

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	1
PARTE I ENTENDENDO O NOVO MUNDO SOCIAL	
1. O PARADOXO DAS MÍDIAS SOCIAIS	17
2. UM NOVO CONSUMIDOR	23
3. O CICLO DE VIDA DA EMPRESA	31
4. NECESSIDADE DOS CLIENTES	36
5. O CAMINHO DA DECISÃO	48
6. EXPERIÊNCIA DO CLIENTE	62
7. IMPRESSÕES INDIVIDUAIS	86
8. UNINDO AS ETAPAS DO CICLO	95
PARTE II ESTRATÉGIA EM MÍDIAS SOCIAIS	
9. IDENTIFICANDO UMA ESTRATÉGIA	105
10. FORMAS DE ABORDAR AS MÍDIAS SOCIAIS	115
11. DIMENSÕES ESTRATÉGICAS	123
12. ROI DE MÍDIAS SOCIAIS	134

13. CASOS POR DIMENSÃO ESTRATÉGICA	144
14. EXECUTANDO A ESTRATÉGIA	159
APÊNDICE A GUIA DE BOLSO: 10 DICAS PARA UMA ESTRATÉGIA MAIS BEM-SUCEDIDA EM MÍDIAS SOCIAIS	164
APÊNDICE B LINKS POR CAPÍTULO	166
GLOSSÁRIO	173
REFERÊNCIAS	179
ÍNDICE	181