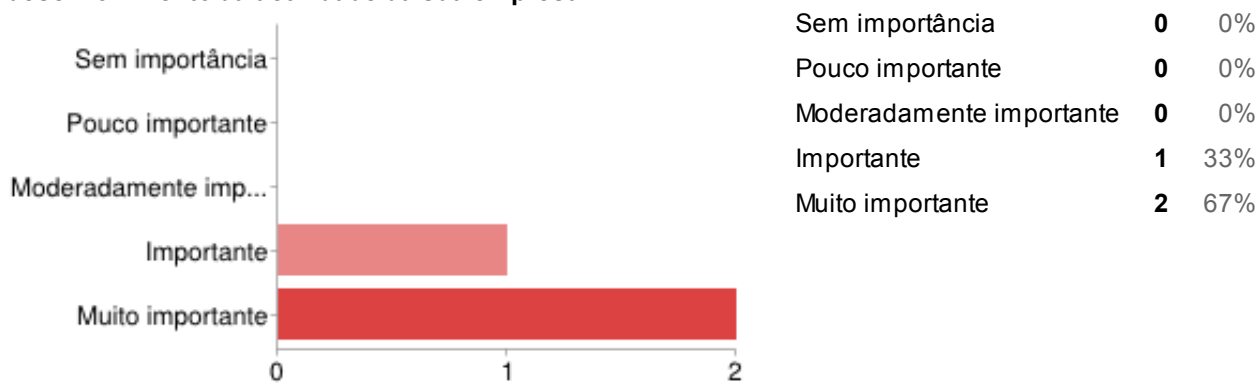
Importante	2	67%
Moderadamente importante	0	0%
Pouco importante	0	0%
Sem importância	0	0%



13. Como encara a possibilidade do consumidor partilhar informação negativa na página da empresa nas redes sociais? - Um problema delicado



14. De uma forma geral, como considera hoje a presença em redes sociais para o normal desenvolvimento da actividade da sua empresa? -



Muito obrigada pela colaboração!
Bom trabalho!

Number of daily responses

