



Carol Olival (*)

Economia da Criatividade

#FullSailBrazilCommunity



O Poder do Marketing em Redes Sociais Emergentes: Como Atrair a Geração Z e Alpha

O marketing digital está em constante transformação, e uma das mudanças mais empolgantes que presenciei nos últimos anos é o impacto das redes sociais emergentes, como TikTok e BeReal, na interação com o público jovem. As gerações Z e Alpha não só consomem conteúdo de forma diferente, mas também têm expectativas muito específicas em relação à autenticidade, à velocidade de consumo e à interatividade. Essa dinâmica exige que nós, profissionais de marketing, estejamos atentos para criar campanhas que realmente se conectem com eles. Por trabalhar com estratégias voltadas ao mercado educacional, vejo essas plataformas como uma ponte poderosa para envolver esse público, trazendo relevância e inovação. Neste texto, vou compartilhar insights sobre como essas redes moldam comportamentos, quais estratégias podem funcionar melhor e como dar os primeiros passos para aproveitar essas oportunidades.

O Comportamento Digital dos Jovens em Redes Emergentes

Plataformas como TikTok e BeReal conquistaram o coração da Geração Z e Alpha porque refletem o que elas mais valorizam: autenticidade e espontaneidade. No TikTok, vídeos curtos e dinâmicos incentivam a criatividade, enquanto no BeReal, o foco é mostrar o dia a dia sem filtros, capturando momentos genuínos. Para essas gerações, a mensagem de uma marca precisa ser visualmente atraente e parecer real. Eles preferem conteúdos rápidos, que os conectem emocionalmente ou que os convidem a interagir, seja por meio de desafios ou de histórias que ressoem com suas experiências.

No mercado educacional, isso significa que as instituições precisam adaptar suas campanhas para dialogar com essa linguagem. Um exemplo interessante foi uma campanha de uma universidade que criou um desafio no TikTok,

incentivando alunos a compartilharem suas histórias acadêmicas usando uma música personalizada. O resultado foi um engajamento enorme, com milhares de vídeos criados organicamente. Essa é a prova de que entender o comportamento do público é essencial para criar campanhas que não apenas alcancem, mas conquistem.

Benefícios de Investir em Redes Sociais Emergentes

Os benefícios de explorar essas plataformas são inegáveis. Primeiro, o alcance dessas redes é massivo. O TikTok, por exemplo, tem bilhões de usuários ativos mensais, muitos deles jovens. Para campanhas educacionais, isso significa uma oportunidade única de atingir potenciais alunos onde eles estão mais engajados. Além disso, o custo-benefício é surpreendente. Campanhas criadas de forma autêntica e que incentivem a interação muitas vezes têm resultados orgânicos melhores do que anúncios pagos.

Outro ponto é a capacidade dessas redes de criar relacionamentos. Quando uma instituição educacional consegue dialogar diretamente com os jovens, seja por meio de comentários, dueto de vídeos no TikTok ou interações no BeReal, ela constrói um vínculo genuíno. Isso não apenas aumenta a visibilidade da marca, mas também cria uma conexão emocional que pode ser determinante no processo de decisão do aluno.

Como Começar a Aproveitar Essas Oportunidades

Se você está pensando em explorar redes sociais emergentes, o primeiro passo é estudar o comportamento do seu público. Analise as tendências, observe como eles interagem com marcas e entenda o que desperta o interesse deles. A partir disso, comece pequeno: crie conteúdos autênticos que mostrem o dia a dia da sua instituição, como depoimentos reais de alunos ou professores, e teste diferentes formatos.

É essencial adaptar o conteúdo para cada plataforma. No TikTok, por exemplo, vídeos curtos e criativos são indispensáveis. Já no BeReal, a ideia é capturar momentos genuínos, como bastidores de eventos ou aulas práticas. Além disso, considere colaborações com influenciadores que tenham credibilidade com o público jovem. Essa parceria pode ser a diferença entre ser notado ou passar despercebido.

Conclusão

As redes sociais emergentes representam uma revolução no marketing, especialmente no mercado educacional. Compreender o comportamento da Geração Z e Alpha e criar campanhas que dialoguem com suas expectativas de autenticidade e interação não é apenas uma tendência, mas uma necessidade para instituições que desejam se destacar.

Como profissional de marketing digital com foco no setor educacional, vejo essas plataformas como ferramentas indispensáveis para alcançar e engajar os jovens de forma efetiva. Se você ainda não começou, não se preocupe. Há espaço para todos que estejam dispostos a experimentar, errar e ajustar. Afinal, o marketing é sobre criar conexões, e essas redes oferecem a melhor oportunidade para isso hoje.

Se você também acredita no potencial dessas plataformas ou quer trocar ideias sobre estratégias para o mercado educacional, vamos conversar! É sempre um prazer compartilhar e aprender.

(*) - Com graduação em Arquitetura e Urbanismo, pós-graduação em Administração, MBA em Empreendedorismo e Inovação e Mestrado em Marketing Digital, Carol Olival conta com mais de 20 anos de atuação no mercado de educação. Tem foco nas áreas de vendas e marketing e experiência como empreendedora e gestora de escolas próprias. Autora de três livros sobre educação e treinamento corporativo e TEDx speaker, hoje Carol atua como Community Outreach Director da Full Sail University, promovendo constantes debates sobre como o binômio criatividade e tecnologia são necessários a todos profissionais do cenário atual, e o papel da educação dentro desse contexto

Mercado de luxo: imóveis que valorizam exclusividade e bem-estar

O mercado de imóveis de alto padrão começa 2025 com expectativas de crescimento, impulsionado por projetos que combinam exclusividade, conforto e inovação tecnológica. Essa evolução reflete o perfil de um público cada vez mais exigente e atento às tendências globais

Um estudo da Brain Inteligência Estratégica, em parceria com a CBIC, aponta que a demanda por imóveis no Brasil apresentou crescimento consistente em 2024. Embora os dados incluam diferentes segmentos, a recuperação do setor é um termômetro para as oportunidades em empreendimentos de luxo.

Diogo Zambetta, engenheiro civil e co-fundador da Zambetta Empreendimentos, destaca a importância de projetos que vão além da simples oferta de imóveis. "Hoje, os consumidores não estão comprando apenas um imóvel, mas uma experiência. Empreendimentos que oferecem estruturas de lazer diferenciadas, como áreas de convivência, academias equipadas e espaços gourmet, têm se tornado cada vez mais atrativos para quem busca qualidade de vida e exclusividade", afirma.

A integração de tecnologias avançadas nos imóveis de luxo é outra tendência que ganha força. Sistemas de automação residencial, controle de iluminação e temperatura por meio de dispositivos móveis e soluções de segurança de última geração são alguns dos diferenciais que têm conquistado os compradores. Além disso, a sustentabilidade se tornou um requisito fundamental, com a incorporação de práticas ecológicas e materiais sustentáveis nos projetos.



A localização dos empreendimentos também é importante na decisão de compra. Imóveis situados em áreas que oferecem fácil acesso a serviços, comércio e transporte público são altamente valorizados. Capitais como São Paulo e Rio de Janeiro continuam sendo polos atrativos, mas há um movimento crescente em direção a cidades médias que oferecem qualidade de vida e infraestrutura adequada.

Para os investidores, o mercado de imóveis de luxo em 2025 apresenta oportunidades promissoras. A valorização constante desses imóveis, aliada à demanda por espaços que proporcionem bem-estar e exclusividade, torna

esse segmento uma opção atraente para diversificação de portfólio.

"Investir em empreendimentos bem planejados melhora a infraestrutura local e atrai novos moradores e empreendedores. Isso gera uma cadeia de desenvolvimento que impacta positivamente toda a economia local", observa Zambetta.

Com projetos que aliam exclusividade, inovação e sustentabilidade, 2025 surge como um ano promissor para o mercado de luxo, tanto para quem busca um novo lar quanto para quem deseja investir em oportunidades de longo prazo. - Fonte e mais informações: (<https://zambetta.com.br/>).

Segurança híbrida: a gestão de documentos físicos e digitais

De acordo com uma pesquisa realizada pela PwC e Radicati Group, foi identificado que, no Brasil, os colaboradores gastam cerca de 50% do tempo procurando informações em documentos e, aproximadamente, quatro horas por semana apenas aprovando ou assinando documentos.

A partir disso, vem à tona o cuidado de garantir ainda mais segurança, ao mesmo tempo que acompanha um mundo cada vez mais digitalizado: o gerenciamento integrado dos arquivos físicos e digitais. Conhecida como segurança híbrida, esse processo tem se tornado essencial para empresas que buscam proteger informações críticas e otimizar operações.

"Embora o avanço da tecnologia tenha permitido a digitalização de grande parte dos documentos, muitos setores ainda dependem de arquivos físicos para atender a legislações específicas ou manter registros históricos.

A falta de uma estratégia integrada pode expor essas organizações a riscos significativos, como perda de informações, acesso não autorizado ou falta de conformidade com normas regulatórias", explica Marcelo Araújo, diretor comercial da eBox Digital, especializada em gestão e proteção de documentos físicos e digitais.

No entanto, o armazenamento digital também apresenta desafios que necessitam de uma consultoria especializada e atenta a questões como segurança cibernética para evitar

vazamento de dados, ataques de ransomware ou acessos indevidos. Nesse cenário, a integração da segurança híbrida cria uma barreira mais eficiente contra ameaças e aplica as melhores ações de ambos os métodos.

"Quando se trata de benefícios para as companhias, são inúmeros. Vai desde a proteção contra perdas e extravios até agilidade no acesso à informação e redução de custos operacionais, visto que soluções híbridas permitem otimizar espaços físicos e investir em tecnologias digitais mais seguras e eficientes, equilibrando os gastos com gestão documental", complementa Araújo.

Já em relação a como implementar, o especialista explica que a integração deve contar com tecnologias avançadas e processos bem definidos, como uma digitalização planejada, soluções de gestão documental (GED) e treinamento de equipes para promover uma cultura de segurança entre colaboradores.

A segurança híbrida, hoje, engloba mais do que apenas proteger informações, é um diferencial competitivo no mercado, transmitindo confiança a clientes e parceiros e demonstrando o compromisso com a proteção de dados.

"Além disso, essa solução permite que as companhias se adaptem rapidamente a novas demandas e mudanças legislativas. É uma necessidade estratégica", finaliza Marcelo. - Fonte: (<https://www.eboxdigital.com.br/>).