



CATÓLICA
ESCOLA DAS ARTES

PORTO

Digital Marketing Restructuring at Almedina Group: The Influence of Social Media in the Publishing Sector

Master's Final Work in the modality of Internship presented to Universidade Católica Portuguesa to fulfill the requirements for the degree of Master in Creative Industries Management

Tânia Isabel Pinto

Porto, July 2024



CATÓLICA
ESCOLA DAS ARTES

PORTO

Digital Marketing Restructuring at Almedina Group: The Influence of Social Media in the Publishing Sector

Master's Final Work in the modality of Internship presented to Universidade Católica Portuguesa to fulfill the requirements for the degree of Master in Creative Industries Management

Tânia Isabel Pinto

under the supervision of

Assistant Professor Dr. Božidar Vlačić

Porto, July 2024

“Enjoy the butterflies. Enjoy being naïve. Enjoy the nerves, the pressure, people not knowing your name, all that stuff.”

Daniel Ricciardo

Acknowledgments

Firstly, thank you to Prof. Dr. Božidar Vlačić for his significant help during the process. His willingness to answer all questions and guidance were fundamental to this work.

I am grateful to the Almedina Group for the opportunity to do my internship with them. I also want to thank Carolina, whose warm welcome, constant support, and guidance enriched this experience. To Joana, Peggy, Helena, and Bruno, thank you for helping with any questions.

To my friends, you were always there to provide laughter on the less motivating days, making this journey more fun.

Finally, thank you to my family, who have supported and encouraged me on this journey. Without this fundamental pillar, completing this work would not have been possible.

Resumo

Durante 6 meses o Grupo Almedina, nome reconhecido no mercado editorial nacional, foi a entidade acolhedora do estágio curricular realizado para a elaboração do presente relatório no âmbito da obtenção do grau de mestre em Gestão de Indústrias Criativas.

O presente trabalho descreve o trabalho realizado está inserido na reestruturação de marketing e comunicação e consiste na análise das várias redes sociais do grupo e posterior comparação com as concorrentes editoriais nacionais e internacionais. O estágio finaliza com a apresentação de duas propostas distintas, a primeira acerca das redes sociais onde se inserem, a segunda remete para o conteúdo produzido.

O relatório inicia-se com a revisão bibliográfica, no qual são abordados temas como o livro na era digital e a influencia das redes sociais no seu consumo, concluindo com um olhar sobre a perspetiva portuguesa. Após a explicação metodológica, segue-se a apresentação da entidade acolhedora, o resumo das atividades realizadas e os resultados obtidos das mesmas, o trabalho é completado com a apresentação das propostas finais e a reflexão geral do estágio.

O principal objetivo é observar como o marketing digital pode beneficiar o mercado editorial tirando partido das comunidades literárias online existentes, considerando estas peculiaridades nas propostas apresentadas ao Grupo Almedina, a fim de garantir a eficácia das escolhas propostas para a estratégia.

Palavras-Chave: Grupo Almedina; Indústria Editorial; Marketing Digital; Redes Sociais; Comunidades Online

Abstract

For six months, the Almedina Group, a recognized name in the national publishing market, hosted the curricular internship carried out for this report as part of obtaining the master's degree in Creative Industries Management.

This report describes the work done in the marketing and communication restructuring. It consists of analyzing the Group's various social networks and subsequent comparison with national and international publishing competitors. The internship ends with the presentation of two different proposals, the first related to the social networks they operate and the second about the content produced.

The report opens with a literature review covering books in the digital age and the influence of social networks on their consumption, concluding with a look at the Portuguese perspective. It is followed by a methodological explanation, a presentation of the host organization, and a summary of the activities done with the results obtained explained. The work is completed by presenting the final proposals and a general reflection on the internship.

The main objective is to observe how digital marketing can benefit the publishing market by taking advantage of existing online literary communities. These peculiarities will be considered in the proposals presented to the Almedina Group to guarantee the effectiveness of the choices proposed for the strategy.

Keywords: Almedina Group; Publishing Industry; Digital Marketing; Social Networks; Online Communities

Table of Figures

Figure 1 - Traditional Structure vs Self-Publishing.....	15
Figure 2 - BookTok Hashtag	18
Figure 3 - Ali Hazelwood Debut Novel with the "The TikTok Sensation!" Sticker.....	19
Figure 4 - Bookstagram Hashtag	20
Figure 5 - Post from Instagram (@ananascanread).....	21
Figure 6 - @chroniclesofmariana Instagram (@chroniclesofmariana).....	22
Figure 7 - Metrics Equation.....	37
Figure 8 - Post from Livrarias Almedina Instagram.....	39
Figure 9 - Post from Livrarias Almedina Facebook	39
Figure 10 - Post from Minotauro Instagram.....	41
Figure 11 - Post from Edições 70 Instagram	42
Figure 12 - Post from Edições 70 Facebook.....	43
Figure 13 - Post from Edições Almedina Facebook	45
Figure 14 - Post from Actual LinkedIn.....	46
Figure 15 - Post from Grupo Almedina LinkedIn.....	48
Figure 16 - Youtube Video from AAFDL.....	50
Figure 17 - Post from Talento Editora Instagram	52
Figure 18 - Post from Bold Reads Instagram	54
Figure 19 - Post from Desrotina Instagram	55
Figure 20 - Post from Antígona Instagram	56
Figure 21 - Post from Waterstones Instagram	58
Figure 22 - Post from Barnes&Noble Instagram.....	59

Table of Tables

Table 1 - Internal Structure Chart	28
Table 2 - Division of Social Media Channels Management	28
Table 3 - Timetable of Internship Activities	30
Table 4 - Almedina Social Media Platforms.....	34
Table 5 - Instagram and Instagram Stories Metrics	35
Table 6 - Facebook and LinkedIn Metrics	36
Table 7 - Table Preview of the Analysis Excel (Appendix E)	37
Table 8 - Number of Posts for Livrarias Almedina Instagram and Facebook	38
Table 9 - Number of Posts for Minotauro Instagram and Facebook	40
Table 10 - Number of Posts for Edições 70 Instagram and Facebook	41
Table 11 - Number of Posts for Edições Almedina Facebook.....	44
Table 12 - Number of Posts from Actual LinkedIn	46
Table 13 - Number of Posts from Grupo Almedina LinkedIn	47
Table 14 - Mapping of the Competitors of Almedina Seals	49
Table 15 - Competitors of Edições Almedina.....	50
Table 16 - Competitors of Actual	51
Table 17 - Competitors of Minotauro	52
Table 18 - Competitors of Edições 70	55
Table 19 - Competitors of Almedina Bookstores	57

Tables of Contents

Acknowledgments	iv
Resumo	vi
Abstract	vii
Table of Figures	viii
Table of Tables	ix
Tables of Contents	x
1 Introduction	12
2 Literature Review	14
2.1 <i>Books and Publishing in the Digital Age</i>	14
2.2 <i>Influence of Social Media</i>	17
2.3 <i>Portuguese Perspective</i>	22
3 Methodology	24
4 Internship – Almedina Group	26
4.1 <i>Company Profile</i>	26
4.2 <i>Internal Structure</i>	27
4.3 <i>Marketing Department</i>	28
5 Practical – Social Media Restructuring	29
5.1 <i>Internship Plan and Timetable of Activities</i>	29
5.2 <i>Interviews</i>	30
5.3 <i>Data Gathering and Analysis</i>	33
5.3.1 <i>Data Gathering – Almedina Social Media Accounts/Content</i>	33
5.3.2 <i>Analysis</i>	36
5.3.3 <i>Results</i>	37
5.3.4 <i>Data Gathering – Competitors Social Media Accounts/Content</i>	48
5.3.5 <i>Analysis</i>	49
5.3.6 <i>Results</i>	49

5.4	<i>Proposal</i>	59
5.4.1	Almedina Social Media Accounts	59
5.5	<i>Results</i>	61
6	Conclusion	62
7	Bibliography	64
8	Appendixes	68
	<i>Appendix A – Interview 1 (Translated from Portuguese)</i>	68
	<i>Appendix B – Interview 2 (Translated from Portuguese)</i>	75
	<i>Appendix C – Interview 3 (Translated from Portuguese)</i>	85
	<i>Appendix D – Excel with data gathered from Almedina’s social media (Portuguese)</i>	94
	<i>Appendix E – Excel Analysis of Gathered Data</i>	117

1 Introduction

Social media has been a part of how younger generations communicate with each other, creating deep connections and ramifications inside various communities. One that has seen exponential growth is the book/readers community, primarily concentrated in places such as TikTok, Instagram, and YouTube (Bateman, 2022).

These influencers are new actors in reshaping the traditional publishing industry, bringing new genres to the mainstream, and allowing authors to enter the industry in multiple ways, from single writers without money to self-publishing by untraditional methods. Permitting them to enter best-sellers lists, as they are now driven majorly by young readers (Jerasa & Boffone, 2021).

While these effects were brought by social media and amplified during Covid-19, as people could not leave their houses, and thus recurring to other hobbies such as books, improving sales of physical and digital copies (Dincă & Dima, 2022). Publishing houses and bookstores did not approach a strong online presence right away. So even with the opportunity's social media and influencers offer, "long-term success requires more than knowledge and actions, it is about creating and effectively communicating (...) to establish meaningful relationships with consumers" (Osadci-Baciu & Zbucea, 2023, p. 145). Osadci-Baciu & Zbucea (2023) also realize that challenges can occur in the use of social media strategies for small and medium groups as with limited resources the creation of promotional activities, product and online posts design and branding strategies are difficult to complete.

The internship at Group Almedina, one of the most recognizable publishers and bookstores in Portugal still family-owned, goes hand in hand with this potential opportunity of better utilize social media strategies to help reach and connect with consumers. Currently, Group Almedina is restructuring their communication and marketing tactics to better connect with the younger audience while also maintaining the prestige and recognition in the academic field. Hence, the main objective of the internship is to contribute to Group Almedina social media strategy development and communication by analyzing and evaluating how publishing marketing leverages online book communities.

The report is structured into five main parts. Chapter 2, the literature review, provides an overview of the subject covered during the internship, with three main themes: Books and Publishing in the Digital Age, Influence of Social Media, and Portuguese Perspective. This is followed by Chapter 3, which explains the methodology adopted for the report. Chapter 4 contextualizes the company where the internship takes place. Followed by Chapter 5 which

provides an overview of all the activities undertaken during the six months at Almedina and its results. Lastly, Chapter 6 concludes with essential questions regarding further study and reflections on the internship experience.

2 Literature Review

2.1 Books and Publishing in the Digital Age

Since the early signs of books as clay tablets until the first digital revolution, books have been defined as physical objects that are portable, collectible, and have a unique feature of storing knowledge (Kilgour, 1998). With the broad use of digital elements, the word “book” has gained an expansive definition, covering anything written that has been made public by printing and distribution. However, as its role evolves to formats such as eBooks¹ and audiobooks that bring with it a new set of ideas regarding authorship, one must recognize, more than ever, that the definition of book is broadening and changing according to the changes of power in the publishing industry (Johnson, 2019).

This vagueness makes the definition of “book” appear like an umbrella term, preventing it from becoming relevant when inserted into the present technologies available to all of us (Johnson, 2019). That is why, in 2006, Cope and Philips went further to define book as “A book is no longer a physical thing. A book is what a book does” (Cope & Phillips, 2006, p. 7). According to them, a book only needs two things: a textual and communicative structure, and book function (Cope & Phillips, 2006, p. 7-8).

Two years later, Bob Stein, in 2008, brought a new element into the mix, with a book becoming a vessel for a community where readers and authors can dialogue; with this in mind, for him, the publishing industry becomes less about the physical and more the content (Stein, 2008).

With this in mind, the redefinition of the book in the new social age we live in is essential, as it needs to become more open and receptive to digital changes and the subsequential writing material and content around it (Johnson, 2019). That is why the most aligned definition is “a book is any piece of framed content that has a basis in text or image, can be reproduced, and has an element of sociality, insomuch that it has the potential to be shared” (Johnson, 2019, p. 77).

Generally, traditional publishers have been the only entrance for writers have a chance to publish their books, but with the changes brought up by technological advances, more importantly, the launch of the first commercial e-reader by Amazon, the Kindle, activated unprecedented changes in the industry (Hviid, Izquierdo-Sanchez, & Jacques, 2019).

¹ The terminology is still ambiguous with “eBook” and “ebook”, both in use.

The most drastic one is the ability to share a digitalized version of the book; this led to a rise in the number of self-published authors, as this new format did not need the traditional support offered by big publishing groups and consequently allowed for reduced waiting times and lower prices to the readers (Hviid, Izquierdo-Sanchez, & Jacques, 2019).

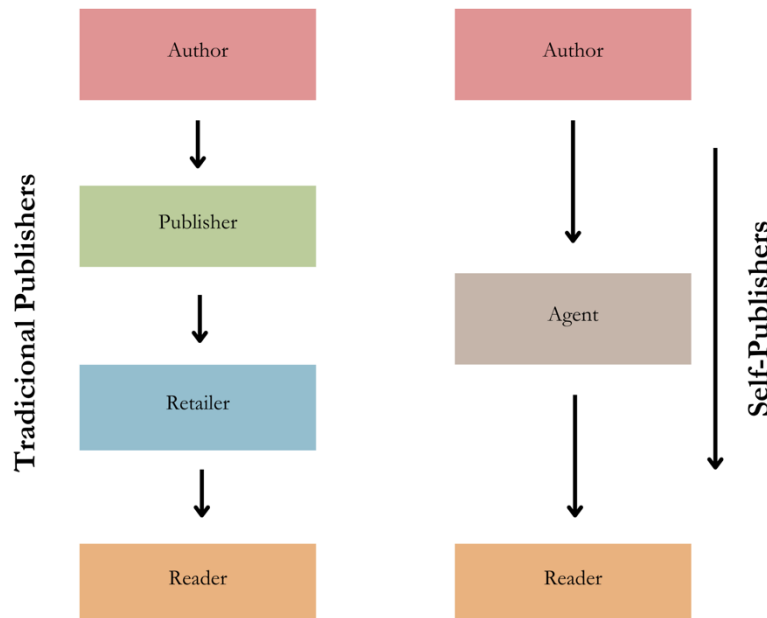


Figure 1 - Traditional Structure vs Self-Publishing

Source [Hviid, M., Izquierdo-Sanchez, S., & Jacques, S. (2019). From Publishers to Self-Publishing: Disruptive Effects in the Book Industry. *Internacional Journal of the Economics of Business*, 355-381.]

In traditional publishing houses, the process for a book to reach the consumer is characterized as being lengthy, as multiple actors have to work together, from the editors to the publishing house and the marketing department to the retailers, in order for the book to be available in the closest bookstore or online (Figure 1), the same does not happen in self-publishing, as the work is all done by the author, although, nowadays, they are relying more on agents, marketing agencies and distributors to help alleviate their work (Hviid, Izquierdo-Sanchez, & Jacques, 2019).

Most self-published authors rely solely on ebook formats to be able to share their works with readers, and while Amazon dominates most of the market, Apple and Google soon followed and offered their consumer applications capable of selling not only book files as well as audiobooks; this not only gives more emphasis on this new reading configuration but also

let's these three brands become an even greater pressure for traditional publishing groups (Steiner, 2018).

While publishing a book with backing from a big house publisher offers various forms of security, from having the books in big retailers, like Barnes & Noble, and backing regarding piracy problems, a self-publishing author experiences more freedom and can decide every step of the process from the manuscript to the cover, and merchandise as they are the sole holders of the copyrights (Hviid, Izquierdo-Sanchez, & Jacques, 2019).

Another opportunity given to authors through technological advances is the possibility of changing how books circulate, with the ability to share works for free with a community of like-minded individuals; the most recognizable platform of this type is Wattpad, created in 2006 but popularized in 2011 with the rise of social media, and online communities (Pianzola, Reborá, & Lauer, 2020).

An online community is, in its essence, a group gathering where everyone present enjoys and relates to a specific movie, TV show, book, book character, and more. In recent years, we have seen the arrival of a new word - "Fandom", which can be defined "as a community of people passionate about a particular subject or hobby" (Kilian, 2023, p. 4).

Wattpad allowed everyone to become writers, but its most interesting features are the creation of "Fanfics" - a new phenomenon amongst amateur writers where the story is from the reader's perspective and the main protagonists are usually celebrities, movie and tv-shows characters, and the feedback system, where a collaboration between writers and readers provides comments that help the writer change and develop their story accordingly, this allows the authors to engage directly and gather data on what is popular in the reading community, achieving higher ratings and authenticity within the app and social media recognition (Bold, 2018).

An example of success from both these features is Anna Todd, recognized as the most popular Wattpad author; of the eleven stories written, the one with the most traction is her romance, *After*, a One Direction fanfic, with Harry Styles as the main protagonist (Bold, 2018). The story, and following sequels after much online acclaim, were picked by Simon & Schuster for publishing, and a few years later, the movie rights were sold; this made a massive impact not only in the platform as they created their own publishing house and production studio, in order to gain exclusive rights for publishing, film, and tv of all Wattpad created stories, but also in the self-writers perception of pitching to traditional publishers understanding that social media may have an impact (Bold, 2018).

2.2 Influence of Social Media

Kayleigh Bateman (2022) highlights that social networks are increasing their influence in the publishing industry. These networks are transforming the way books are marketed and sold, with online communities playing a vital role in boosting sales and influencing the choice of books that publishers publish. In particular, online communities are ever more present in the new social media landscape than ever before, shaping how young people communicate and interact on social platforms (Asplund, Egeland, & Olin-Scheller, 2024).

The sense of belonging and social acceptance is what draws them into these online worlds, enabling many with the opportunity to create an array of content related to their favorite topics, from fan art (visual pieces that include scenarios or characters of a specific media) to fanfiction (writing stories based on the world of the media and celebrities), cosplays (creation of clothes related to established characters and cartoons), and even events (like release parties, reading clubs, movie screenings, and more) (Kilian, 2023).

This type of participatory culture, in its various degrees of creating, contributing, consuming, or even detaching from both positive and negative views (Dolan, Conduit, & Fahy, 2016), is the reason young people spend much time on social media, and regarding books, especially on Instagram, TikTok, YouTube, and Goodreads (Asplund, Egeland, & Olin-Scheller, 2024).

TikTok, created by Chinese ByteDance, is currently one of the most used social media apps, with their short videos reaching, in some cases, millions of views; as for their primary audience, it is composed mainly of GenZ with ages between 16-24 years old (Rozaki, 2023). BookTok is currently one the most relevant communities on TikTok, with its hashtag #booktok amassing more than 34,6 million posts as of July 2024, as seen in figure 2 (TikTok, 2024).

As for the content created, produced naturally and authentically, it mostly revolves around book recommendations, discussion of books and genres, as well as videos with book excerpts and the most popular, edits of character's fan-casts; this consists of videos with the individual's ideal casting of an actor/person to play the role of their favorite content character in a hypothetical movie or show, all this content can be seen as a celebration and enjoyment of reading treating it as leisure with whom they can share book thoughts (Rozaki, 2023).

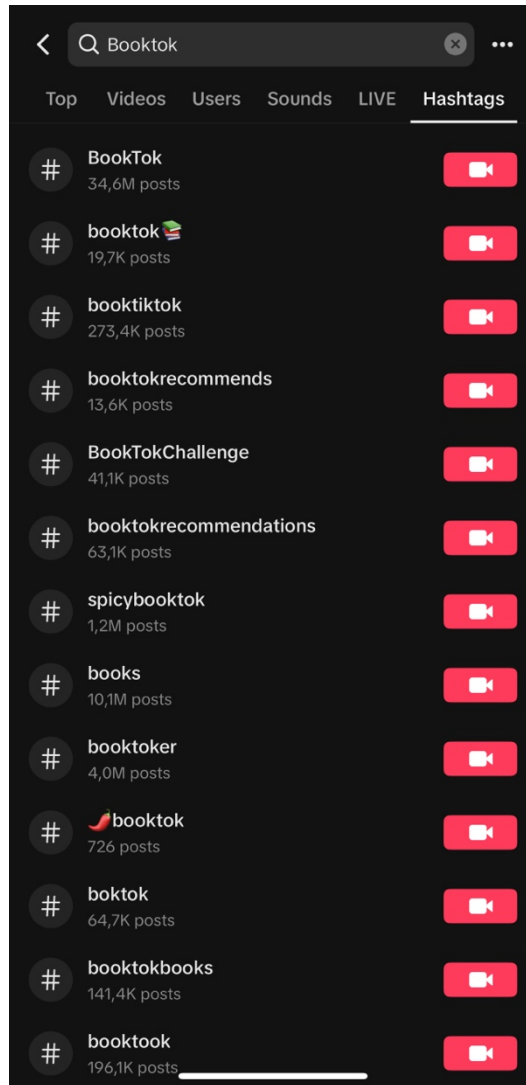


Figure 2 - BookTok Hashtag

Source [TikTok – Print screen by Tânia Pinto, July 2024]

When looking into the genre with the most content produced, Young Adults (YA) and contemporary romances are clear winners; this became a powerful tool for publishers, as they saw the books recommended by the content creators were having boosts in sales, they grabbed the opportunity with this newly gained relevancy for these genres and started to utilize sales techniques as stickers with “As seen on TikTok” or “BookTok Sensation” on the covers, a great example of such techniques is Ali Hazelwood, that turned a fanfiction into a bestseller (Figure 3) (Rozaki, 2023).

In fact, while most of the books with the stickers got traditionally published because of the content created by the community, the authors themselves also contributed, as most started single-handedly and without any financial support, to promote their books in the same formats as the readers (Rozaki, 2023). By utilizing the algorithm and niche-specific hashtags, the authors can engage with the readers that most enjoy their genera and create their community, cultivating loyalty that later translates into sales and free promotion (Rozaki, 2023).



Figure 3 - Ali Hazelwood Debut Novel with the "The TikTok Sensation!" Sticker

Source [Tânia Pinto, 2023]

A great example of good use of participatory culture on TikTok is by author Alex Aster; what started as a simple video of a book idea transcended into a first print run of 200,000 copies, a first for a debut novel (Rozaki, 2023). Aster explained that her community was always involved in the decision process, from helping with the plot to choosing the cover; this led to a deep connection between her and the readers, as they feel like a piece of the book is also theirs from contributing with input (Rozaki, 2023).

Instagram is another platform where readers' communities are present, with the biggest one inside the hashtag "bookstagram" and its related terms, all amassing millions of posts (Figure 4). This social network, while enabling users to produce videos, the base content of is photos. The book influencers on this platform are characterized by their aesthetic photos, where the book takes central place while several props are used in order to achieve the best look; the photos are generally accompanied by captions with book reviews, recommendations, or general topics of conversation revolving around books (Asplund, Egeland, & Olin-Scheller, 2024).

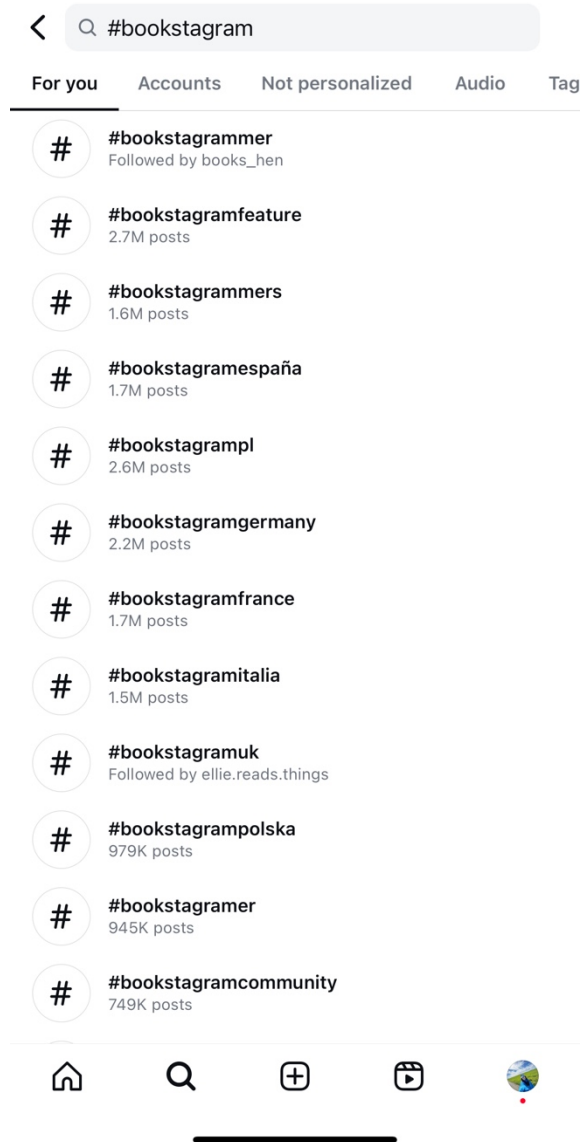


Figure 4 - Bookstagram Hashtag

Source [Instagram – Print screen by Tânia Pinto, July 2024]

In a study conducted in 2022, Martens et al. found a strong relation between book content consumption and book buying, with many young people spending a great deal of money and attention in order to buy the best-looking covers and special editions (Martens, Balling, & Higgason, 2022). These acts of overconsumption show the importance given by the members of these communities to hold physical copies, with many reporting to stop borrowing books from libraries to buy them (Martens, Balling, & Higgason, 2022).

Many attribute these changes to the Instagram book influencers, as they share what Dezuanni et al. (2022) classify as “shelfies”, consisting in the ostentation of massive book collections displayed usually in various formats (Figure 5) (Dezuanni, Reddan, Rutherford, & Schoonens, 2022).



Figure 5 - Post from Instagram (@ananascanread)

Source [ananascanread. (2023, May 17). “what this week I have at least 4 reviews that I would love to share with you all” [Screenshot] [Status update]. Instagram. https://www.instagram.com/p/CsWSQCUlccce/?img_index=1]

This type of post portrays a new reality of the “attention economy” where in order to be seen and accepted by the communities you enter, one must also have/buy the same products, in this case, the same books, so that they can also achieve this aesthetic and do not feel left out (Dezuanni, Reddan, Rutherford, & Schoonens, 2022).

Major publishing houses leverage this sentiment by implementing various marketing strategies, the most common being the release of unique edition books of their best-sellers. They also utilize authors for content creation and send out PR packages to popular accounts to build hype for new releases or extend the sales period of older books (Asplund, Egeland, & Olin-Scheller, 2024).

These marketing tactics, used on both TikTok and Instagram, show just how fragile the publishing market is on social media because not only can trends lose their virality, but books and authors can go from being the latest cool thing to becoming boring and forgotten rather quickly (Foster, 2023).

2.3 Portuguese Perspective

The Portuguese publishing industry, although at a much slower pace than in other countries and less documented, is also seeing the impacts of social media on book buying. The report released by GfK in cooperation with APEL (Portuguese Publishers and Booksellers Association) shows an increase of 5% in sales during 2023 when compared to last year, which is equivalent to 13,1 million books sold and almost 187,2 million euros (Lusa, 2024). Although this increase is lower when compared to 2022 (15%) and 2021 (16%), it still shows a growth tendency; Pedro Sobral, APEL's president, commented that this drop takes into account the return to outdoor hobbies practiced before the pandemic, as well as the economic conditions faced in the country which do not allow for expenditures on books regularly, seen nowadays by many as a luxury (Lusa, 2024).

Sobral also acknowledges once more the work done by social media, particularly TikTok and Instagram, and the Portuguese book influencers, as the books promoted by these have the most sales nationally (Lusa, 2024). This social media phenomenon is slowly getting recognized by both publishers and newspapers, with Expresso and Público, giving relevance to book influencers with thousands of followers, as in the case of Mariana, known on Instagram as @chroniclesofmariana (Figure 6); she shares literary content for more than fifty-six thousand followers daily, from book reviews to daily readings and upcoming book releases (Bastos, 2023). Like Mariana, many more young readers are influencing what is published and sold in Portuguese bookstores, with many promoting books to the point of selling out, as Mariana once did (Bastos, 2023). Because of this, publishers are starting to bet on them to reach the younger age groups, who are more attached to social networks, creating a new dynamic between the reader, author, and publisher (Neves, 2023).



Figure 6 - @chroniclesofmariana Instagram (@chroniclesofmariana)

Source [Screenshot Instagram @chroniclesofmariana]

However, not all is positive, as the sale of books does not automatically translate into more reading, with Expresso reporting, with data from the survey carried out by the Gulbenkian Foundation and the Institute of Social Sciences of Lisbon, shows that in 2021, 61% of those surveyed had not read a printed book, and the percentage increases in digital ones (Expresso, 2022).

Social media, while bringing positive results to Portuguese publishers and the industry, also brings another issue: the rise of readers who prefer English books to Portuguese translations, covering almost 8% of the national sales share (Lusa, 2024). This trend is the result of several factors. Firstly, younger generations have a strong command of English and view most of their online content in English; additionally, many popular books are first release in English, making it difficult to wait for translations. Finally, the significant price difference between English and Portuguese versions of the same book is another contributing factor (Lusa, 2024).

3 Methodology

The methodology employs a dual-method approach to ensure a comprehensive understanding of the subject matter. The methodology combines two approaches: the first embraces the literature review and the second builds upon direct observations gathered during internship.

Firstly, a literature review is conducted to interpret and summarize the report's subject. For this, using bibliographic research instruments is essential to obtain reliable information sources after the documents get categorized into primary and secondary sources (Baggio, Costa, & Blattmann, 2016). The citation database Scopus serves as the primary instrument for the search, directing to the repositories of each identified document. The search begins with general keywords such as “publishing industry,” “social media,” and “digital marketing,” followed by a more specific search using keywords like “bookstagram” and “booktok.” After collecting the data, a review of each article aids in identifying those best suited for the theme. The final section of the literary review focuses on the Portuguese perspective, with most documents sourced from online credible journals and online news articles such as *Jornal de Notícias*, *Expresso*, and *Observador* to prevent misinterpretation and misuse of data, on the basis that the sources of information correspond to the origin (Baggio, Costa, & Blattmann, 2016). The literature review aims to maintain impartiality but acknowledges that the Western perspective is inevitable due to the focus on the Portuguese and English publishing industries.

For the internship tasks, documenting the activities started with a logbook. However, since the tasks often persist over extended periods, sometimes weeks, a visual timeline (Table 3) is implemented as a preferred alternative to the logbook. Regarding the activities, the first data collection employs a quantitative method by selecting metrics and gathering information from Swonkie and Meta Business Suite. This analysis aids in evaluating the performance achieved by the posts and determining whether it aligns with the expectations and goals set by the Almedina Group.

The second method entails a descriptive analysis of the competitors’ social media content to understand their distinguishing factors and to assist in formulating a similar proposal aligned with Almedina’s objectives; this involves a comprehensive observation and review of social media posts.

Regarding limitations, the most prominent one is the scarcity of studies and articles on the influence of social media in the publishing industry, with the most recent findings focusing

primarily on English-speaking publishing countries and released one to two months ago, showing again the novelty of this area of study.

4 Internship – Almedina Group

4.1 Company Profile

The Almedina Group is currently one of the most recognized publishing groups in Portugal, comprising a network of physical bookstores, four seals, an online store, an online legal database - BDJUR, and a Brazilian branch – Almedina Brazil (Grupo Almedina, 2023).

The operations started in 1955 when Joaquim Machado opened the first bookstore at Arco de Almedina in Coimbra, its name inspired by the famous location. Due to the connection with the academic environment of the nearby University of Coimbra, Machado noticed the lack of textbook offers to the students, and shortly after, Almedina ventured into the publishing sector, focusing on releasing opinions and research from new authors, contributing to all areas of technical knowledge (Grupo Almedina, 2023).

Throughout the years, the Group has expanded its network of bookstores, with most of the locations in the vicinity to academic clusters, starting in 1977 with the opening of the Lisbon store near Largo do Rato, followed in 1979 with Oporto, and in 2002 inside the campus of the University of Braga. The 2000s were a significant step for the business with the creation and opening of the online store – almedina.net, followed by the legal database BDJUR, an essential reference in the law landscape (Grupo Almedina, 2023). Currently, Almedina has 11 locations between Lisbon, Coimbra, Oporto, and Braga (Grupo Almedina, 2023).

Regarding publishing, the first seal created was Edições Almedina, now the leader in legal publishing and a reference for Law students; it also publishes occasional works in the fields of medicine, education, and psychology (Grupo Almedina, 2023). After the recognition and to improve the catalog of technical knowledge, they acquired in 2005 and 2008 two seals, Edições 70 and Actual Editora, respectively, the first with a focus on the subjects of Social and Human Sciences, whereas the following in the areas of Economics, Management, and Marketing (Grupo Almedina, 2023). To deliver more comprehensive coverage to those in the fields mentioned above, Almedina also promotes various congresses via Almedina Congressos and training courses by AlmedinaMais in Law, Management, and Economics (Grupo Almedina, 2023).

In 2009, Almedina managed another expansion, this time aimed at general readers of all ages with the opening of the Minotauro seal, with its focus on literary fiction from both national and international authors, as well as children’s books (Grupo Almedina, 2023).

Regarding the mission, Almedina aims to build a solid publishing group with values connected to promoting knowledge and culture (Recursos Humanos - Grupo Almedina, 2023).

It connects to their vision to aspire to be a reference and specialized source of knowledge and culture in the lusophone world (Recursos Humanos - Grupo Almedina, 2023). The values converge into four fundamental pillars: trust, promoting openness between all collaborators; ethics, integrity above all in daily conduct; innovation, constantly seeking new ideas and solutions inside the market to value the business; and progressive improvement, adopting attitudes that enable the professionals to exceed expectations and progressively do more efficiently (Recursos Humanos - Grupo Almedina, 2023).

Almedina's headquarters are in Coimbra, and while most of the staff works remotely from various parts of the country, they have two locations: one on the main street of the city for the Group's operations and meetings and a warehouse to aid the online store and seals stock (Grupo Almedina, 2023).

4.2 Internal Structure

Almedina Group is still characterized as a “family business,” with its CEO, Rita Pinto, being part of the third generation in command (School, 2023). Because of that, the company is substantially small, with four members on the executive board, each a fundamental piece in critical departments such as IT, Finance, and the Brazilian branch (Recursos Humanos - Grupo Almedina, 2023). As seen in the chart below, the structure distinguishes the various departments, starting with the CEO, then the executive committee, after IS&T, a business partner, and quality control. Then, it goes to the administrative and financial department and human resources. The marketing and communication department acts directly for the publishing and commercial departments. Finally, the Brazilian branch has a more minor department (Recursos Humanos - Grupo Almedina, 2023).

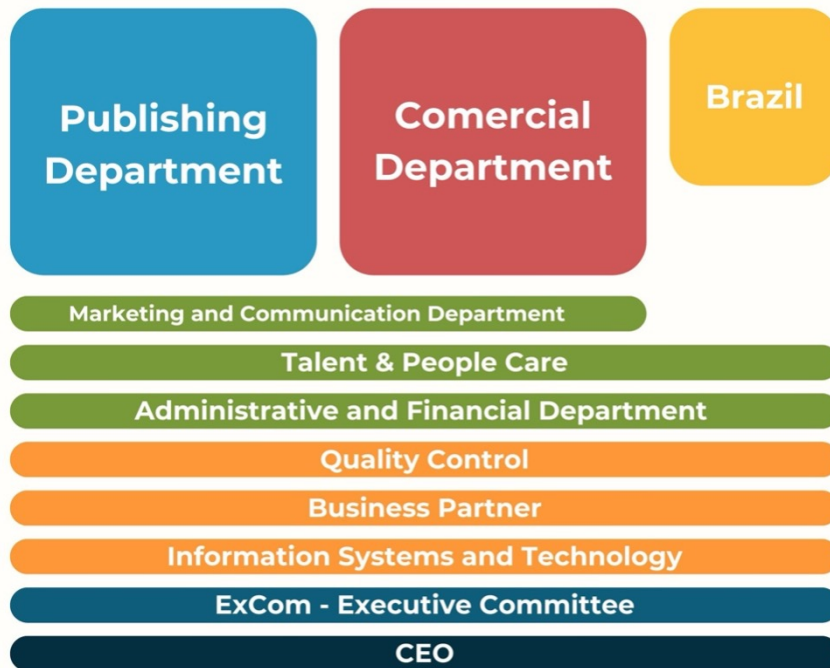


Table 1 - Internal Structure Chart

Source [Recursos Humanos - Grupo Almedina. (2023). Guia de Acolhimento e Integração. (1º).]

4.3 Marketing Department

The marketing and communication department is small and composed of four people; three of them oversee the various seals and the bookstore's online pages, as well as the various internal and external announcements and statements (Recursos Humanos - Grupo Almedina, 2023). The last member is a graphic designer in charge of the web design of the Almedina website and the graphics for the social media posts (Recursos Humanos - Grupo Almedina, 2023).



Table 2 - Division of Social Media Channels Management

Source [Recursos Humanos - Grupo Almedina. (2023). Guia de Acolhimento e Integração. (1º).]

5 Practical – Social Media Restructuring

5.1 Internship Plan and Timetable of Activities

The main objective of the internship was to support the Group in restructuring the digital marketing, focusing on the social media presence of their various seals, to present at the end two reports with conclusions and possible suggestions to apply to their accounts in the future.

The activities with Almedina lasted 24 weeks, beginning on January 3rd and ending on July 3rd; during this time, all work was remotely using Microsoft Teams, with regular sessions with the marketing department and a weekly Friday meeting with a tutor at the company, to check on everything done and help with any questions.

The objectives of the internship are to carry out four main activities:

1. Research and data collection
2. Analysis of the data
3. Delivery of reports
4. Presentation of the results

As depicted in the chart below (Table 3), four activities were carried out twice (Phase 1 and 2), keeping in mind that from W1 to W18, the data focuses on the Groups on social media channels. In contrast, from W18 to W24, the data gathered belongs to their competitors in the market, both national and International. Both research and analysis end with a report and presentation of the results to the marketing team, as shown in weeks 18 and 24.

Activity 1 allocated more time to gather information from both inside and outside the company, mostly from observing social media metrics and posts.

Activity 2 dealt with the analysis of the data above, both quantitatively and qualitatively, to determine what is working and what is not regarding Almedina's use of their social channels.

Activity 3 combines activities 1 and 2 data to produce a simple report that gathers the most important conclusions.

Activity 4 has two moments of conclusion, where the information on the reports was condensed and presented to the marketing team, followed by a discussion session on the outcome.

The timetable (Table 3) also shows that **Activity 5**, while not central to the objectives, affects a whole week (W4) of the internship. It consists of three interviews with each separate marketing and communication employee as they divide the management of the social media channels amongst themselves.

	Phase 1													Phase 2										
	January				February				March					April				May				June		
	W1	W2	W3	W4	W5	W6	W7	W8	W9	W10	W11	W12	W13	W14	W15	W16	W17	W18	W19	W20	W21	W22	W23	W24
1. Research and data collection																								
2. Analysis of the data																								
3. Production of reports																								
4. Presentation of the results																								
5. Interviews																								

Table 3 - Timetable of Internship Activities

Source [Tânia Pinto, 2024]

5.2 Interviews

The interviews with the marketing and communication department staff provide an insider perspective of the current situation and digital marketing strategy while also providing insights into the challenges and future. All three interviews happened on week 4, as shown in Table 3, and lasted one and a half hours each, with the following questions:

- What are the main objectives and goals (of each of the social media platforms they manage)?
- Can you guide me through a planning process for developing a social media post?
- Which social networks do the Almedina Group and its brands participate in, and do you think these platforms are sufficient?
- How do you maintain brand consistency on the various digital platforms?
- What tools do you use to manage digital marketing, and why?
- What procedures are followed when designing and creating a post, from collaboration with other departments to creative design, copywriting, etc.?
- Is there any regular monitoring of the engagement of each published post? What metrics are selected?
- Is there a particularly successful post? Why?
- How do you stay up to date with online trends, and how do you adapt?
- Is customer feedback recognized?
- What challenges do you currently face? Are there any aspects that need improvement?
- Are there any strategic marketing changes planned for the future? And what are the long-term marketing goals?
- Note that while this question guide was the base, some changes happened as the interviews naturally progressed.

The first interviewee is *Person 1* (Appendix A), who manages the Facebook and Instagram of Livrarias Almedina. During the conversation, she emphasized that for her, the main objective is enhancing the human element of the bookstores' accounts by sharing fewer individual books and more focus on the overall bookstore experience and the recommendations of booksellers, as they are the ones speaking with buyers (“We are already improving it, but it is still an objective, which is to communicate more the bookstores”). She also highlighted a lack of proper metrics analysis and planning tools in the past but mentioned the ongoing team effort to improve this by the creation of a team publication map to help plan the posts, though it is not always strictly followed. *Person 1* also expressed the potential and necessity of expansion into TikTok to reach a broader audience (“(...) TikTok, clearly for bookstores, I think would be a platform where we should be and where, sooner or later, we'll have to go.”), acknowledging that the current platforms may not fully explore more marketing opportunities. She notices the absence of strict guidelines to maintain brand consistency across all social media networks (“I would say that there are no proper guidelines in question. They're not defined, no. It's a bit sensitive.”) and expressed a need to align contents better to ensure a unified brand voice and image all around (“it's easy to identify that there are different types of publication and copy and that they are not always aligned. Therefore, we are talking here about strategic change...”).

The second interview is with *Person 2* (Appendix B). He manages Edições 70 and Minotauro's Facebook and Instagram and Actual LinkedIn. During the interview, *Person 2* emphasized that the primary objectives for him as social media management are driving sales and increasing the visibility and prestige of the Almedina brand (“The objectives do not vary much compared to the others, first sales, of course, and then visibility, prestige... but it is, above all, about sales and notoriety”). He also discussed the importance of understanding the distinct identities for each seal on social media and did audience-specific strategies and content tailored accordingly (“I am of the opinion, although there must be consistency, I believe on social networks, our seals, because they work for very different audiences, must have a unique identity.”). This is important when looking into Edições 70 and Minotauro; as *Person 1* says, both have particular audiences that do not enjoy each other content (“But, for example, from a creative, pure and hard point of view, making animations and that, Minotauro lends itself to much more original content, more irreverent things than the 70s, because the audience of the 70s is not what they want, we are talking about people with deep-rooted reading myths, people who read a lot, people who know and who think they know a lot.”). Regarding his planning process, it involves coordinating a lot with publishers to be able to highlight new releases (“It always begins with an articulation with the publisher and with the production, they are the ones who define the books that are going to be published, and then, when the books come out.”) (“I

do that articulation a lot with them. And it is mainly with them that I consult to understand exactly the type of book we have, the audience it is aimed at, the type of communication we can make.”). In this regard, he also admitted that although they do not do regular monitoring of the engagements and metrics, he looks for the intuitive signs, likes, and comments (“I know that there is a possibility I do something very intuitive, which is I see the comments and I see the likes. It's the most intuitive thing you can do, I don't have deep knowledge of analytics to understand exactly the real results.”). As for social media platforms, *Person 2* believes expanding the presence of specific seals to additional platforms like TikTok and Twitter could help to cater to their respective audiences better (“I think Minotauro should have a TikTok by now. And I think that the Edições 70 should have a Twitter. For example, Minotauro should stop having Facebook and become TikTok, and Edições 70 should have Twitter”).

The last interviewee is *Person 3* (Appendix C), and she manages Edições Almedina's Facebook and the LinkedIn for Grupo Almedina. As for the main goals of social media, for her, they are exposure and sales, intending to redirect all users to the Almedina website (“What we aim for in addition to publicizing our books, content, and therefore what our books represent, we also want people to be redirected to our bookstores. (..) for cross-promotion, where the book can be purchased, without ever saying buy it here.”). During the conversation, *Person 3* focused on the challenges of managing multiple social media platforms with limited resources (“I would tell you I think we have too many networks. In the case of the legal profession, it is a struggle to keep Facebook of the Edições alive and many people consider it an inglorious struggle”). As for the planning process, as with *Person 1* and *Person 2*, involves coordination with publishers and using a calendar to schedule posts (“I have a calendar for next month, which in this case is February, where I look, and look at this book, it comes out on February 1st, which is a Thursday, and it's a really important book, and I even have a vacancy here on Thursday morning to say that this book came out, that's it, I'll put it on that calendar.”). She also stressed the importance of utilizing tools like Swonkie to manage the multiple social media accounts (“I think it's relatively easy to use and fast, there was a time when it was always going wrong, and I was constantly irritated because it failed a lot, but that's when we implemented that a year and a half or two ago. Now, lately, there haven't been any problems.”). However, as for metrics analysis, just like *Person 2*, *Person 3* uses a more intuitive approach (“Hey, another 300 new followers this week, 1800 mentioned Almedina, these are numbers that I am aware are good numbers. But I don't do it regularly, I don't do it to do analysis, nothing like that. It's more of a look at how cute!”). As for the number of social networks the group has, *Person 3* believes there are more than those needed (“I even think we have more than needed before we hadn't divided the Edições 70, Actual and Minotauro, everything was on bookstores Facebook and Instagram and

I don't know to what extent it didn't work better, but then these are my points of view.”). *Person 3* also notes the very drastic change of content she can produce when compared with *Person 1* and *Person 2*, as Law is a very niche subject and imagination cannot run wild (“Now there's no possibility of being extremely creative in legal posts unless we made fewer books and fewer posts, and we focused on a topic, for example, (...)”).

Overall, all three interviews gave insights into how the social media accounts of Group Almedina are managed and a general view of the current state. Regarding objectives and goals, all interviewees agree that the fundamental goal of their social media channels is to drive sales, increase visibility, and enhance the brand prestige, with *Person 1* focusing more on humanizing the bookstores socials, while *Person 2* emphasis is on maintaining a unique identity for each seal, while still connecting them to the Group. *Person 3* use of the Almedina website in the captions to drive sales and visibility and keep the readers updated shows their shared objective understanding. As for the platform presence, there is a consensus on the need to broaden it, with *Person 1* and *Person 2* identifying TikTok as a valuable yet underutilized platform. *Person 2* adds that, in his opinion some platforms could be closed in favor of new ones, as Minotauro shifting from Facebook to TikTok. *Person 3* believes that there are excessive social media channels, and that better processes and resources must be allocated for expansion. The planning and management used to be non-existent, but it is improving, as all three mentioned, by creating a standard content map. This helps all three members to be aligned with each other.

Lastly, for brand consistency, *Person 1* noted the lack of alignment in the content, especially on the bookstore's accounts; as each one publishes there, she sees that an improvement can be made in this area. As for *Person 2* and *Person 3*, they support the need for consistency and regular post updates while advocating for the need to maintain unique identities and distinct brand voices from each seal across the different platforms.

5.3 Data Gathering and Analysis

5.3.1 Data Gathering – Almedina Social Media Accounts/Content

The data gathering for Almedina's social media accounts and content seeks to understand whether the current social networks fit in with their audience and if they are on the right platform. The division of tasks has three stages - Mapping, Metrics, and Excel - each essential to organize and understand the information. The first consists of two tasks:

1. Mapping of all social media channels
2. Selection of timeframe

Firstly, Almedina’s tutor helped map all social media, as she already had the information. All accounts are on one or two of the following platforms: Facebook, Instagram, and LinkedIn. With this in mind, the graphic below (Table 4) improves visualization and understanding of the mapping.

		Facebook	Instagram	Linkedin
Almedina's Group Accounts	Grupo Almedina			
	Livrarias Almedina			
	Edições 70			
	Minoutauro			
	Actual			
	Edições Almedina			

Table 4 - Almedina Social Media Platforms

Source [Tânia Pinto, 2024]

Secondly, the timeframe selection is influenced by several elements, including the company and the platforms on which the needed information is stored and retrieved. To notice, Almedina has three critical sales periods during the year:

- A. September – October: Beginning of 1º Semester of University Classes
- B. November – December: Christmas
- C. February – March: 2º Semester of University Classes

With the internship starting in January, the last of these periods was Christmas, and since the season is known for spending and looking for presents, observing how Almedina’s social media accounts did during the holiday was considered necessary.

So, at first, a three to four-month collection timestamp was decided, and here, the second problem arises. While the staff at the marketing department generally do not actively check the metrics, they have access to two programs that let them access them:

- Meta Business Suite can be accessed by anyone with a Facebook business account and helps to manage all marketing and publicity activities both on Facebook and Instagram pages (Meta - Facebook, 2024).
- Swonkie, a Portuguese company started in 2016, is currently one of the country’s most used social media management platforms. Similar to the one above, letting the user plan posts, check metrics, and follow pay advertisements (Swonkie, 2024).

If we look at the graphic above (Table 4), it is noticeable that we cannot obtain information from LinkedIn because it does not belong to the Meta Ecosystem. So Swonkie helps by providing this information and confirming the one received by the Business Suit. However, unlike Meta, Swonkie only kept data for a short time, and when trying to get it, it only allowed retrieval until the middle of October.

Meta allows the retrieval of metric information for extended periods. However, the system is not 100% perfect, and much data does not show up, especially regarding video material such as reels, stories, and long videos (both Facebook and Instagram).

Lastly, time also had an impact. The internship lasted 24 weeks, and the timeframe needed to accommodate the data gathering and all the other activities still needed. For this reason, the decided final timeframe is November - December 2023.

Following the next stage, the metrics considered are the ones each platform provides and the overall performance of each post (likes, shares, comments). Because Facebook, Instagram, and LinkedIn are all different platforms, the metrics are adapted to each, as seen below.

Instagram	Instagram Stories
<ul style="list-style-type: none"> • Media • Post (Type) • Media (Description) • Date • Time • Likes • Comments • Replies • Shares • Saved Items • Reach • Impressions • Interactions • Plays • Average Viewing Time 	<ul style="list-style-type: none"> • Date • Number of Stories • Type • Reach (Total) • Likes/Reactions (Total) • Shares (Total) • Impressions (Total) • Interactions (Total)

Table 5 - Instagram and Instagram Stories Metrics

Source [Tânia Pinto, 2024]

Facebook	Linkedin
<ul style="list-style-type: none"> • Media • Post (Type) • Media (Description) • Date • Time • Likes • Comments • Replies • Shares • Saved Items • Reach • Impressions • Interactions • Plays • Average Viewing Time 	<ul style="list-style-type: none"> • Media • Post (Type) • Media (Description) • Date • Time • Likes • Comments • Replies • Shares • Saved Items • Reach • Impressions • Interactions • Link Clicks

Table 6 - Facebook and LinkedIn Metrics

Source [Tânia Pinto, 2024]

The final stage of the data gathering involves arranging all the information in the proper order. For that, creating an Excel file according to the above metrics was fundamental (Tables 5 and 6).

The file (Appendix D) comprises six sheets, one for each seal, plus the Group’s LinkedIn. All data is divided by month (November-December) and followed by their respective platforms (Facebook et al.). Then, apart from the metrics (Tables 5 and 6), each content is divided by media (image, image – carousel, reel, video, et al.). After the type of post is also identified, in this case, some of the expressions used are book promotion, thematic book promotion (the promotion follows a theme like world war, economics, the release of a TV show/movie), events, interviews, book sales, promotions of congresses, training courses or bookstores.

5.3.2 Analysis

A quantitative and qualitative analysis followed the gathering of all the information in Excel. The quantitative one focuses on counting the number of posts and how many corresponded to a specific section, like book promotion or events, interviews, and book sales. With this, we can understand which typology is most often used. From there, it uses the following equation to determine which posts gave/have the best results in terms of metrics.

drawn are the overall lack of content posted during December, considering the primary purpose of the holiday is to captivate the consumer to buy the products offered. The posts on all social media of each seal, plus the Group, are the same. They do not have a distinct differentiative factor among the different platforms and use a “same for all” approach.

Starting with Livrarias Almedina, by observing the graphic below (Table 8), it is perceptible that the number of posts is similar on each platform; this is because Swonkie, as from the information gotten from the interviews, allows them to schedule and release posts at the same data and time for both Facebook and Instagram.

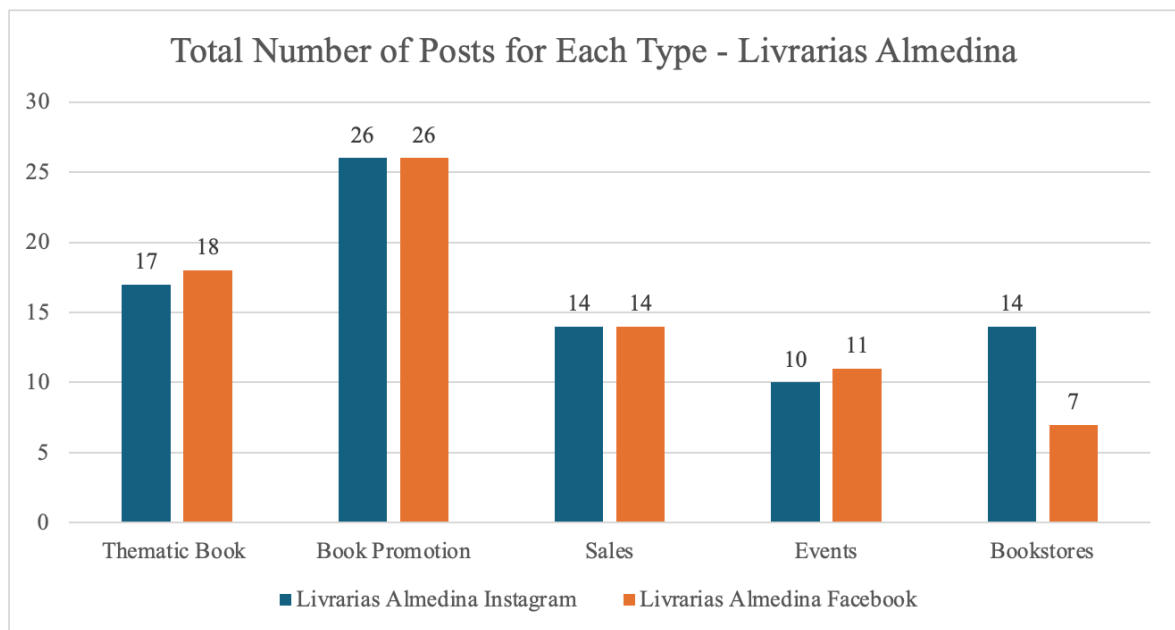


Table 8 - Number of Posts for Livrarias Almedina Instagram and Facebook

Source [Tânia Pinto, 2024]

Concerning the results of the analysis, Instagram is the platform with the most engagement and interactions, with a notable difference in the number of likes for identical posts compared with Facebook. At the level of typology, thematic promotions and bookstore posts have better metrics regarding likes, comments, and reach. From these posts, some of the most engaging ones include the opening of the Porto pop-up and some of the thematic promotion posts from Edições 70, as seen below.

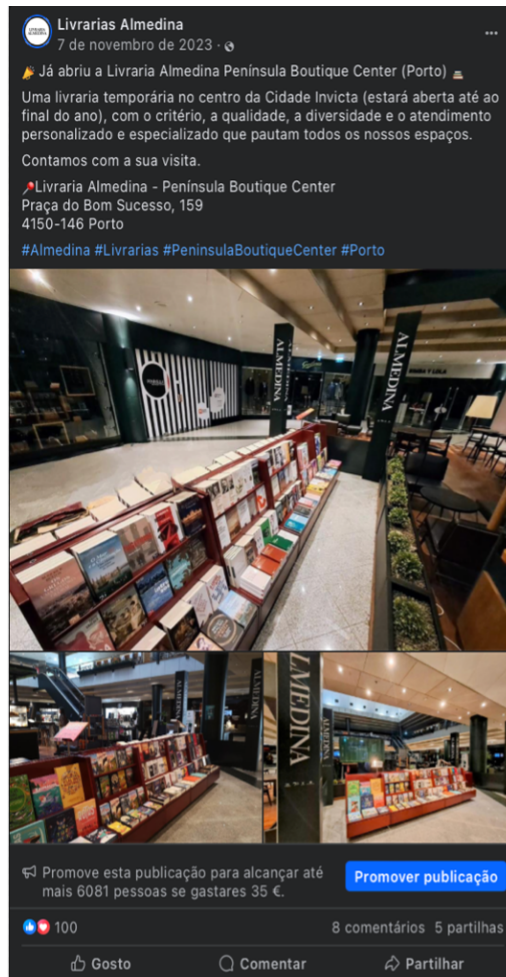


Figure 9 - Post from Livrarias Almedina Facebook

Source [Almedina. (2023, November 7). Já abriu a Livraria Almedina Península Boutique Center (Porto) [Screenshot] [Status update]. Facebook. <https://www.facebook.com/share/p/WNpqUH22fK1X2JQu/>]



Figure 8 - Post from Livrarias Almedina Instagram

Source [Almedina [@livrariasalmedina]. (2023, November 30). O biopic de Napoleão é um dos filmes mais vistos por esta altura em Portugal e em grande parte do mundo ocidental. [Screenshot] [Status update]. Instagram. https://www.instagram.com/p/C0RB4FFo2-X/?img_index=1]

On the other hand, focusing on the seal’s posts, the ones from Actual and Edições Almedina have the worst results. The video (Reels) format on Instagram is very well received by the public, especially the ones where Almedina booksellers appear.

Looking at sales and having in mind the months of data gathering, the posts announcing sales and special discounts have very high metrics for “saved posts” (Instagram) and “clicks on page” (Facebook). This shows that many people examine and research on the web for their gifts and that promotions may influence them before making a final decision. In this aspect, it has been noticed that many posts lack a direct link to the Almedina.net website, particularly on Facebook, which can result in the loss of potential clients. In this regard, the CTAs² are formal, and improving the copywriting could help improve the connection to the audience.

Moving onto Minotauro (Table 9), compared to Livrarias Almedina, the smaller number of posts on both platforms is noticeable. Furthermore, the metrics show that the social network with the most engagement is Instagram, while Facebook has a very minimal percentage (the page has no interactions); this comes as no surprise as Minotauro caters to a younger audience.

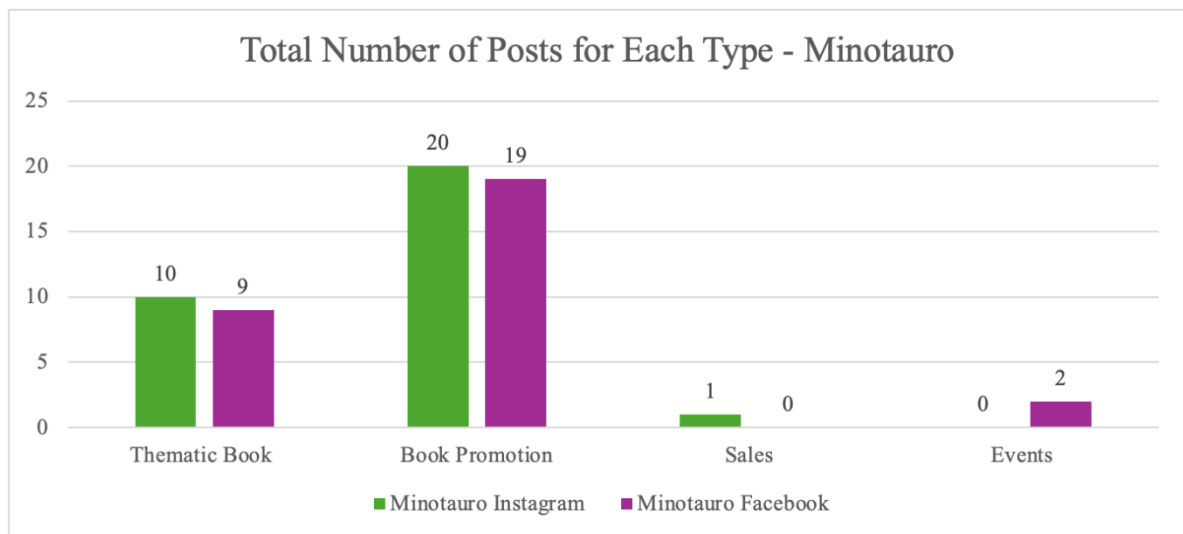


Table 9 - Number of Posts for Minotauro Instagram and Facebook

Source [Tânia Pinto, 2024]

As for the best-performing posts, they are the thematic promotion of books and the standard book promotion. The most saved posts are also the ones with theme recommendations; this could indicate that readers might be more likely to revisit this typology. In the last one, it is worth noticing that the most popular posts are from international seal authors like V. E. Schwab and Madeline Miller. They are the ones able to gather more significant results than the rest, as shown below.

² Call to Action is a speech, piece of writing, or act that encourages people to take action about a problem (© Cambridge University Press, 2024).



Figure 10 - Post from Minotauro Instagram

Source [Minotauro [@minotauro_editora]. (2023, November 10). *Novidade Vencedor do Goodreads Choice Awards – Melhor Livro de Ficção Científica* [Screenshot] [Status update]. Instagram. <https://www.instagram.com/p/CzeENwwIBsQ/>

The designs of the posts and the CTA's are formal, just like the rest, which might result in incompatibilities for the target audience as it does not resonate with them and their preferences. As for the events and sales, the posts are minimal, so their reach cannot be analyzed precisely.

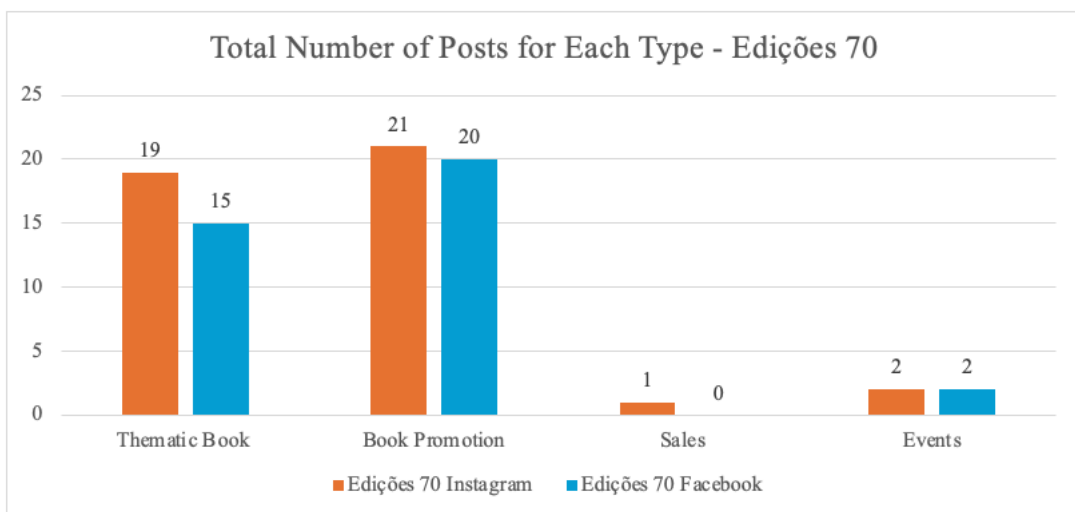


Table 10 - Number of Posts for Edições 70 Instagram and Facebook

Source [Tânia Pinto, 2024]

Edições 70 (Table 10) has a similar situation as Minotauro, with more Instagram engagement than Facebook, as seen in the images below. As for the best-performing posts, the themed recommendations always have high metrics. In this type, posts related to memorable and global historical dates like the French Revolution, April 25th, and TV shows and movies associated tend to do better than the norm. The sales and events did not gather enough metrics in both platforms to bring significant results to the results.



Figure 11 - Post from Edições 70 Instagram

Source [Edições 70 [@edicoes_70]. (2023, December 14). *Ao longo dos séculos, o homem tem-se dividido quanto à forma como a política deve enformar a sua vida* [Screenshot] [Status update]. Instagram. https://www.instagram.com/p/C01L2tMozdD/?img_index=1



Figure 12 - Post from Edições 70 Facebook

Source [Edições 70. (2023, December 14). *Ao longo dos séculos, o homem tem-se dividido quanto à forma como a política deve enformar a sua vida* [Screenshot] [Status update]. Facebook. <https://www.facebook.com/share/p/GWhALxUZGh6AxqRc/>]

As for Edições Almedina (Table 11), noticeable the rise in book promotion posts, in general, all of them receive around 5-10 likes, with exceptions for book releases relevant to the Portuguese law scene (Figure 13). This is an important aspect to keep in mind for future schedules. As for theme posts, they decrease substantially when compared with the above, and that relates to the low engagement they produce.

The events also grew in publications, and they produced some reach. However, one thing noticed is the lack of advertisement done prior, with most of the posts published with a very short notice period, 2-3 days before the event. BDJUR, their online legal database, has a

mandatory weekly post, and their results are small to analyze. The same situation happens with AlmedinaMais and Almedina Observatorio; both metrics are little and become irrelevant during the analysis.

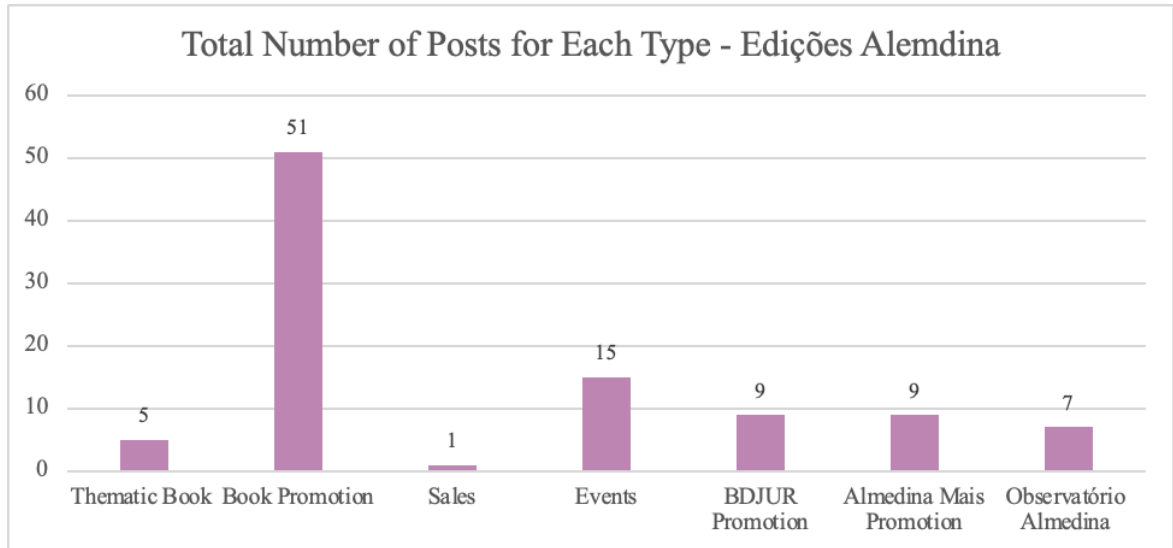


Table 11 - Number of Posts for Edições Almedina Facebook

Source [Tânia Pinto, 2024]



Figure 13 - Post from Edições Almedina Facebook

Source [Edições 70. (2023, November 14). Este livro constitui uma introdução histórica ao Direito, atenta às grandes correntes europeias e às novas tendências da investigação [Screenshot] [Status update]. Facebook. <https://www.facebook.com/share/p/sMZSnAuFjknynFn7/>]

Continue to Actual (Table 12), the central aspect to notice is that this is the only account not created from scratch and was recycled from a previous project from Group Almedina. Overall, the account has the least publications and the lowest engagement rates. This makes it harder to analyze from a quantitative view; on the other hand, it gives valuable insights into the future content and platform for Actual.

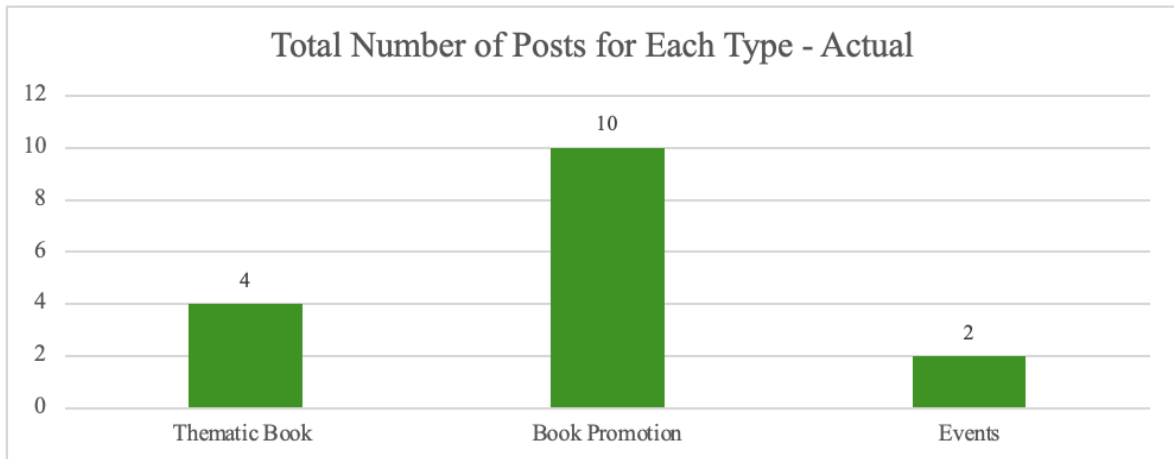


Table 12 - Number of Posts from Actual LinkedIn

Source [Tânia Pinto, 2024]



Figure 14 - Post from Actual LinkedIn

Source [Actual. (2023, November 7). A Economia saiu à Rua! [Screenshot] [Status update]. LinkedIn. https://www.linkedin.com/posts/actualeditora_a-economia-saiu-%C3%A0-rua-nas-livrarias-activity-7122962569618685952-w9Gt?utm_source=share&utm_medium=member_desktop]

Lastly, Grupo Almedina’s LinkedIn (Table 13) overall has a reasonable engagement rate, especially compared to the other LinkedIn account. From Appendix E, we can verify that both the thematic book and book promotion have a positive average of likes, with some posts amassing almost a hundred likes (Figure 15). Like the Edições Almedina Facebook, the publications related to BDJUR, AlmedinaMais, and Almedina Obervatório have the lowest numbers.

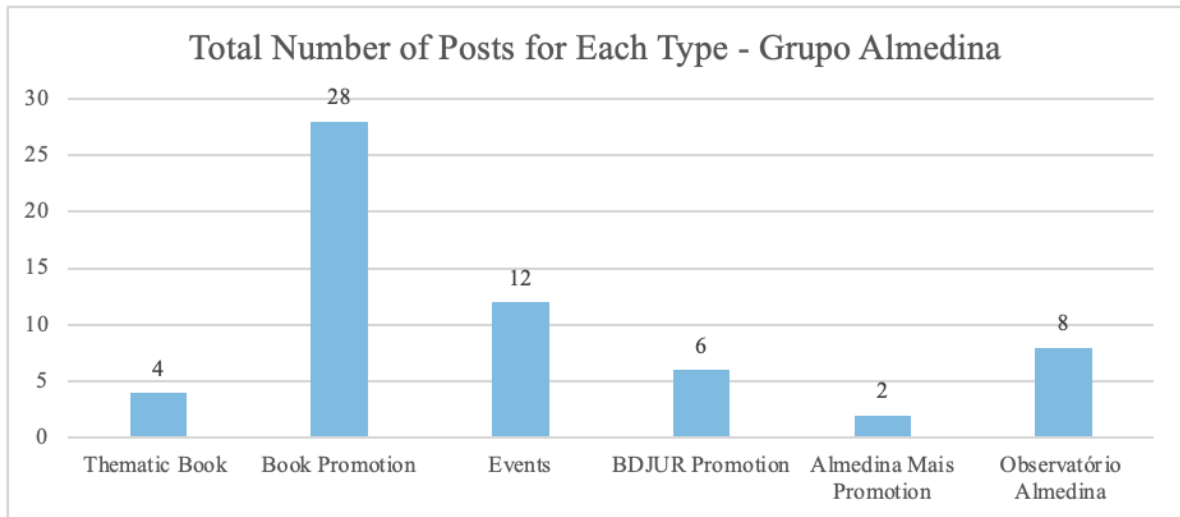


Table 13 - Number of Posts from Grupo Almedina LinkedIn

Source [Tânia Pinto, 2024]

One issue with this social media account is the lack of promotion of the various seals. With the publications from Edições Almedina being the most shared, this creates a contradiction as the name (Group Almedina) does not reflect the content expected by the consumers, in this case, posts with updates from all seals.

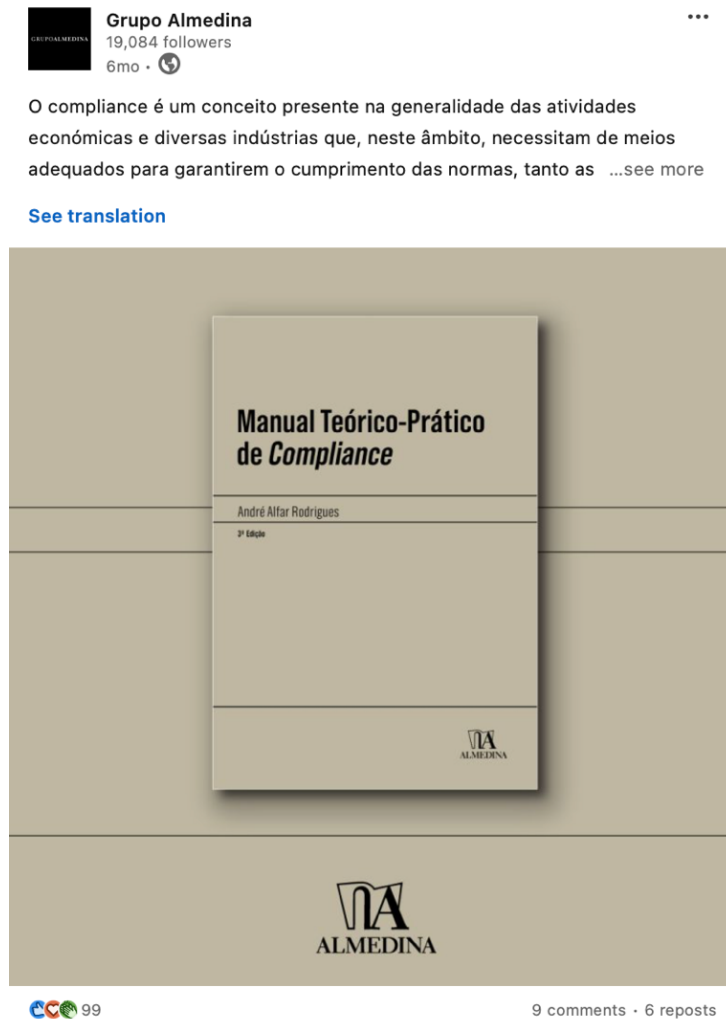


Figure 15 - Post from Grupo Almedina LinkedIn

Source [Actual. (2023, December 14). *O compliance é um conceito presente na generalidade das atividades económicas e diversas indústrias que, neste âmbito, necessitam de meios* [Screenshot] [Status update]. LinkedIn. https://www.linkedin.com/posts/grupo-almedina_almedinadireito-manuaisprofissionais-direitocomercial-activity-7140993609876643842-3Jn5?utm_source=share&utm_medium=member_desktop]

5.3.4 Data Gathering – Competitors Social Media Accounts/Content

Advancing to Phase 2 of the internship timeline, the second round of data gathering seeks to analyze which publishing groups/seals Almedina’s competitors are and what type of content they are producing. It also aims to see content differences and make notes on improvements that can help Group Almedina’s social media channels grow. The first step before the start of the analysis is the mapping of all competitors

This task was facilitated through the help of the tutor once again, as they already have this information. After each competitor is separated into groups, one for each of Almedina’s seals.

Editoras - ACTUAL	Editoras - Minotauro	Editoras - Edições 70	Editoras - Edições Almedina	Livrarias
IDEIAS DE LER	EDITORIAL PRESENÇA	ANTÍGONA	PORTO EDITORA	Wook
LUA DE PAPEL	PORTO EDITORA	ASTRAIOS EDITORA	AAF DL	Bertrand
SELF	TOPSELLER	CASA DAS LETRAS	QUID JURIS	Fnac
CONTRAPONTO	ALMA DOS LIVROS	CONTRAPONTO	GESTLEGAL	Waterstones
MARCADOR	CLUBE DO AUTOR	CRÍTICA	UNIVERSIDADE CATÓLICA EDITORA	Barnes and noble
VOGAIS	DOM QUIXOTE	DESASSOSSEGO	EDIÇÕES SEGURANÇA RODOVIÁRIA	
ESCOLAR EDITORA	PLANETA	EL SINORE	EDIÇÕES SÍLABO	
BOOKOUT	BOOKSMILE	FUNDAÇÃO FRANCISCO MANUEL DOS SANTOS	TEXTO EDITORES	
CASA DAS LETRAS	MANUSCRITO	GRADIVA	EDITORIA D'IDEIAS	
PUBLICAFFAIRS	DEVIR	GUERRA & PAZ	VIDA ECONÓMICA	
PLATA PUBLISHING	OFICINA DO LIVRO	IDEIAS DE LER		
TEMAS E DEBATES	TINTA DA CHINA	LIVROS D'HOJE		
GRADIVA	BERTRAND	LIVROS ZIGURATE		
PRIME BOOKS	ASA	LUA DE PAPEL		
SIMON & SCHUSTER	PARTICULAR EDITORA	OBJECTIVA		
HARRIMAN HOUSE	ARENA	PENGUIN		
ESTRELA POLAR	QUETZAL	QUIMERA		
EDIÇÕES SÍLABO	ALBATROZ	TEMAS E DEBATES		
PROFILE BOOKS	CAMINHO			
DESASSOSSEGO	JACARANDÁ EDITORA			
EBURY PUBLISHING	11X17 BERTRAND			
TALENTO	HARPERCOLLINS			
GESTÃO PLUS	Desrotina			
OBJECTIVA				

Table 14 - Mapping of the Competitors of Almedina Seals

Source [Tânia Pinto, 2024]

5.3.5 Analysis

After mapping the competitors' social media presence, the first task of the analysis is to evaluate which social media platforms each is on and compare it to the ones Almedina uses. This process involves the examination of the content posted by each, observing public response and immediately visible metrics such as likes and comments, and taking notes of differentiated attributes. It is then followed by a comparison with Almedina's social media content to compose a final proposal.

5.3.6 Results

Starting with Edições Almedina, observing the graphic below (Table 15), the most used platforms are Facebook, Instagram, and LinkedIn. From these, Edições Almedina is present in two (Facebook and LinkedIn). From all the above, Porto Editora and Texto Editores redirect to their main pages invalidating their analysis within this category.

Regarding the content published, the posts are like those made by Edições Almedina, using mostly neutral backgrounds that match the book cover in a central position. As for likes, all have close numbers, between 5 and 60 likes per post.

Edições Almedina	Social networks where you can find them					
	Facebook	Instagram	Youtube	Linkedin	Twitter (X)	TikTok
PORTO EDITORA						
AAFDDL						
QUID JURIS						
GESTLEGAL						
UNIVERSIDADE CATÓLICA EDITORA						
EDIÇÕES SEGURANÇA RODOVIÁRIA						
EDIÇÕES SÍLABO						
TEXTO EDITORES						
EDITORIA D'IDEIAS						
VIDA ECONÓMICA						

Edições Almedina						
------------------	--	--	--	--	--	--

Table 15 - Competitors of Edições Almedina

Source [Tânia Pinto, 2024]

Two accounts differentiate their content from the rest, AAFDDL (Associação Académica da Faculdade de Direito de Lisboa) and UCP Editores (Universidade Católica Portuguesa Editores), both associated with academic backgrounds, which gives them different dynamics from the rest.

While on Instagram, most of the posts from AAFDDL and UCP Editores are similar to the rest, it is on YouTube where the content distinguishes itself, with both uploading debates, courses, and live videos for students to have their doubts answered. With Almedina having a sizeable academic base and a “sub-seal” dedicated to university law books, this community should have more investment.

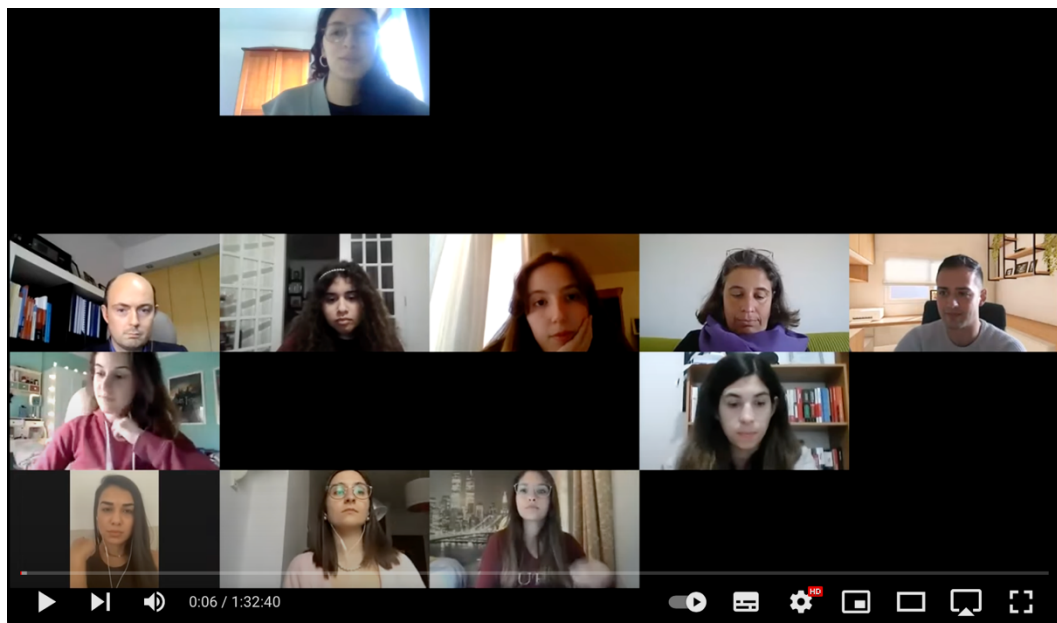


Figure 16 - Youtube Video from AAFDDL

Source [AAFDDL. (2021, March 15). Sessão de Esclarecimento: Mestrado Prático ou Científico – E agora? Caixa de entrada [Screenshot] [Video]. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=nF0UBeHPOIM>]

ACTUAL	Social networks where you can find them							
	Facebook	Instagram	Youtube	Linkedin	Pinterest	Soundcloud	Twitter (X)	TikTok
IDEIAS DE LER								
LUA DE PAPEL								
SELF								
CONTRAPONTO								
MARCADOR								
VOGAIS								
ESCOLAR EDITORA								
BOOKOUT								
CASA DAS LETRAS								
PUBLICAFFAIRS								
PLATA PUBLISHING								
TEMAS E DEBATES								
GRADIVA								
PRIME BOOKS								
SIMON & SCHUSTER								
HARRIMAN HOUSE								
ESTRELA POLAR								
EDIÇÕES SÍLABO								
PROFILE BOOKS								
DESASSOSSEGO								
EBURY PUBLISHING								
TALENTO								
GESTÃO PLUS								
OBJECTIVA								
ACTUAL								

Table 16 - Competitors of Actual

Source [Tânia Pinto, 2024]

Moving to Actual (Table 16), most seals and publishers prefer Facebook and Instagram as their social platforms, followed by LinkedIn. Actual's only presence is on LinkedIn, which could be harmful, as their rivals can reach more consumers using more than one social media.

Regarding the international seals/publishers, one that stood out is PublicAffairs Instagram; most noticeable the stories highlights as they got divided by themes such as History, Politics, and Philosophy. This not only helps catalog information via stories but also directs the readers to their favorite niche. As for YouTube, they have a small collection of videos that helps the viewers understand terms and innovation around social networks and marketing. Occasionally, some Q&A with authors are filmed, allowing readers to connect visually.

Simon & Schuster is another company that, while promoting most of the content like Actual, has started releasing mini videos on Instagram with company employers, where each advises aspiring publisher workers. On TikTok the videos have a more entertaining aspect, with some including the CEO³.

Talento, a seal from Infinito Particular Group, has the most diverse content amongst national accounts in Portugal. Their posts promote books by emphasizing how the book can help and why you need it. Occasionally, they create “about you” posts, introducing the seal authors to the readers while creating a sense of credibility for the books.

³ Chief executive officer: the person with the most important position in a company (© Cambridge University Press, 2024).



Figure 17 - Post from Talento Editora Instagram

Source [Talento Editora [@talentoeditora]. (2023, November 30). «Lições de Estoicismo» chega hoje às livrarias portuguesas e promete marcar, não só este fim de ano, mas a tua vida! [Screenshot] [Status update]. Instagram. https://www.instagram.com/p/C0RD_QYMWFM/

As Minotauro (Table 17) caters to younger readers, publishing kid’s books, young adults, and contemporary romance is in the seal’s competitors that some disruptive posts are created. Currently, Instagram is still where most of the engagement is; nevertheless, a shift is apparent towards TikTok. As for Facebook, from the analysis, it tends to perform poorly with the target audience.

Minotauro	Social networks where you can find them							
	Facebook	Instagram	Youtube	Linkedin	Pinterest	Soundcloud	Twitter (X)	TikTok
EDITORIAL PRESENÇA								
PORTO EDITORA								
TOPSELLER								
ALMA DOS LIVROS								
CLUBE DO AUTOR								
DOM QUIXOTE								
PLANETA								
BOOKSMILE								
MANUSCRITO								
DEVIR								
OFICINA DO LIVRO								
TINTA DA CHINA								
BERTRAND								
ASA								
PARTICULAR EDITORA								
ARENA								
QUETZAL								
ALBATROZ								
CAMINHO								
JACARANDÁ EDITORA								
11X17 BERTRAND								
HARPERCOLLINS								
Desrotina								
Minotauro								

Table 17 - Competitors of Minotauro

Source [Tânia Pinto, 2024]

As for the content, there is a strong connotation of a carefree and youthful attitude, which is becoming increasingly aided by the community of bookstagrammers and booktokers for content creation and advertising.

One publisher that utilizes the power and content of bookstagrammers and booktokers is Editorial Presença. Many of their posts on both Instagram and TikTok are done in collaboration with the community; this allows them to diversify their account and, at the same time, reach a broader audience. As for their “in-house” content, the use of youthful and trendy designs and copywriting allows them to stay up to date with what is popular on social media and better connect with the target public. Mystery is another tool used to keep the community engaged with the posts, which is when clues about new releases get dropped in the content, allowing the readers to guess and share their opinions.

For kids, Jacarandá focuses on creating a safe environment on social media, with their posts characterized for being both educational and colorful, grabbing the younger’s attention. Occasionally, reels with reading sessions and small contests are published to promote new releases.

Lastly, two relatively new accounts are producing exciting content. The first Bold Reads, part of Penguin Random House Portugal, functions as a youth book community and consists of posts related to current memes⁴ and events in the social media sphere. From red carpets to jokes about compulsory military service and music, all this is transformed into comedic posts, including the book imprints, creating a fun space for talks about literature.

⁴ An idea, image, video, etc. that is spread very quickly on the internet (© Cambridge University Press, 2024).



Figure 18 - Post from Bold Reads Instagram

Source [Bold Reads [@boldreadspt]. (2024, April 4). POV: Criaste um clube de leitura na tropa [Screenshot] [Status update]. Instagram. https://www.instagram.com/p/C5VzEMCsAfc/?img_index=2]

The second is Desrotina, another seal from Infinito Particular Group. Their strongest seller is the special limited editions released with each new book, most of which get signed by the authors and feature sprayed edges⁵. Until recently, these editions were only sold in their exclusive club box. However, as of June, the box ceased, and each edition will be sold individually only on their website.

As Editorial Presença, Desrotina uses similar posts to promote releases, such as dropping clues and presenting the main characters. Regarding literary events, the Group regularly creates pop-ups and invites international authors to book signings.

⁵ A technique that involves applying a fine mist of color or metallic pigment to the edges of the book pages (Sesepainting, 2024).



Figure 19 - Post from Desrotina Instagram

Source [Desrotina [@desrotinaeditora]. (2024, March 5). A nossa edição especial de «Odeio Amar-te» já chegou e estamos apaixonados! [Screenshot] [Status update]. Instagram. https://www.instagram.com/p/Cpax_zwLDr-/?img_index=1

Edições 70, as seen in the graph below (Table 18), is on par with the rest of the competition in terms of presence on social media. The contents are similar between publishers/seals, with the spotlight on Antígona, a national publisher, with a modern take on graphics while mixing human components. It helped them reach an expressive number on Instagram.

Edições 70	Social networks where you can find them								
	Facebook	Instagram	Youtube	Linkedin	Vimeo	Pinterest	Soundcloud	Twitter (X)	TikTok
ANTÍGONA									
ASTRAIOS EDITORA									
CASA DAS LETRAS									
CONTRAPONTO									
CRÍTICA									
DESASSOSSEGO									
ELSINORE									
FUNDAÇÃO FRANCISCO MANUEL DOS SANTOS									
GRADIVA									
GUERRA & PAZ									
IDEIAS DE LER									
LIVROS D'HOJE									
LIVROS ZIGURATE									
LUA DE PAPEL									
OBJECTIVA									
PENGUIN									
QUIMERA									
TEMAS E DEBATES									
Edições 70									

Table 18 - Competitors of Edições 70

Source [Tânia Pinto, 2024]

Antígona has created a distinguishable aesthetic and identity, approaching a diverse perspective to the content, from modern graphics to photos of the books in natural ambient such as the living room, kitchen, garden, and more, while maintaining a human presence through the feed. From authors' photos to records of the staff performing various activities, this allows the community to feel included in the Antígona group family, creating stronger roots with the consumer.



Figure 20 - Post from Antígona Instagram

Source [Antígona [@antigona.editores.refractarios]. (2023, November 30). *Tinham saudades? Com o Natal à porta, abrimos aos portas do nosso pátio ao ar livre para a dança macabra dos saldos natalícios.* [Screenshot] [Status update]. Instagram. <https://www.instagram.com/p/C0Q91SeqFbL/>

Lastly, moving to the bookstores, observing the table below (Table 19), while all of the competitors are in the leading social media accounts, Livrarias Almedina is only in two (Facebook and Instagram). Regarding reach and engagement, Instagram continues to be the one with the most, now followed by TikTok. As for the type of content each post, more than not, they adopt a relatable image, with the posts created being funny, relatable, and easily understandable by most of the audience, which is needed as bookstores have more inclusive audience targets of various ages.

Bookstores	Social networks where you can find them									
	Facebook	Instagram	Youtube	Linkedin	Vimeo	Pinterest	Soundcloud	Twitter (X)	TikTok	Spotify
Wook	Green	Green	Green	Green	Red	Red	Red	Red	Red	Red
Bertrand	Green	Green	Green	Green	Red	Red	Red	Red	Green	Red
Fnac	Green	Green	Green	Red	Red	Red	Red	Green	Green	Red
Waterstones	Green	Green	Green	Green	Red	Red	Red	Red	Green	Red
Barnes and noble	Green	Green	Green	Green	Red	Green	Red	Green	Green	Red
Livrarias Almedina	Green	Green	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red

Table 19 - Competitors of Almedina Bookstores

Source [Tânia Pinto, 2024]

Wook, an online retailer from the Porto Editora Group, has promotional content similar to Almedina. However, they add challengers every so often under the hashtag #desafiwook, inviting readers and followers to engage with them and share their experiences. Along with this, other successful content products are the “Drama dos Leitores”⁶ and “Testemunho de uma Leitora Anónima”⁷. They give the audience another chance to participate either in the comments or anonymously, and overall, they tend to do well regarding metrics.

From the same publishing group, we have Bertrand. They perform well on TikTok, with a mix of videos ranging from popular memes to collaborations with the booksellers of each location.

The most innovative might be Waterstones, a British bookstore chain famous for its exclusive Waterstones book editions. While their Instagram page has a precise and well-distributed mix of book promotions, book exclusives promotions, and author-related content, their most popular posts are memes related to reader’s problems. These are conceived in a simple matter, adding X’s⁸ tweets to photos of paintings

⁶ Readers Drama.

⁷ Testimony of an Anonymous Reader.

⁸ Former Twitter.

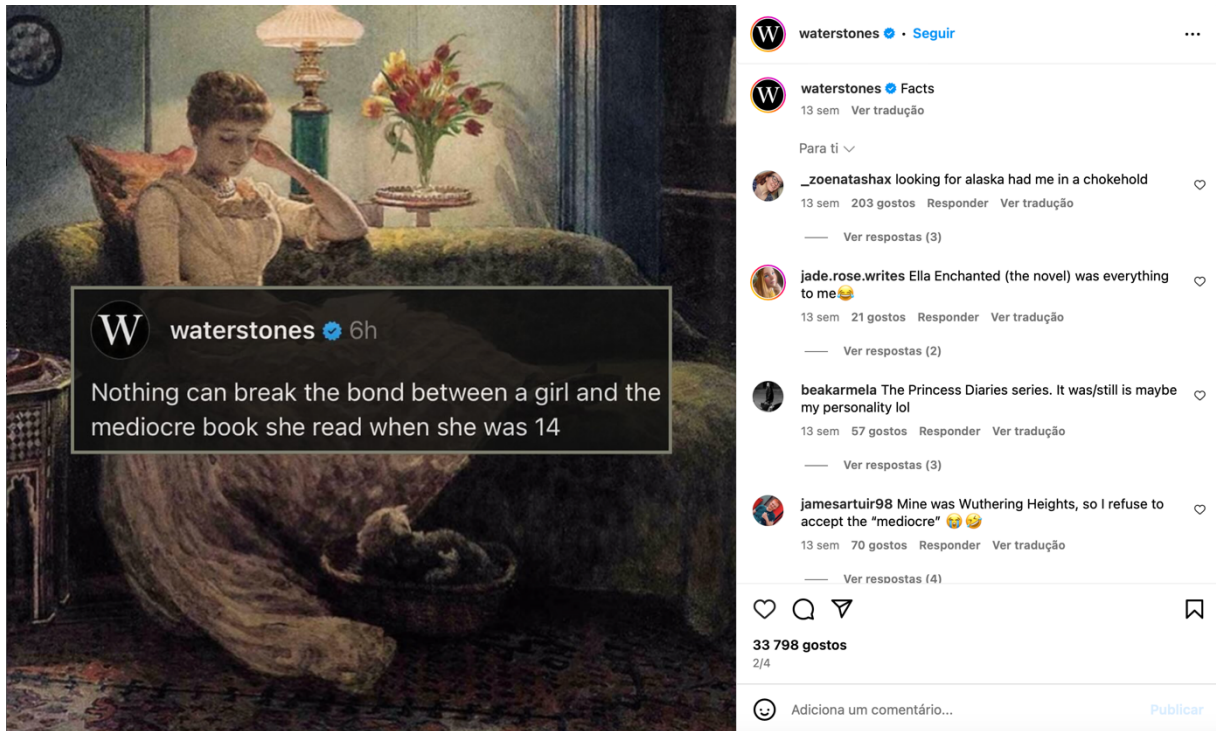


Figure 21 - Post from Waterstones Instagram

Source [Waterstones [@waterstones]. (2024, April 2). Facts [Screenshot] [Status update]. Instagram. <https://www.instagram.com/p/C5QIqPHMhiz/>

Barnes & Noble, one of the largest American bookstore chains, follows this strategy. Like Waterstones, they create a wide range of content, with their most famous posts nowadays being the red carpet looks matched to book covers. On YouTube, most interestingly, they dynamize various reading sessions for kids during the year.



Figure 22 - Post from Barnes&Noble Instagram

Source [Barnes&Noble [@barnesandnoble]. (2024, February 5). B&N Presents the 2024 #Grammys Edition of #lookstobooks [Screenshot] [Status update]. Instagram. https://www.instagram.com/p/C283uVluTw/?img_index=1

5.4 Proposal

In conclusion, both analyses led to the final internship task of elaborating two proposals, one regarding the Group's social media networks and the second about social media content and how their competitors are doing on their respective platforms. Both proposals were delivered in PowerPoint format, followed by a one-hour presentation and follow-up questions with the marketing and communication department.

5.4.1 Almedina Social Media Accounts

The final proposals presented to Almedina's regarding their social media accounts are the following:

Livrarias Almedina

- Revision of the type of content the Livrarias accounts post: from an outside perspective, they are only viewed as another channel to promote the various seals and in-house publications. Instead, the focus should be on promoting

the bookstores as spaces where consumers can buy various books from multiple publishers, just like Fnac and Bertrand.

- Investment in diverse content, especially video formats. It should feature the bookstores and booksellers, not only because they have good metrics on previous videos but also because it goes on par with the trends of more humanized content creation and creating authentic relationships (Hootsuite, 2024).
- Continue with the content, updating the current designs to appeal to a broader target of consumers.
- Establish a regular weekly post schedule.
- Consider opening a TikTok account.

Minotauro

- Revision of strategy (design, content, SEO, copywriting...) to leverage this seal's potential to differentiate itself amongst the Group, creating an image and aesthetic that connects with the target audience and thus fosters community engagement.
- Reconsider the permanence on Facebook.
- Utilize Instagram for more than just promotional posts; develop “exclusive” content for the seal.
- Consider opening a TikTok account.
- Investment in video content and collaborations with “Bookstagrammers”.
- Host more bookstore events.

Edições 70

- Shift the majority of the focus from Facebook to Instagram.
- Utilize Facebook and Instagram for more than just promotional posts; develop “exclusive” content for both platforms.
- Continue with the theme-based recommendations, committing to provide curated book posts regularly.
- Create content for debate, from posts to forums, where the readers can gather and share opinions on topics and books.

Edições Almedina

- Evaluate creating an academic account on Instagram.

- Revision of strategy regarding the BDJUR, AlmedinaMais, and Almedina Observatório promotions.

Actual

- Strategy revision, specifically regarding the social network of choice, brings two options: continuation on LinkedIn with a new account or moving to a different platform like Instagram.
- Improve content produced, going in line with what similar seals do. Ideas like blog-style articles can be very positive.

Grupo Almedina

- Reevaluation of the account name and content, as most posts are the same as Edições Almedina and Actual. As the Group's main page for news regarding all seals and events, it should incorporate more posts from Minotauro, Edições 70, and the bookstores.

5.5 Results

As for expected results, with this research, it was possible to study and concept proposals that benefit the restructuring Almedina aims to do regarding the brand image. Both analyses and proposals were well received by the department, with a few exceptions, mainly related to the opening/closing of some platforms.

Regarding immediate results, it is difficult to assess if changes will be made in the following months, as this takes time beyond the internship duration. However, the members of the department have not only understood the importance of metric tracking and analysis (even in a simple way) but also the need to have objective audience targets to understand the consumers better. This is especially important for seals such as Minotauro, Edições 70, and bookstores.

Concerning content creation, while the team wants to develop and produce new ideas and formats, currently, the most significant setbacks are financially and with staff, as the number of people assigned to the department is small.

Nevertheless, one major proposal presented is becoming a reality soon, with the opening of an Instagram account for Actual and prospects of a TikTok for Livrarias Almedina/Minotauro in the future.

6 Conclusion

This internship report has allowed to explore a part of the publishing market, in this case, social networks, as part of digital marketing. During the literature review, it was possible to see the significant impact that new technologies have had on the very definition of a book, which increasingly encompasses more literary diversity within it. This is largely due to social networks, which are increasingly connected to the market and shaping it in the way they want. This made it possible for the authors not to rely on traditional publishing and to have the freedom to publish what they want, how, and where they desire.

While networks such as TikTok and Instagram allow us to belong and collaborate with people from all over the world who enjoy the same thing as us, in this case, books, it was also possible to observe that the new generations are more influential in terms of consumerism being able to decide which authors are best-sellers. They also see content much more quickly, which means that trends and authors can go from cool to boring from one moment to the next.

Publishing houses have been leveraging these new "influencers" to help them achieve more sales while gathering data on popular genres. This enables them to acquire the rights of self-published authors, allowing them to enter the traditional market quickly.

From the Portuguese perspective, the delay is noticeable compared to other markets, but it is catching up, as data shows steady book sales. While influencer marketing is used, it only affects a small number of prominent personalities, as only a tiny number of Portuguese publishers are financially capable of printing more editions and paying influencers' fees.

From this review, it is noticeable the need for overall research into the influence of the booktok and bookstagram communities and how they help shape the literary market. Questions like how much longer the market can live off online trends and if the published books are sales sustainable in the long run are essential to help publishers change their long-term strategies to better align with this fast social media life.

From the Portuguese perspective, more research on why younger generations are reading in English and how prices might be blocking people from lower financial backgrounds should be analyzed to help the Portuguese market continue to have the most significant share. Otherwise, and from the new data, Portuguese publishers might lose the battle to the big English publishing markets.

The internship at Almedina helped me understand how the Portuguese publishing market currently functions, and the struggles smaller companies face when competing with names like Porto Editora and Bertrand.

Overall, the experience was positive, with the marketing and communication department always open to helping with any questions and providing the proper feedback. However, while remote work has its benefits, it is very solitary, with limited time spent with the team. This was not beneficial in the long run, as I did not attend department meetings and could not see the dynamics that happened every day between the team.

The internship at Almedina was a fantastic experience, stimulating my personal and professional growth. It deepened my understanding of a market I am passionate about and equipped me with valuable knowledge in digital marketing. This enabled me to successfully complete all the objectives of the internship and propose two strategies to enhance Almedina's digital communication.

7 Bibliography

- © Cambridge University Press. (2024). *Meaning of call to action in English*. Retrieved June 20, 2024, from Cambridge University Press: <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/call-to-action>
- © Cambridge University Press. (2024). *Meaning of CEO in English*. Retrieved June 12, 2024, from Cambridge University Press: <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/ceo>
- © Cambridge University Press. (2024). *Meaning of meme in English*. Retrieved June 12, 2024, from Cambridge University Press: <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/meme>
- Asplund, S.-B., Egeland, B., & Olin-Scheller, C. (2024, February 22). Sharing is caring: young people's narratives about BookTok and volitional reading. *Language and Education*, 38, 635-651.
- Baggio, C. C., Costa, H., & Blattmann, U. (2016, December). Seleção de Tipos de Fontes de Informação. *Perspectivas em Gestão & Conhecimento*, 6(2), pp. 32-47.
- Bastos, J. P. (2023, April 7). *Mariana e Maria são booktokers e os seus vídeos já fizeram esgotar livros: há uma explosão de vendas entre os jovens*. Retrieved July 8, 2024, from Expresso: <https://expresso.pt/sociedade/2023-04-07-Mariana-e-Maria-sao-booktokers-e-os-seus-videos-ja-fizeram-esgotar-livros-ha-uma-explosao-de-vendas-entre-os-jovens-7ee6af02>
- Bateman, K. (2022, March 11). *This is how TikTok helped propel book sales to a bestselling year*. Retrieved June 7, 2024, from World Economic Forum: <https://www.weforum.org/agenda/2022/03/tiktok-booktok-print-books-sales/>
- Bold, M. R. (2018). The return of the social author: Negotiating authority and influence on Wattpad. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, 24(2), 117-136.
- Cope, B. &. (2006). *The Future of the Book in the Digital Age*. Chandos Publishing.
- Dezuanni, M., Reddan, B., Rutherford, L., & Schoonens, A. (2022). Selfies and shelfies on #bookstagram and #booktok – social media and the mediation of Australian teen reading. *Learning, Media and Technology*, 47:3, 355-372.

- Dincă, V. M., & Dima, A. M. (2022, April 10). THE IMPACT OF THE COVID-19 PANDEMIC ON ONLINE CONSUMER BEHAVIOR FOR THE BOOK MARKET IN ROMANIA. *E+M Economie a Management*, 25, pp. 155-163.
- Dolan, R., Conduit, J., & Fahy, J. (2016). Social media engagement: a construct of positively and negatively valenced engagement behaviours. In R. Brodie, L. Hollebeek, & J. Conduit, *Customer Engagement: Contemporary Issues and Challenges* (pp. 102-123). London, United Kingdom: Routledge.
- Expresso. (2022, February 16). *61% dos portugueses não leram um único livro no último ano*. Retrieved July 8, 2024, from Expresso: <https://expresso.pt/cultura/2022-02-16-61-dos-portugueses-nao-leram-um-so-livro-no-ultimo-ano>
- Foster, C. G. (2023). *The Impact of Social Media on the Publishing Industry: A Case Study of Author Collen Hoover*. Undergraduated Thesis, East Tennessee State University, College of Arts and Sciences.
- Grupo Almedina. (2023). *O Grupo*. Retrieved May 21, 2024, from Grupo Almedina: https://www.grupoalmedina.net/?page_id=1656
- Hootsuite. (2024, May 2). *Social Media Trends 2024*. Retrieved June 15, 2024, from Hootsuite: <https://www.hootsuite.com/research/social-trends>
- Hviid, M., Izquierdo-Sanchez, S., & Jacques, S. (2019). From Publishers to Self-Publishing: Disruptive Effects in the Book Industry. *Internacional Journal of the Economics of Business*, 355-381.
- Jerasa, S., & Boffone, T. (2021, October 8). BookTok 101: TikTok, Digital Literacies and Out-of-School Reading Practices. *Journal of Adolescent & Adult Literacy*, 65(3), 219-226.
- Johnson, M. J. (2019, January 14). What is a Book? Redefining the Book in the Digitally Social Age. *Publishing Research Quarterly*, 35, pp. 68-78.
- Kilgour, F. (1998). *Evolution of the Book*. Oxford: Oxford University Press.
- Kilian, M. (2023). *Exploring the Motivations and Therapeutic Benefifits of Fandom and Fanart Online Communities: A Literature Review*. Expressive Therapies Capstone Theses, Lesley University, Graduate School of Arts and Social Sciences.
- Lusa. (2024, April 18). *Venda de livros em língua inglesa cresce em Portugal e editores “não têm como combater”*. Retrieved July 8, 2024, from Público: <https://www.publico.pt/2024/04/18/culturaipsilon/noticia/venda-livros-lingua-inglesa-cresce-portugal-editores-nao-combater-2087474>

- Lusa. (2024, January 24). *Venda de livros em Portugal aumenta 5% no ano passado depois de crescer 15% em 2022*. Retrieved July 2, 2024, from *Jornal de Negócios*: <https://www.jornaldenegocios.pt/economia/cultura/detalhe/venda-de-livros-em-portugal-aumenta-5-no-ano-passado-depois-de-crescer-15-em-2022>
- Martens, M., Balling, G., & Higgason, K. (2022). #BookTokMadeMeReadIt: young adult reading communities across an international, sociotechnical landscape. *Information and Learning Sciences*, 123 No. 11/12, 705-722.
- Meta - Facebook. (2024). *Meta Business Suite*. Retrieved June 12, 2024, from Meta: <https://www.facebook.com/business/tools/meta-business-suite>
- Neves, S. (2023, April 24). *Sérgio e Íris estão a criar uma nova geração de leitores no TikTok — um livro (e vídeo) de cada vez* Sérgio e Íris estão a criar uma nova geração de leitores no TikTok — um livro (e vídeo) de cada vez <https://www.publico.pt/2023/04/21/p3/noticia/sergio-i>. Retrieved June 10, 2024, from Público: <https://www.publico.pt/2023/04/21/p3/noticia/sergio-iris-estao-criar-nova-geracao-leitores-tiktok-livro-video-2046352>
- Osadci-Baciu, A.-M., & Zbucnea, A. (2023, June 22). Communication between publishers and the public: the magnetic effect of social media. *Perspective Politice. Special Issue*, 16, 143-156.
- Pianzola, F., Reborá, S., & Lauer, G. (2020). Wattpad as a resource for literary studies. Quantitative and qualitative examples of the importance of digital social reading and readers' comments in the margins. *PLoS ONE*, 15(1).
- Recursos Humanos - Grupo Almedina. (2023). *Guia de Acolhimento e Integração*. (1º).
- Rozaki, E. (2023). *Reading Netween the Likes: The Influence of BookTok on Reading Culture*. Master's Dissertation, Utrecht University, Department of Humanities.
- School, E. P. (2023, November 20). *Rita Pinto: da Medicina Dentária à liderança do Grupo Almedina*. Retrieved July 12, 2024, from Executiva: <https://executiva.pt/rita-pinto-da-medicina-dentaria-a-lideranca-do-grupo-almedina/>
- Seseprinting. (2024, January 24). *Sprayed Edges Hardcover Books vs. Foiled Edges Hardcover Books*. Retrieved June 12, 2024, from Seseprinting: <https://www.seseprinting.com/news-detail-4646396>

- Stein, B. (2008, December 29). *A book is a place...* Retrieved June 5, 2024, from if: book: a project of the institute of the future of the book, [Blog]: https://futureofthebook.org/blog/2008/12/29/a_book_is_a_place/
- Steiner, A. (2018). The Global Book: Micropublishing, Conglomerate Production, and Digital Market Structures. *Publishing Research Quarterly*, vol.34, 118-132.
- Swonkie. (2024). *Conheça os Swonkies**. Retrieved June 12, 2024, from Swonkie: <https://swonkie.com/pt/about>
- TikTok. (2024). *#booktok*. Retrieved July 4, 2024, from TikTok: <https://www.tiktok.com/search?q=%23booktok&t=1720739187157>

8 Appendixes

Appendix A – Interview 1 (Translated from Portuguese)

Interviewer - What objectives and goals does Almedina have for the digital and social networks?

Interviewee - We have them. We are already improving it, but it is still an objective, which is to communicate more the bookstores. People have been interacting very well with publications about bookstores, and, therefore, at the level of objectives, it is to speak less about the books in isolation and to communicate more about the books integrated into the bookstores. In a way, humanizing bookstores, sharing the suggestions of our booksellers that we have made in recent times. But without a doubt, I would say that this is to humanize the page more and to communicate more bookstores and fewer publishers, so to speak. In other words, fewer books because, as you may have seen on the bookstore page, sometimes a few appear that are just a book cover with a little description and that's it. I think it would be an excellent objective to stop making these posts as much, to continue to do them, but with less regularity, and therefore to talk more about bookstores and our booksellers.

Interviewer - The second question is whether you could guide me through the steps, processing, and planning of the posts on social networks. Are there any processes?

Interviewee - Yes, we have a map. I'm going to update it tomorrow, that's my big task. I wasn't working with this map, but I'm starting now. I have planned to start the outline tomorrow for February and March, but until now it has not been done correctly. I didn't have a tool to compile everything and add the entire publication scheme. Since I had a lot of work, it turned out to be something I delayed. I mean, I have everything I want to do here in a note, but I didn't pass it on to Excel, so now I'm going to start that. My other two colleagues, one of them was already doing it, and the other one has also begun to do it, and therefore it is through this map of publications that we are going to start planning.

Interviewer - What are the networks in which Grupo Almedina and the seals participate? Do you think that the platforms mentioned are sufficient?

Interviewee - I think we're missing an opportunity to be on TikTok here. This need was already noticed last year, and we even had a meeting with a TikTok commercial, but in the meantime,

we didn't put it into practice and didn't create the account. Since we must create content very regularly and we don't have anyone to do just that, we all work hard to do other things, and I know that it would end up being me doing it, probably because I always make videos. So, TikTok, clearly for bookstores, I think would be a platform where we should be and where, sooner or later, we'll have to go.

Interviewer - How do you maintain brand consistency across various digital platforms? There are some kinds of elements that must be expanded to all the seals and even to the bookstores that show that they all belong to the same group.

Interviewee - You're saying at the communication level, aren't you? I would say that there are no proper guidelines in question. They're not defined, no. It's a bit sensitive.

Interviewer - At the tool level, obviously we've already spoken here, I think it'll be Swonkie. What are the main tools used to manage digital marketing? And why? If there is a specific reason why you use Swonkie.

Interviewee - Swonkie allows us to schedule, and since we have several networks, from LinkedIn to Instagram to Facebook, we have several Facebook accounts, several Instagram accounts, one LinkedIn, in fact, two LinkedIn accounts. It becomes easier to use Swonkie, as it allows you to cross this information and schedule and view publications on a monthly or weekly map.

Interviewer - At the creative level of designing and creating posts, there are some procedures or steps that can be carried out, for example, collaboration with other departments at the same creative and copywriting levels. If so, is there a collaboration between the members who are part of the social networks?

Interviewee - Not for the copy, what I do, I do it myself. And later, obviously, I always count on the help of booksellers to develop much of this work. The books that we include in our reels and on the networks, sometimes are the booksellers' own suggestions. It's not always the books that are in the top sales, nor anything like that, simply, they help us to choose a little bit of the books to use for these videos.

Interviewer – But also because booksellers are the people who are there when the consumer goes to the store, and they also understand better what the consumer may want to see on social networks.

Interviewee - Yes, a little bit. I think that we and I always do this exercise of looking at the numbers, seeing what is coming out the most and all that. But there's nothing that beats the bookseller who is there and who talks to people and tells me right away, not this book, it's not worth it, it's being a failure and grabbing a book and looking at this one, and clients A, B, C, D, E, and F really liked it, I think this has potential. Of course, they are influencers in a certain way, sometimes in the process, because they themselves have suggestions and I always take their suggestions very seriously because I really think that they also have a certain influence.

Interviewer - Yes. It's an asset even for the group itself because, at the editorial level, not many groups have bookstores.

Interviewee - Yes, an addition, a very positive addition.

Interviewer - Connecting to the question above about the creative process, you have different steps for each type of post. For example, for a photo-only post compared to a video post or even an event schedule. And if there are different steps you take for each.

Interviewee - Well, inevitably the process is a little different. Because it's one thing for me to have, for example, photographs, we have photographs from the bookstores in our image bank and the process is much easier, fetching the photographs and cutting them to size to make a post, make the copy and schedule. A video already includes a more complex process. For example, after this meeting I have to go to Praça da República to make a video to publish tomorrow and the process is much more complex and requires us to go to the bookstore. I was already talking to the bookseller this morning to align a little bit everything. It requires me to go there, film and edit. Therefore, the process is much longer for a video than for a post with photographs that are here in a saved folder or even for my colleagues who post only books, which is to search for the image of the book and make the copy. Reels, for example, require much more time, and even the creative part also requires more effort, because we must think about what we want to transmit, and the content we want to pass on, therefore it, takes much longer, and the process ends up being completely different naturally.

Interviewer - In terms of metric monitoring, is there regular monitoring of the engagement of each published post? And if so, what metrics are selected?

Interviewee – We don't do that follow-up and it's a failure. But the truth is that we don't have anyone who takes over the social networks 100% and we all do a little bit. And since we are always very busy with other priorities, we end up neglecting this. Of course, if you ask me what types of posts work best, I'll be able to tell you, now, to look at the numbers and get some juice out of it, that's a job we don't do.

Interviewer - It just so happens to be the next question, which is whether there are any posts that have been particularly successful or several. And why?

Interviewee - Well, the first one that I published when I arrived at Almedina and which I saw worked very well was about a specific bookstore, which is the Rato location, one of the most beautiful bookstores we have, and, therefore, clearly, videos about the bookstores work out very well. Videos about the Book Fair, specifically in Lisbon, have a very positive impact. Last year I published before, during, and after in any of them, it had a good reach.

Interviewer - I also saw that there are many who have more likes and then there are some who have little. I think it also comes from the authors themselves and when it is a better-known author, people like more.

Interviewee - Yes, they recognize it more easily. It's true, it fluctuates a bit, but either way, I think we should continue to do it. I know that people like to see and comment. I also think that it depends a lot on the bookseller because there are booksellers that people already know in Almedina and who already come because they recognize that person and are more easily identified.

Interviewer - Online trends are changing more and more rapidly and so is the way in which we keep up to date and search. I wanted to know how you adapt to these new circumstances. Have you adapted already or are planning to adapt?

Interviewee - I think that more and more people consume things in a faster way, they want everything sooner, and they want more and more things. So, I think that in a way, we've already adapted. We have published some formats that we didn't publish in the past, less than two years ago we didn't publish reels. I think we've come a long way; we've been able to create more up-

to-date content in bookstores every time and a little bit of what the competition also does. And, I make that effort, that is, to make content shorter and more frequent. I always publish one reel, at least a week, and I have now tried to publish more because I know that it is a trend and I know that there is clearly this need for people to see more things. Facebook is already a very different platform, a little more obsolete, so to speak, and that's it, it has another type of audience. I also measure Instagram more than Facebook because we also have few interactions and little feedback there.

Interviewer - Because you spoke on Facebook, have you by any chance thought of ideas or ways to revitalize the platform? Considering that it catches another audience, one that is probably not focused on commenting on social networks about books.

Interviewee - Reviving, no, but it would perhaps be an interesting job to do, because I think that we currently see Facebook and Instagram in the same way, and it can't be thought like that. The only difference between what we planned for Facebook and for Insta is that reels and most stories go to Instagram and not Facebook. But otherwise, in terms of posting, we're doing the same thing. I would say that this should be reviewed and that we could communicate differently. I think that we're spending a little bit of effort here with certain types of posts on Facebook that aren't worth it. Maybe, for example, bookstore's Facebook should be more focused on events and other types of actions than the books themselves.

Interviewer - How customer feedback influences marketing strategies. And if there are any steps taken to increasingly try to incorporate this consumer feedback.

Interviewee - Well, I don't exactly have direct feedback from the consumer, what we do have is, I can understand the interactions, and from then on, I understand a little bit what works the most and what people like to see the most. Because we can't count, for example, in a story we can't count the views properly, but the interactions demonstrate something. As with publications, comments mean something, and people, in a certain way, review themselves in something to the point of commenting, I think there must be a great deal of involvement. So that's what I'm most attentive to.

Interviewer - Perhaps you have also tried or have seen the posts that engage with consumers. I don't know if you have tried to make some of these types of post or even stories to try to get users to interact with you.

Interviewee - Yes, sometimes I publish them, I try not to fall too far into it because I think it's something we've done many times. For example, a while ago I made the first one, which was when we wanted to know what our readers were reading, and I was overwhelmed with a lot of feedback. I was amazed, then after a few months, I thought to myself, that it went so well, I'm going to do it again and it was a complete flop, no one answered me. I think the difficulty with this type of interaction is that you have to always invent the wheel, otherwise, people think very repetitively, so you're asking me the same thing you asked me three months ago, there's no fun.

Interviewer - **It could also help other seals, like Minotauro to understand perhaps what readers are reading and try to bring more of this type of content and authors to the seal.**

Interviewee - I think so. I do this at the bookstores page, and I think it fits perfectly. But maybe Minotauro, for example on Instagram, should really explore that because that's where the Minotaur's target audience is, it's clearly an Instagram audience, and I think there's room for maneuvering there.

Interviewer - **Now it's about the future. What are the challenges you currently face and whether there are aspects that need improvement quickly.**

Interviewee - So look, in terms of improvement, I'm going to talk about the bookstores' page where it's managed by three people, so to speak. And I think that it should be managed by a single person who controls 100% of the content that goes into the page. Then, in terms of challenges, I think that right now what I feel is a time challenge, because I think that with the number of networks that we have, we should have a full-time person here thinking about the content, writing the copy, going to the bookstores, taking photographs, making videos, we had work here for one person. It's not so much keeping track of what you do, because I follow up, it's more about having time to do things, which is often what I lack, is having time dedicated to social networks, because inevitably, when we have things that are very urgent, social networks end up falling a little behind and it shouldn't be like that.

Interviewer – **The last question is if there are any strategic changes planned for marketing in the future and what are the long-term goals.**

Interviewee - Okay, I think that myself and employee 1, we have now undergone a reengineering, that is, we were evaluated to understand what we should, what we had room to

improve in marketing in a series of processes, it was almost like a 360 analysis in which we analyzed all the processes. And speaking of the issue of social networks, it was noticeable that communication in bookstores, and on the platforms, is not uniform and this means that if you open our Instagram, you will notice that this publication is by person 1, this one is by person 2, in quotes, you will not notice, but it's easy to identify that there are different types of publication and copy and that they are not always aligned. Therefore, we are talking here about strategic change, I believe that at the level of social networks, it is a little in line with this and that we are moving towards being just one person who has the responsibility of managing the social networks of bookstores, in my case.

Interviewer - And about long-term goals?

Interviewee - Goals... I would say we should join TikTok, as we had said before. I think it's really something that we'll have to do during this year, we can't delay it any longer, and a goal would also be to align bookstore communication. That's what we said, it's a little in line with aligning the communication and making that alignment in the short term.

Interviewer - We're done. It was already the last one, thank you.

Interviewee - You're welcome, thank you.

Appendix B – Interview 2 (Translated from Portuguese)

Interviewer - The first question is, what are the main objectives and goals for the social networks of the three seals?

Interviewee - The objectives do not vary much compared to the others, first sales, of course, and then visibility, prestige... but it is, above all, about sales and notoriety, and they have very different specificities. The Edições 70 alone are a very prestigious seal. They are not our original seal, they were purchased at the beginning of this century, so they already had a great deal of support and great prestige in social sciences and humanities. A lot of work has already been developed at this level, they have a very loyal audience and, therefore, are already a well-known brand, especially in the most intellectual, academic environment, whatever you want to call them - Heavy Readers. Minotauro and Actual are taking a different path. They are brands that were created from scratch, and they do not yet have the notoriety and visibility that we would like. We also have to work hard in this regard. The other is to win sales, we are a private company, we live on this, and the main objective is always to sell.

Interviewer - Now the second question is whether you could guide me through the process of planning a social media post.

Interviewee - Okay, once again, things vary a bit. It must be understood here that the public of the seals is very different from each other, so the type of communication is also different, the positioning is different, and even the social networks where they are operating now are different. For example, Actual currently only has LinkedIn, even though I also share a lot of content and news in bookstores, because in the end, the bookstores end up accumulating all the seals, including external ones. Therefore, I also use this communication vehicle a lot for Actual, but with the Actual brand itself, there is only one social network, which is LinkedIn, which is more professional and more aimed at the economy, management, marketing, and personal development. The Edições 70 currently have Facebook and Instagram, and the visibility and notoriety of the brand are still more or less balanced in these two steps. Minotauro also has these two vehicles, but clearly, it's much more Instagram, with little or nothing affecting Facebook. Therefore, planning is carried out mainly on a fundamental axis, which is the news. So, the planning is done, I talk to the publishers and the editorial director, we realized what are books that will come out the following month and I start planning accordingly. Therefore, there is a lot of focus on presenting the news. Then the Edições 70, as they have a very extensive and

very good catalog, I will also always search for the most relevant authors in the philosophy or history catalog fund. Normally it's a post a day, a catalog day and then, in the Edições 70, I also do a lot of thematic things. I don't know if you had the opportunity to see our page. Yesterday's post, for example, is a post that we call thematic and has to do with the Russian Revolution because it was 100 years since Lenin died a very few days ago, and therefore, there was a day when I highlighted his biography that we have, and after a few days, I highlighted a group of titles related to the topic. Therefore, we also plan a lot based on dates and this grouping of titles. Imagine, a biography of Salazar came out, I would make a gallery with books about the Estado Novo, in this case, it's not even an anniversary, but since a biography of Salazar had come out, it's a way of reminding readers, to look at this, but in the meantime, you can deepen your knowledge of the topic and here are seven or eight more titles of this kind. Minotauro lives much more of the today, and we place a much stronger commitment to those authors who are the bestselling authors and who we know are active on social networks. If you go to see I posts about V. E. Schwab, almost every month, I talk a little bit about her because Minotauro is a publisher that still doesn't have much attraction. It must gain visibility and, obviously, we will always look for the most important hooks.

Interviewer - Yes, you also have Madeleine Miller.

Interviewee - Yes and Jennifer Saint, are our three great authors. Then in Portuguese literature, Maria Judite de Carvalho is also a strong name for a slightly different audience. Now I feel that Minotauro often suffers a bit of an identity crisis because it also has children and sometimes it's a bit strange to mix more serious books with children's books. We don't have a seal inside the seal, there's no Minotauro Junior, there could be, but there's no strategy, it's not out there. I try to make this distinction many times in the copy of the text itself, I write Minotauro Junior or Minotauro children's literature, to create some distance, but it doesn't really exist in terms of branding. And I think that's it, Minotauro and Actual live much of the today. In Edições 70, a lot of work is done on the catalog fund. It's not that we don't do it in the other seals, but we do it with less intensity. It's very easy for me to make a gallery of Edições 70 because I basically have books about everything. They have existed since 1970, and Minotauro, however much I want, will not leave the genre galleries for young adults or police officers, but there is not much to do for themes, because we don't have many titles.

Interviewer - It even limits creativity a bit to make different types of posts, as is the case in Editions 70.

Interviewee - Yes, that's right, from a content point of view, it's much easier, it's almost limitless to do in the 70s. But, for example, from a creative, pure and hard point of view, making animations and that, Minotauro lends itself to much more original content, more irreverent things than the 70s, because the audience of the 70s is not what they want, we are talking about people with deep-rooted reading myths, people who read a lot, people who know and who think they know a lot. These are two different things, they don't accept lessons from anyone, I must tell you that the posts with the least traction gain from the 70's and I'm only talking in terms of likes, because I don't evaluate analytics, I've never been trained in that regard. But I see the interaction that people have, the likes, the posts that interest them the least are those posts that work well in most of the seals, the recommendations from authors. The 70's have a different audience and the interaction at that level is quite different. But I could do the creative process, if I had the tools and the skills, I could do more cool things, because video works much better, the animations, for more original, more irreverent content.

Interviewer - **We have already spoken a little bit here, which social networks do the seals participate in?**

Interviewee - I can make a summary. Minotauro currently has Facebook and Instagram and has much more traction on Instagram. The Edições 70 also have Facebook and Instagram, but then it's more distributed, there's a lot of reaction, a lot of likes on Facebook. Unlike Minotauro, Edições 70 still have comments and people who contact us via messenger, this is also a form of communication. We have much more in Edições 70 than we have in Minotauro, but they are different things, in Minotauro people stick hearts if the cover is cute. In Edições 70 they have serious conversations and they come to discuss philosophy and they come to tell us why there is no author X, whom I've never heard off. Actual, as I told you, currently only has LinkedIn, and then, at the Almedina bookstores, we put on the most important releases.

Interviewer - **And do you think that the platforms mentioned are sufficient?**

Interviewee - No, I don't think so. For example, I think that Actual must emancipate itself, not only to work better on LinkedIn, but to have, for example, an Instagram. Economists, managers, personal development, we have a lot of books in this area, and it works very well on Instagram. I think Minotauro should have a TikTok by now. And I think that the Edições 70 should have a Twitter. For example, Minotauro should stop having Facebook and become TikTok and Edições 70 should have Twitter, now it's called X, because it's clearly their face, very thoughtful people,

people who like a heated debate of ideas. And I know, because I have Twitter, and sometimes I search for Edições 70 just out of curiosity and people, even though we don't have a profile, mention the books and make the hashtags and we appear there many times. To answer your question, yes, I think there should be adjustments made.

Interviewer - How do you maintain the consistency of the overall Almedina brand on the various digital platforms or if you prefer that each one has its own distinct profile.

Interviewee - I am of the opinion, although there must be consistency, I believe on social networks, our seals, because they work for very different audiences, must have a unique identity. That and I say a little bit from experience, I don't think people want to know which group the seals belong to, they give more importance to the seal than to the group itself. Many people don't know that the Edições 70 are ours and we are talking about people who have always bought the books and who still don't know that they belong to the Almedina Group today. Therefore, I think that there should be a job, obviously, for people to realize that the Edições 70 belong to the group, because it brings prestige to the Almedina brand. But even so, I think that on social networks, and this was a job that was already done with me, I think there must be autonomy, for example, we didn't have Minotauro or Edições 70 when I joined. When I entered there were only Almedina Bookstores and Edições Almedina. I said maybe it's time to become autonomous and people know the brand, they know the logo, we'll create a profile just for them here. And since the Minotauro was the same thing and it was only later that this journey was made for the Actual one. But I think it's important to differentiate, even if we try to maintain harmony and always make the public understand that everything is under the same editorial group, because that brings us prestige. I think we should automate the seals a little bit and communicate them to different audiences, but there is one thing that is common to all of them, which is the quality of the books.

Interviewer - From an editorial point of view, there is visible caution in selecting books.

Interviewee - Yes, there are books that we already knew could give excellent sales, but that do not identify with our brands and that are rejected, even though we know that they would probably bring us beautiful sales, but it is also a matter of identity.

Interviewer – What are the main tools you use to manage digital marketing and your opinion about it?

Interviewee - We Swonkie. It's a functional thing that has never posed major problems for us. It works more or less well and then I had a calendar that will now become common, basically for personal management to know exactly the number of posts I had already made about a particular book or thing. Although planning social networks is not very easy to do, especially in the 70's because there is always a post about something. Like those unforeseen events that arise, and imagine the most fatal cases, where the author dies and it is necessary to highlight him immensely. As a rule, I don't like to make more than one communication a day, at Edições 70 it's one a day and sometimes at Minotauro even once every two days, I don't overwhelm people with information. It was a decision made by us and by the publishers. But it's basically Swonkie and a calendar, they're the tools that I use.

Interviewer - Talking more about the creation and design of posts, what are the procedures you carry out since collaborating with other departments at a creative level, design, copywriting...

Interviewee - It always begins with an articulation with the publisher and with the production, they are the ones who define the books that are going to be published, and then, when the books come out. I also make the business sheets, when the book is presented to our booksellers, so I already know the books very well. Whenever I have any questions, I talk to the publishers, they are always available to give me their opinion, or to highlight important quotes from the book, because this is something that, as we know, works well. Most of the time I do it myself, but if it's a book I'm not at all comfortable with, ask the publishers for help. I do that articulation a lot with them. And it is mainly with them that I consult to understand exactly the type of book we have, the audience it is aimed at, the type of communication we can make. Research is always done when the works are international to understand what has already been done, both in other countries with other endorsement, whether videos, animations, type of communication, I always do this survey and after deciding which books will be published and when we are going to promote them, I give a briefing to the designer. We use a tool that is Trello, and we already have some templates for this type of communication. Depending on the books, we have three categories triple A, double A, and A. Triple A are the most important, because depending on this categorization I ask for the materials from the designer. If they are a triple A, I already know that there will be a banner, I must order for the homepage right away, I already know that it will be highlighted in the newsletter. Now, we adapt the materials we need according to the categorization of the book. For Portuguese authors, we take care to validate the communication pieces with them.

Interviewer - And linking the question to the different types of posts and to the different specificities of each social network. Are there some steps that are different?

Interviewee - Regarding the procedure, no. The only thing that changes is the language and the type of materials that are requested. For Minotauro we do many more animations than we do for 70's, because the public doesn't want to, whether it's text, they're annoying people. Not Minotauro, unfortunately our designer doesn't have as much time as we would like, and we don't have as many resources as that. But at Minotauro we sometimes make animations, or we now have something that is audiopses, which are basically synopses, but with audio. They are small animations, in which I do the voiceover, write the text and then record the audio and send it to the designer and he makes an animation based on that text. We only have two or three, and now he's working on another one. As it was something that started relatively recently, but that's it, this type of content is more for Minotauro.

Interviewer – Is there some kind of regular monitoring of the engagement of each post.

Interviewee - I know that there is a possibility, I do something very intuitive, which is I see the comments and I see the likes. It's the most intuitive thing you can do, I don't have deep knowledge of analytics to understand exactly the real results.

Interviewer - Is there a post that has been particularly successful and why?

Interviewee - It has a lot to do with it, for example Edições 70, in general terms, galleries work better, that is, not talking about a specific title, but talking about several titles covering a topic works best. In Minotauro there is clearly a segmentation by authors. There are authors that I know work well, although even though I post posts every day, I know that I'm going to have a lot of reactions. Thus, in Minotauro it is much more by authors, in Edições 70 it is much more by themes/galleries. Minotauro's most popular posts are certainly one's about V. E. Schwab or about "The Song of Achilles" by Madeline Miller, because they are our best-selling books. In the Edições 70, I particularly remember one that was Beckett's complete theater, because it was a very relevant work and Beckett is well known. This may have been the post with the most likes, it had 700 or so likes on Facebook, but on average the galleries work better than the post promoting just one book.

Interviewer - Online trends change rapidly, how do you keep up to date or adapt?

Interviewee - This is a bit of a reaction, I am paying attention to what we are seeing, what we are reading and reading a lot. We share a lot of information among the team, including with the editorial team, because they know better than us what is being sold abroad. We are a little bit intuitively aware, so we detect some trends from an editorial point of view. We were among the first to detect the issue of TikTok, we were the first to realize that there were actually kids making videos on TikTok and that this was boosting sales, since it was only a year later that even the press looked into it. We had already tried this trend, we had already done some TikTok campaigns with one or two influencers, yet I was not authorized to open the account and we still have no TikTok account. But it is very in-depth, depending on the work that we are doing and what we are going to read, whether in the press or in communities, such as Goodreads, where I go weekly, I will see the books that are being read, books that are being talked about the most. I always do this work and from an editorial point of view they do it too and many of the times we are the ones who also launched the trend, the same thing has already happened with Minotauro, it is still considered a small seal, but it has already launched some trends. For example, those books by Madeleine Miller and Jenifer Saint, which are re-creations of famous myths, we were the ones who started with that and continued to feed that vein. We detected the trends cautiously, because obviously, a trend that is strong abroad will not always work here. So, it's up to us to do a test, we released a book, we realized if it worked and if it works, we're looking for more. It's a lot of research from us and a lot of feedback from readers, because we received a lot.

Interviewer - Regarding partnerships, do you do them with the book influencers?

Interviewee - Here we have some prudence, and we always analyze requests on a case-by-case basis. We see people who are really interested in the book, and we always try to collaborate only with pages dedicated exclusively to books. In other words, we are not interested in a popular page where books are the subject from time to time. We are interested in pages that are actually about books and for readers, and then we have a criteria, no accounts with less than 1000/2000 followers, we can hardly do it because we have a limited number of offers, and we always try to filter a little bit depending on the number of followers, because that's the only way we can achieve greater projection, greater visibility for our partnerships. But this is not closed, I already gave books to someone who had 600 followers, it was very little, but yet every post

published had a lot of comments, a lot of likes and you could tell that that person knew a lot about books. So that's the kind of person that interests me.

Interviewer - Speaking from experience, the number of followers sometimes doesn't match the number of likes.

Interviewee - It doesn't mean anything. But we do this job of contacting bookstagramers and Booktokers. I have to adapt to these new concepts and terminology. But yes, we are attentive to them, we were the first to do things with them, we should have done more but that no longer depends on me and on financial availability, because we know that this is starting to grow, and the values are also increasing and even then, it wasn't cheap.

Interviewer - How does customer feedback influence marketing strategies and whether there are any steps to incorporate customer feedback.

Interviewee - This always exists, because it allows us to define what the most relevant authors are, the type of books that people are looking for the most. Therefore, this always has a very big impact on what our communication is. The type of language too, and it is obvious that we are always very attentive to this feedback, we are always careful to respond to everyone and no one is left unanswered on our social networks. Therefore, great care is always taken to adapt communication to the type of clients we have. I do the Book Fair and a lot of people come to me and talk to me a lot, I spend hours talking to people and I am careful to listen to them and to understand the type of books that are missing, here more in the Edições 70, more technical things because they are people who know a lot. I try to collect all the suggestions they give me, and I'll move it on to our publisher. Not always, but it's already happened, we had 1 book that I remember was published at the suggestion of a reader who came to visit us at the Book Fair. The marketing itself, we have already identified the profiles of the various seals. At first, I didn't use emojis and now in Minotauro, I use it a lot because I realized that we had little hearts and emojis that I had no idea what that meant. I had to adapt because these people like this, and from then on, our communication became much more focused on emojis. It significantly decreases the communication size of the text and is basically the basis for more flexible sentences.

Interviewer - Speaking of experience, because the segment of books that I like are the same as Minotauro's. The feedback also influences the choice of some books for Minotauro?

Interviewee - It is a market that is much more explored. There are many, many more publishers making these types of books. So, it's likely that they'll recommend a book to us, and we'll say look that's publisher x or y. But we still receive very practical examples.

Interviewer - Often there are books that have several covers, one in the United Kingdom, one in America, does it also influence the choice here?

Interviewee - We have people say please, use the American one, please use the English one. I'm going to use that same feedback, even if it may seem like a small thing. I go to the publisher and say look, there are more people asking for the American cover, can we guarantee that's the one we have.

Interviewer - Covers are a big part for Minotauro.

Interviewee - For example, in Edições 70 it's something that I've never received an email in my life saying use this cover instead of that one. In Minotauro is all about the cover. This is one of the most recurring issues in understanding the type of differentiated audiences that we have.

Interviewer - Are there aspects at the level of social networks that you think need improvement?

Interviewee - Yes, Actual needs to be rethought from top to bottom, because it's only on LinkedIn. We have very little performance and to top it off the current profile was left with a group of followers that already existed off something that we had. The only thing we changed was the logo, the description, and that suddenly became the current profile. I don't know if it was the right strategy, at the time it seemed good, but the truth is that from the point of view of traction it is practically zero and, therefore, it is necessary to rethink the current strategy so that it begins to have more notoriety within the universe of economic sciences, which is where the current one moves preferentially. Then, yes, we need to do something thoroughly, well in relation to other seals and investments as well. There's a general marketing budget and sometimes I ask that out of charity for me, come on, make a paid post from this book. The entire budget is focused on bookstores, even if, imagine, that I have a book from Minotauro to

promote, and suddenly, this book is capable of being a big thing, I say Let's put money into this. Even if they tell me yes, the post is always made from the Livrarias Almedina. In other words, Minotauro seal will never receive visibility, no more likes or followers at the expense of this sponsored post, because the sponsored post is always done based on the bookstores profile. There has never been a paid campaign, not 5€, not 10€ to increase the number of followers of any of the seals I work with.

Interviewer - Are there any strategic changes planned for the future. And what are the long-term goals for the seals also on social networks.

Interviewee - Above all, visibility. It is very important that our brands have visibility, especially Minotauro, which competes in an extraordinarily competitive market. Brand visibility is the major challenge. Obviously, we have a network of bookstores that helps with our books. The current books from Minotauro and the 70's are very well highlighted, because it suits us. But it is also important that they were in the other bookstore chains and this, unfortunately, is not always reciprocal. Visibility is the great challenge and notoriety, because we believe a lot in the books we are about to release, and I'm not a fan of economics and finance, but I go on Goodreads and I read various opinions and I see the type of criticism that is made to our books. Therefore, I am absolutely certain that they are excellent books and that they would have a much wider market if they had more visibility in bookstores and, obviously, not of our network, but Fnac, Wook and their social networks. It is also important for us to increase our presence, our visibility, our investment. I think another great challenge is the changes we're doing, this is new. We were much more segmented and now we're trying to work in a more articulated way, thinking in a much more integrated way and this seems to me to be a very positive change. Let's see the results later, but that is the main change for 2024, we'll all be working for a whole, instead of each one dealing with their own little chapel and as it was more common until now.

Interviewer - Thank you for your time.

Interviewee - Thank you.

Appendix C – Interview 3 (Translated from Portuguese)

Interviewer - The first question is, currently, what are your main objectives and goals for social networks?

Interviewee - The main purpose is exposure and sale, isn't it? What we aim for in addition to publicizing our books, content, and therefore what our books represent, we also want people to be redirected to our bookstores. At least me, the way in which I make the posts, I always try to have a link that redirects to the Almedina bookstores for cross-promotion, where the book can be purchased, without ever saying buy it here. Now the objective ends up being crossed, on the one hand, I promote the books, I want to promote the books, make them known to the public, and, on the other hand, it is a sale because I am forwarding them to the bookstores.

Interviewer - Yes, it's even logical because being part of the group it doesn't make sense not to promote bookstores.

Interviewee - Exactly! And since you are making a post and it is even visible and we have some legal books that attract a lot of people, it makes sense at the same time that you have this link to the bookstores, the online bookstore that is.

Interviewer - The second question is whether you can guide me through the steps, the processing of planning a post, for both LinkedIn and Facebook.

Interviewee - We had our new presentation meeting, that is, when the legal book publishers present to the commercial department and other people for whom the company is relevant the books that will be published next month, in other words, today they presented us with the books that will be published in February. I watch the presentation and from then on, what do I do? I have a calendar for next month, which in this case is February, where I look, and look at this book, it comes out on February 1st, which is a Thursday, and it's a really important book, and I even have a vacancy here on Thursday morning to say that this book came out, that's it, I'll put it on that calendar. This other book, imagine, comes out on February 1st too, because our releases are only on Thursday, it also comes out on February 1st, so it's not so relevant anymore, but look, I have a vacancy to announce it on February 5th, I'm going to put it there on February 5th, and then I have another one coming out on the 1st, but I don't have a vacancy this week I'm going to move it forward, and that's it. I also have congresses, workshops, and training sessions

to think about as well. Sometimes I must have three or four posts a day, which is an exaggeration and I know that. There are times like this when things were relaxed and I only post once a day. And now things are going to start to accelerate, I already have a conference that will take place in April, and another one that will take place in May and I will have to start publicizing them, and embedding communication about them, because I have to sell them and then I will have to also include the training courses that the group also sells, which are online and are specialized for jurists, so I also have to fit this into the middle of the book posts and manage matters. I often try to make a division, which is, when it's a day when I must talk about a book and a workshop and a conference, imagine, I usually put the book early in the morning, the Congress at lunchtime or right after lunch when the lawyers come to eat, and then in the middle of the afternoon, at the end of the afternoon, the workshops. To put it, we work with a platform that is Swonkie. Before, we worked directly on meta, but we started to have Swonkie, and it makes it easy for me because I immediately post both posts at the same time, the Facebook one from Edições Almedina and the Group LinkedIn. I always add an image, the banners are developed, that's where it is, I have to order the banners, I have to check that everything is fine, etc.

Interviewer - What social networks you work with?

Interviewee – Facebook and LinkedIn. Sometimes I post on bookstores on Facebook and bookstores on Instagram and when I put it on Instagram, it's never a story. Especially because they are legal books and it doesn't make any sense to be in stories, it's not worth it. It's very rare for me to post a legal post on the bookstore's Instagram, and I'm going to do it less and less, let person 1 get out of her way, let her start to see what she wants to put in, and I'll give her the content.

Interviewer - Then, linked to the social networks in which you participate, do you think they are sufficient?

Interviewee - I even think we have more than needed, before we hadn't divided the Edições 70, Actual and Minotauro, everything was on bookstores Facebook and Instagram and I don't know to what extent it didn't work better, but then these are my points of view.

Interviewer - How do you maintain brand consistency across platforms?

Interviewee - In the case of the legal one, it's relatively easy. It's a more serious language, a more adult language. We have a graphic identity for legal books, already very elaborate and fixed. For the posts themselves, we only have two or three models, either it's the cover and the same colors repeated on the back or it's the cover with that boring Almedina gray background that I only use from time to time because I think it's a huge drought. But I think that thanks to the graphic image, the group's image is easily identified. The language because it is the Almedina language and because I try to always use the same hashtags. I always use Almedina Direito, I don't know if it's the best option, but we've been using Almedina Direito for two or three years. And then, the area of Book, if it's Civil Law, I always use the hashtag Civil Law, if Criminal Law, the hashtag Criminal Law, and so on. I also add the collection when it is a topic that is on the table, artificial intelligence, and others, for example, imagine it's a book about cryptocurrencies I put it, #criptomoedas, #criptoativos, #blockchain. I try to look for those that make the most sense in that area.

Interviewer - **We have already mentioned here what are the main tools used to manage marketing, which is Swonkie. I wanted to know your opinion if you like the platform, or if you think that something can be modified.**

Interviewee - I honestly have no complaints. I think it's relatively easy to use and fast, there was a time when it was always going wrong, and I was constantly irritated because it failed a lot, but that's when we implemented that a year and a half or two ago. Now, lately, there haven't been any problems.

Interviewer - **At the conception level of the creative part of creating the post. We've already said a bit, but there are some procedures that you always do or steps, from collaboration with other departments to copywriting...**

Interviewee - No. In the case of legal, it's just me alone, there's no copywriting with others. I tend to base myself on the book's commercial form, most of them are written by the authors themselves, because they are better than anyone else, and I'm not from the area of Law. I'm from Communication Sciences, so I have nothing to do with Law and I don't even know what I'm talking about, so I can't invent much. What is written in the synopsis that the author provided us, I adapt to make it a little lighter or a little more interesting. When it's a code and when there have been updates to various laws or decree-laws, I list what updates were made to those decrees. Now there's no possibility of being extremely creative in legal posts unless we made

fewer books and fewer posts, and we focused on a topic, for example, we're launching this book on artificial intelligence, so we're going to be here talking about artificial intelligence. But then, to what extent can we connect this conversation to the book we want to promote? There's not a lot of creativity. But I'll also tell you that I don't think the lawyers who read our posts complain about this, because sometimes, I don't say the Facebook of Edições, because is also dead, but sometimes I look at LinkedIn and see the dynamics and the people who are commenting on our posts and likes. And some of the books have, organically, a hundred and I don't know how many likes, 40 comments, I don't know how many shares. So, it's not that bad.

Interviewer - Yes, because it has a specific niche.

Interviewee - It's a very specific thing, exactly! And I even say that horses that win don't move. I'm a little worried about that part because they want to change that, and I don't know how it's going to go, but that's fine, we need to change, we've changed before.

Interviewer - Because you also work with books made for university students, do you think and account should be made just for them?

Interviewee - But an account linked to university students, do you think they'll go to LinkedIn or Instagram?

Interviewer - Instagram it had to be on Instagram.

Interviewee - And on Instagram for them, Almedina isn't books but bookstores. In other words, either you start to post more Instagram posts about bookstores, and then I think that those who are managing the bookstores Instagram should pick up and say look at this book, it might even make sense because it's the one we usually sell in the bookstores. I'm going to see how it's written; it makes sense, it doesn't make sense and I put it there and adapt it as an image of bookstores, imagine. Or I don't know because if I'm going to post exactly how he is on the Facebook of Edições and on the Group's LinkedIn it will stand out from the rest of what's on the bookstores' Instagram. I think the problem is that bookstores need to create an image. It's creating an image for bookstores because, for example, an image of law books, is created. Now on the bookstores' Instagram, that's a mess of all sizes, because I have a law book that I think can go to the bookstores' Instagram, pick up my post, and put it there with that usual image that I usually make. And person 2, who is my colleague who works on general books, thinks he has

a book from the 70s that would even be fine, which has nothing to do with the image, nor the content of the law books, and then he posts one of his books from the 70s on the Instagram of the bookstores. And you realize that that doesn't have the image of bookstores. What's missing there is instead of the post being placed there with an image like I put on LinkedIn, there should be an image of the bookstores. And let it be the image of Livrarias Almedina, for example, Livrarias Almedina recommends this book. It's not me, with Edições Almedina or Grupo Almedina.

Interviewer - That breaks the image people are used to seeing, arriving at a different image, and breaking the theme a bit.

Interviewee - Exactly, and also because the campaigns themselves are all very different and one has an image of this, and one has an image of that, you don't easily identify what Livrarias Almedina is. And I think that in the case of bookstores that's what's missing, it's an image of the Almedina Bookstores. You can do whatever you want. You may have the goal of Almedina to become the largest publisher of books in Social Sciences, and it is well known because of the 70 Editions, but you say Almedina, and everyone only knows it by the Law.

Interviewer - Right.

Interviewee - And most of our clients who go to bookstores, or have studied law or practice law, or are married to someone in the law, you know... I'm a Communication Sciences student and I also finished my degree 30 years ago, but what makes sense to me when I'm interested in buying a book is going to Fnac. For my part, if I didn't work at Almedina, I would think that I should never go inside an Almedina bookstore because for me it is a very institutional thing. The image of Almedina is very linked to the law. I even believe that there is interest on the part of the administration in changing that image. But it is something that will be very difficult, that will last a long time and that may have a reverse side of the coin and that is the target that identifies with Almedina no longer want to identify with Almedina, and then we have a problem.

Interviewer - Regarding the steps for posting, are they different for each type and for each network?

Interviewee - I always have the same posts. I used to do it differently as I told you, but it didn't change much in terms of copy, it changed in terms of image, but not now.

Interviewer - There is regular monitoring of the engagement of each published post, even if it's on your part?

Interviewee - No, I'm not going to lie to you. I sometimes look at the LinkedIn results, because I get those things from the shares that people commented on, and sometimes I even think to myself, hey damn it even goes well. Hey, another 300 new followers this week, 1800 mentioned Almedina, these are numbers that I am aware are good numbers. But I don't do it regularly, I don't do it to do analysis, nothing like that. It's more of a look at how cute!

Interviewer - Are there any posts that were particularly successful and why?

Interviewee - There is one that we did in the summer, I'll explain it to you. We were contacted by the Government's Equality Commission, which was going to launch a new campaign against domestic violence and violence against women. They were going to start the new campaign and asked if we could help in any way. It's a topic that's obviously important and I said right away that I'd find a way to help them. So, what did I do? I mentioned that their campaign and I the books we had in the area about domestic violence. I think I also used some of the images, so besides using the covers of those books. I think this post had many, many likes and there must have been others, probably from renowned university professors, when they release a new book it also usually works very well. But I remember this one about domestic violence, which I think was one of those that we had the most likes organically. Everything is always organic on LinkedIn, we don't invest.

Interviewer - The next question, is not very suitable for the legal side, but I wanted to know your opinion. Online trends are always changing and there is some way to keep up to date and maybe adapt in the future.

Interviewee - Look, I think, for now, we've talked to each other there was a time when we started using italics and bolds, because that's what was giving, another time, and this happened a lot in the bookstores page when emojis started to be used a lot. I couldn't do that in law they were going to say that I had gone crazy. But I have to say that on a personal level, I don't use social networks, on a professional level, I must be attentive. So, I also see what kind of publication others do, I have worked in several places, some of them very related to culture and art. Therefore, there are some people that I follow, who are my friends, who are very much on the crest of the wave, and I am also seeing what they are doing. Now that's it, I see a little bit

of what they do. If he did that, maybe I can also say that and do this. Now, we don't have a course, I end up being self-taught, I also have two children and they also tell me about these things.

Interviewer - By chance I don't think there's YouTube for any of the publishers, so far no one has mentioned it.

Interviewee - We have YouTube and we don't use it. There is an Almedina YouTube, it must have 2 followers.

Interviewer - Do you think it should be better used, in terms of content?

Interviewee - I think so. We could reuse content from Instagram , we don't have to create new content and maybe you'll tell me that it's already on Instagram, but not everyone goes to Instagram.

Interviewer - Even at the level of legal content, conversations, for example, or sessions with the authors...

Interviewee - Yes, it could be on YouTube. Although notice, this is already more complicated in two ways, one of them is content that we have with lawyers, specialists, for the most part, we try to sell it. Then there's the GDPR, for example, I was thinking about the part where you're going to have a book presentation and even do a live on YouTube. So, what about the people who are there? Do they have to be on their backs? First, they have to authorize to appear or never show up because otherwise you have to collect signatures and approvals from everyone. It may be more complicated. I think those videos that we make, there are some videos that we're doing now for the general ones on Instagram, they're just images, they're mostly illustrations and comments telling the story of that book. That's something that I think fits perfectly on YouTube.

Interviewer - There's feedback from the customer?

Interviewee - I don't know how to answer you. It is possible that are lawyers who comes to the store and say something. It's possible, but no one ever told me.

Interviewer - What are the challenges you currently face and aspects that need improvement in general in social networks?

Interviewee - Now, I'm going to talk about myself. If I spoke in general, I would tell you I think we have too many networks. In the case of the legal profession, it is a struggle to keep Facebook of the *Edições* alive and many people consider it an inglorious struggle that they don't understand why I continue to publish on Facebook I explain that if a lawyer has a social network, taking into account his age, it will probably be a Facebook, in addition to LinkedIn. In other words, people over 40 have Facebook and most lawyers have Facebook, and those who follow the *Edições* Facebook will certainly be lawyers. Despite being an inglorious job, because there are no new subscribers and because there are fewer and fewer interactions, it's something that I don't think I should let die. Now the other challenge that I have, and which is extremely difficult, but which I am working to solve, and which does not directly have to do with the management of social networks, is that we have so far worked on part with the congresses, and workshops, that we end up having too many posts about them, and that to me, is the stupidest thing we're doing. But since there are many workshops, they all take place almost at the same time and all need publicity, it turns out to be boring almost every day to have one or more posts. I've been trying to alert management people to this, and they've finally started giving me a little bit of attention, they haven't put it down on paper yet, but orally they already told me that they agreed with me and then it's possible that we'll do it differently. In terms of posts, I'm going to impose myself and say that I don't do more than two a week depending on what I think needs more push. If it doesn't need a pull, I'm not even going to talk about it on LinkedIn because I'm not going to kill LinkedIn with this. People want to know about books, and they may even be interested in a workshop from time to time, but not being impacted every day with a different workshop they fully realize that it is not selling. Now another post that we do regularly is from BDJUR. I'll explain to you, BDJUR is another of Almedina's services, it's a legal database that is sold, and people pay an annual fee to be able to access the publication by the legislator to all the laws that come out and they don't need to buy the book, because they have the access there, it's more expensive, obviously, but they have it for all areas. Every Friday, between nine o'clock, we make a post on LinkedIn in which we have highlights from BDJUR and the objective, obviously, is to try to attract more clients as well. That same post, every week turns out to be repetitive, is boring, every Friday at that time we already know that we are going to post this, I understand that it is a way of publicizing the database, but from a general point of view, I don't know what the benefit versus harm is of having this published every Friday. We also disclose it in the legal newsletter that it is sent only to lawyers who have requested to receive it. Okay, I think it makes perfect sense for us to continue with this disclosure. In the case of social

networks, I think it's already raining in the wet, but maybe once a month makes sense, something more sporadic that's not recurring, because it doesn't work.

Interviewer - Connected to the last question, which is whether there are any strategic changes planned for the future. What will be the long-term goals?

Interviewee - I don't know. I believe they want to implement changes I just don't know what they are.

Appendix D – Excel with data gathered from Almedina’s social media (Portuguese)

Livrarias Almedina

INSTAGRAM														
Media	Post (Tipologia)	Média (Tipologia)	Data	Hora	Nº Likes	Nº comentários	Nº de Respostas	Nº Partilhas	Nº Item Guardado	Alcance	Impressões	Interações	Reproduções	Tempo Médio de Visualização
Imagem - Carrossel	Divulgação de livro - temática (Edições 70)	Dois imagens de duas capas de livros das Edições 70 sobre terremoto de Lisboa. Um de Voltaire- Poemas sobre o Desastre de Lisboa em 1755, com um fundo decor sólido. E o outro de Immanuel Kant - Escritos sobre o Teramoto de Lisboa, com um fundo de uma imagem desenhado terremoto.	01/11/23	10:30	86	1	0	5	10	1617	1912	102		
Imagem	Evento - Cafédos	Imagem de divulgação de evento "Cafédos Diretos", a imagem conta com a descrição do nome do evento, orador e moderador, assim como da data, hora e local.	01/11/23	17:45	21	0	0	0	1	724	788	22		
Imagem	Divulgação de Novo Livro (ACTUAL)	Imagem com a capa do novo livro da coleção Actual, com fundo neutro a combinar com a capa.	02/11/23	11:01	18	0	0	0	1	480	517	19		
Imagem	Divulgação de Novo Livro (Edições 70)	Imagem com a capa do novo livro da coleção Edições 70, com fundo neutro a combinar com a capa.	02/11/23	17:01	37	0	0	2	6	971	1933	45		
Imagem	Divulgação de Livro - (Minotaur)	Imagem com a capa do livro e como o fundo a replicar a capa.	02/11/23	19:00	35	0	0	0	5	1028	1108	40		
Imagem - Carrossel	Divulgação de Livro - temática (Edições 70)	7 imagens, 1 com imagem alusiva à Igreja Católica e a frase "História do Catolicismo" e as restantes 6 imagens conta com a mesma foto de fundo e com a capa de um livro.	03/11/23	11:01	65	0	0	0	13	998	1211	78		
Imagem	Promoção - até 50%	Imagem com duas crianças de pluma e duas árvores de natal por detrás, com as palavras "A Magia das Palavras" e "promoções até 50%". No lado superior direito encontramos a data da promoção 03 nov- 26 dez.	03/11/23	18:00	21	0	0	1	0	794	874	22		
Imagem - Carrossel	Divulgação de Livro - temática	8 imagens, 1 como capa com o texto "Livros para quem quer perceber o mundo à sua volta" com um fundo decor sólido e um desenho de linha branca de um livro aberto. As restantes 5 imagens têm o mesmo fundo neutro, apresentam duas capas de livros e incluem desenhos à linha branca de livros e cartas.	04/11/23	17:00	111	0	0	1	19	2085	2452	131		
Imagem	Promoção - 20%	Imagem de promoção de 20% em todos os livros incluindo novidades e portes grátis durante o dia 7 de nov. O fundo é decor sólido.	06/11/23	18:00	55	0	0	6	2	1466	1550	63		
Imagem	Evento - Conversas Almedina (O futuro da Ciência e da Universidade)	Imagem de divulgação de evento "Conversas Almedina", a imagem conta com a descrição do nome do evento, apresentação, coordenadora e organização, assim como da data, hora e local. No dos cantos está a capa do livro.	07/11/23	12:00	28	1	0	0	0	823	868	24		
Imagem	Promoção - 20%	Imagem de promoção de 20% em todos os livros incluindo novidades e portes grátis durante o dia 7 de nov. O fundo é decor sólido.	07/11/23	13:18	31	0	0	4	1	747	797	36		
Imagem	Divulgação de Novo Livro (ACTUAL)	Imagem com a capa do novo livro da coleção Actual, com fundo a combinar com a capa.	07/11/23	17:01	15	0	0	0	1	631	675	16		
Imagem - Carrossel	Abertura Livraria	3 imagens das novas instalações temporárias do pop-up Livrarias Almedina Porto.	07/11/23	19:00	251	2	0	1	3	87 893	266 051	261		
Imagem	Divulgação de Novo Livro (Edições Almedina)	Imagem com fundo branco e capa do livro.	08/11/23	15:00	17	0	0	1	0	650	693	18		
Imagem - Carrossel	Divulgação de Livro - temática	7 imagens, 1 com imagem de dinheiro e o texto "Corrupção e Poder" e as restantes 6 imagens conta com a mesma foto de fundo e com a capa de um livro.	08/11/23	18:01	34	0	0	0	3	977	1168	37		
Imagem	Promoção - Autor (até 30%)	Imagem de Rodrigo Guedes de Carvalho, com texto alusivo ao seu trabalho e a promoção de até 30%. No canto superior direito temos a data da campanha 6 - 19 de nov.	09/11/23	10:00	19	0	0	1	1	690	748	21		
Imagem	Divulgação de Novo Livro (Edições 70)	Imagem com a capa do livro e como o fundo a replicar a capa.	09/11/23	11:00	41	1	0	0	2	809	858	44		
Imagem - Carrossel	Evento - Sessão de Apresentação	Imagem de divulgação de evento Sessão de Apresentação, a imagem conta com a descrição do nome do evento e organização, assim como da data, hora e local. Num dos cantos está a capa do livro. A segunda imagem mostra a livraria do MAC/CS.	09/11/23	14:30	34	0	0	1	1	736	892	36		
Imagem	Divulgação de Novo Livro (ACTUAL)	Fundo branco com a capa do livro.	09/11/23	16:01	19	0	0	1	0	526	581	20		
Imagem	Divulgação de Novo Livro (Minotaur)	fundo igual à capa do livro e a capa do livro por cima.	09/11/23	17:00	33	0	0	0	0	600	629	33		

INSTAGRAM															
Media	Post (Tipologia)	Media (Tipologia)	Data	Hora	Nº Likes	Nº comentários	Nº de Respostas	Nº Partilhas	Nº em Guardado	Alcance	Impressões	Interações	Reproduções	Tempo Médio de Visualização	
NOVEMBRO	Imagem	Divulgação de Novo Livro (Miniatura)	Fundo igual ao capa do livro e ao capa do livro por cima	10/11/23	1500	32	2	0	0	1	741	799	35		
	Imagem - Carrossel	Divulgação de Livro - Temática (Edição 70)	8 imagens, com a primeira sendo uma pintura de época e o resto "Obras Essenciais - Filosofia e Vida Fácil", as restantes 7 imagens suportam a pintura de fundo com a capa da seguinte de leitura.	10/11/23	1761	34	0	0	0	6	947	1132	40		
	Imagem	Divulgação de Livro - Temática (Edição Almedina)	Fundo de cor sólida com a capa do livro por cima	11/11/23	1500	26	0	0	0	1	809	852	27		
	Imagem - Carrossel	Divulgação de Livro - Temática	6 imagens, fundo de cor sólida, com vários elementos/detalhes a ler, uma das imagens contém o nome do autor "Livros Para os Românticos Incuráveis", o resto tem diversão de livros como sugestões.	11/11/23	1700	58	0	2	3	3	1157	1313	65		
	Imagem	Divulgação de Novo Livro (Miniatura)	Imagem com uma pessoa, retratado o jornal Público, com letras a amarelo grande "assim se faz Portugal" e com os nomes de Luis Costa Gomes, Edgar Homen Figueira, Afonso Cruz e Manuel Monteiro.	12/11/23		21	0	0	0	3	1227	1348	24		
	Imagem	Divulgação de Novo Livro (Edição Almedina)	Foto com o fundo igual ao da capa do livro, em pátio para cima	13/11/23	1400	17	0	0	0	0	508	550	12		
	Imagem	Divulgação de Livro - Temática (Edição 70)	5 imagens, primeira com a obra de Botticelli - O Nascimento de Vénus e as palavras "Obras Essenciais - Renascimento", as outras 4 imagens mostram o quadro por detrás da capa das seguintes de leitura.	15/11/23	1061	48	1	0	0	3	791	973	52		
	Imagem	Divulgação de Novo Livro (Edição Almedina)	Imagem com a capa do livro e o fundo a regular a capa	15/11/23	1200	24	0	0	0	3	661	712	25		
	Imagem	Divulgação de Livro - Temática (ACTUAL)	Imagem de fundo de cor sólida, com a palavra "A ECONOMIA XXI - O Novo Potencial da Mulheres" a grande e nome do autor - Linda Scott e o símbolo feminino a vermelho.	15/11/23	1702	0	0	0	0	0	437	466	0		
	Imagem	Divulgação de Novo Livro (Edição 70)	Imagem com várias pessoas num set de filmagem e o nome do livro em grande destaque central - Os 100 Melhores Planos do Cinema - 100 Atores, 100 Planos. É o nome do coordenador Nelson Araújo no canto superior esquerdo.	16/11/23	1000	10	0	0	0	1	741	786	11		
	Imagem	Divulgação de Livro (Edição Almedina)	Imagem com a capa do livro e o fundo a regular a capa	16/11/23	1500	18	0	0	0	1	597	634	19		
	Imagem	Divulgação de Novo Livro (Edição Almedina)	Imagem com fundo de cor sólida e a capa do livro.	17/11/23	1045	26	1	0	0	2	835	909	29		
	Imagem	Promoção - Black Friday	Imagem de fundo preto com as palavras "Black Friday Almedina" em grande destaque. No canto inferior esquerdo temos "promoção até 50%" e no canto superior direito a data da campanha 17 a 22 de nov.	17/11/23	1058	101	2	1	3	11	2045	2783	117		
	Imagem	Divulgação de Novo Livro (Edição 70)	Imagem com a capa do livro e o fundo a regular a capa	17/11/23	1200	29	0	0	0	3	711	771	32		
	Imagem - Carrossel	Divulgação de Livro - Temática (ACTUAL)	Imagem de fundo de cor sólida, em destaque "6 Boas Prendas Para o Seu Negócio" as seguintes imagens têm o mesmo fundo e depois.	17/11/23		15	0	0	1	1	548	601	17		
	Imagem - Carrossel	Evento - Sessão de Apresentação	Várias imagens das pessoas presentes no evento de apresentação do livro "Elementos da Política Constitucional" de Paulo Rangel.	18/11/23	0843	78	0	0	0	0	1666	2019	78		
	Reel	Promoção - Livraria	Reel com os livros da Livraria Almedina, com as suas sugestões de leitura para o natal.	18/11/23		49	0	0	3	1	26082 (minor partagem)	82703	51	19242	5 seg
	Imagem	Divulgação de Livro (Edição Almedina)	Imagem de fundo de cor sólida, com a palavra "Manual de Filosofia Política" a grande e o nome do autor "Despreocupações" no canto superior esquerdo, o nome do organizador, JB Cardoso Rosas.	18/11/23	1700	27	0	0	0	1	1034	1141	28		
	Imagem - Carrossel	Evento - Sessão de Apresentação	2 imagens, a primeira com o fundo ampliado da foto da capa, com a capa depois em destaque central. A segunda imagem, contém a descrição do nome do evento, apresentadores, assim como a data, hora e local. Num dos cantos está o logo do livro.	20/11/23	1001	51	1	0	1	4	804	969	57		
	Imagem	Divulgação - Almedina e	Imagem de fundo escuro com um microfone no quando inferior esquerdo, e no centro a palavra "Despreocupações" - Focosa e corajosa as sugestões de livros desta semana em Almedina e	20/11/23	1200	17	0	0	0	0	479	530	11		

INSTAGRAM														
Media	Post (Tipologia)	Media (Tipologia)	Data	Hora	Nº Likes	Nº comentários	Nº de Respostas	Nº Partilhas	Nº em Guardado	Alcance	Impressões	Interações	Reproduções	Tempo Médio de Visualização
Imagem	Promoção - Autor (até 50%)	Imagem de V. E. Schwab, com texto alusivo ao seu trabalho e promoção de até 50%. No canto superior direito temos a data da campanha 20 - 3 de dez.	20/11/23	1800	79	0	0	0	1	675	710	80		
Imagem - Carrossel	Divulgação de Livro - Temática (Edição 70)	5 imagens, primeira com foto de A. C. Grainger e as restantes por cima e a capa do livro e o fundo a regular a capa	21/11/23	1000	17	0	0	0	2	599	738	19		
Imagem	Divulgação de Livro - Temática (Edição 70)	Imagem com a capa do livro "Napoleão - Uma vida Política" de Steven Englund, e o fundo a mesma capa ampliado.	22/11/23	1100	37	0	0	1	2	920	960	60		
Imagem - Carrossel	Divulgação de Livro - Temática (ACTUAL)	7 imagens, com a principal com uma lâmpada grande ligada e uma folha branca com o texto por detrás, as palavras "Obras Essenciais - Marketing" encontram-se em plano central, as seguintes fotos contêm com a mesma imagem, mudando a capa dos livros para cada uma das seguintes de leitura.	22/11/23	1600	22	0	0	0	0	478	585	22		
Reel	Promoção - Livraria	Reel com os livros da Livraria Almedina, com as suas sugestões de leitura para o natal.	23/11/23		48	0	0	0	0	1240	1970	88	2412	6 seg
Imagem - Carrossel	Divulgação de Livro - Temática (Edição 70)	7 imagens, a primeira é a capa com o nome do livro e a palavra "Obras Essenciais - Marketing" no centro. As seguintes imagens têm a mesma foto de fundo e a primeira a ler as capas dos livros seguintes sob a temática.	23/11/23	1101	32	0	0	0	2	645	817	34		
Imagem	Promoção	Foto de fundo negro com detalhes a vermelho e branco, apresentando 30% de desconto de "Promoção - Todos os Livros Indiv. Novidades e Partes Grátis Amazon". É o canto superior direito está o nome do evento e a data da promoção em destaque "2 a 3 nov".	23/11/23	1800	45	0	0	0	0	1157	1437	68		
Imagem	Divulgação Livro (Atual)	Capa do livro ao fundo a regular com o padrão do livro.	24/11/23	1201	36	0	0	1	2	900	1081	60		
Imagem	Divulgação Livro (Edição 70)	Foto de fundo com a capa do autor coberta com a capa do livro "Promoção".	24/11/23	1215	24	0	0	0	2	792	856	26		
Imagem	Repetição - Divulgação Livro (Edição 70)	Imagem com várias pessoas num set de filmagem e o nome do livro em grande destaque central - Os 100 Melhores Planos do Cinema - 100 Atores, 100 Planos. É o nome do coordenador Nelson Araújo no canto superior esquerdo.	25/11/23	0925	19	0	0	0	0	583	626	19		
Imagem - Carrossel	Divulgação de Livro - Temática (Miniatura)	5 imagens, todas possuem o mesmo fundo amarelo, branco com detalhes em vermelho. A imagem de capa também tem as palavras "Cochichando e falar para os mais pequenos", num círculo vermelho "As nossas sugestões para este natal" e contém 3 mini capas de livros. As restantes imagens mostram as capas dos livros seguintes.	25/11/23	1000	20	0	0	0	0	411	510	20		
Imagem	Evento - Conversa Almedina (Inteligência Artificial e Cultural)	Imagem de fundo de cor sólida, com o nome do evento, apresentação, coordenadores e o logótipo, assim como a data, hora e local. No canto inferior está a capa do livro.	27/11/23	1801	26	0	0	1	1	689	737	26		
Imagem	Divulgação - Almedina e	Imagem de fundo vermelho amarelo com o calendário do advento. Promoção às vertentes adicionais que vão aparecer a cada dia no emadivina.	28/11/23	1800	42	0	0	1	0	1068	1137	42		
Imagem	Divulgação de Novo Livro (Edição Almedina)	Imagem com fundo de cor sólida e a capa do livro.	29/11/23	0915	29	0	0	1	0	763	808	30		
Imagem	Promoção - 20%	Imagem de promoção de 20% em todos os livros incluindo novidades e parte de desconto - de 19 de nov a 01 de dez. O fundo é de cor sólida.	29/11/23	0936	27	0	0	1	0	624	684	28		
Imagem - Carrossel	Divulgação de Livro - Temática (Edição 70)	6 imagens, a primeira é a capa do livro "Napoleão". A imagem de capa contém com um recorte de uma pintura a ler a recção Francis, com o título "Obras Essenciais - História de Portugal" como foto principal. As seguintes imagens têm a mesma pintura de fundo e as capas dos livros seguintes (tem a primeira livro).	30/11/23	1001	72	0	0	0	0	1065	1284	80		
Imagem	Promoção - 20%	Imagem de cor sólida, com um componente amarelo, como elementos centrais temos "14 de Novembro" - "Brisano oferece mapa das palavras", logo de 20% - "Todos os livros incluindo as Partes Grátis".	30/11/23		55	0	0	4	1	1400	1509	60		
Imagem - Carrossel	Divulgação de Livro - Temática (ACTUAL)	7 imagens, a primeira é a capa com uma foto de um puzzle com as palavras "Obras Essenciais - Estratégias" em destaque central. As seguintes imagens têm a mesma foto de fundo e as restantes imagens as capas dos livros seguintes sob a temática.	30/11/23	1830	28	0	0	0	0	631	781	28		

INSTAGRAM

Media	Post (Tipologia)	Media (Tipologia)	Data	Hora	Nº Likes	Nº comentários	Nº de Respostas	Nº Partilhas	Nº Item Guardado	Alcance	Impressões	Interações	Reproduções	Tempo Médio de Visualização
Reel	Divulgação - Almedina.net	Vídeo natativo de divulgação do site almedina.net para a compra dos livros. No vídeo são mostrados vários elementos alusivos ao natal com várias frases para "incentivar" a visitar o almedina.net	01/12/23	09:30	82	1	0	2	3	1610	1924	88	2690	5 seg
Imagem	Divulgação - Almedina.net	Foto promocional da campanha do Calendário do Advento, com indicação de promoção diárias no site almedina.net	01/12/23	11:00	67	0	0	1	5	1928	2113	73		
Imagem	Promoção - Autor (até 50%)	Foto a branco e preto do autor em destaque, neste caso Ken Follet, com o seu nome em grande e seguido de "Um dos mais bem-sucedidos autores contemporâneos" e "até 50%". No canto superior direito tem a indicação da data da campanha de 4 a 17 de dezembro.	04/12/23	18:00	20	0	0	1	0	896	961	21		
Imagem	Promoção - 20%	Imagem de promoção de 20% em todos os livros incluindo novidades e portes grátis durante o dia 6 de dez. O fundo é de cor sólida amarela e as letras a vermelho, branco e preto.	05/12/23	18:00	41	0	0	3	0	967	1015	44		
Imagem	Evento - Café dos Direitos	Imagem de divulgação de evento "Café dos Direitos", a imagem conta com a descrição do nome do evento, orador e moderador, assim como da data, hora e local	06/12/23	17:47	15	0	0	0	1	731	776	16		
Reel	Promoção - Livrarias	Reel com os livros das Livrarias Almedina, com as suas sugestões de leitura para o natal.	07/12/23		35	0	0	1	0	1193	1633	36	2169	5 seg
Imagem	Divulgação de Novo Livro (Edições Almedina)	Fundo de cor sólida branco, com a capa do livro em grande plano.	11/12/23	09:14	16	0	0	0	3	692	745	17		
Imagem	Entrevista - Fábio Ventura	Imagem com a foto do autor, e no canto inferior esquerdo a capa do livro. Também em destaque encontra-se as palavras "Fábio Ventura - Autor do livro Corações de Papel".	12/12/23		46	0	0	2	2	1198	1269	50		
Imagem	Promoção - 20%	Imagem de promoção de 20% em todos os livros incluindo novidades e portes grátis durante o dia 13 de dez. O fundo é de cor sólida amarela e as letras a vermelho, branco e preto.	12/12/23	18:01	35	0	0	3	1	1006	1063	39		
Reel	Promoção - Livrarias	Reel com os livros das Livrarias Almedina, com as suas sugestões de leitura para o natal.	13/12/23		72	0	0	1	0	1541	1838	73	2545	8 seg
Imagem - Carrossel	Promoção - 20% + divulgação temática de livros	Imagem de promoção de 20% em todos os livros incluindo novidades e portes grátis durante o dia 13 de dez. O fundo é de cor sólida amarela e as letras a vermelho, branco e preto. As restantes imagens, cada uma tem a capa de um livro recomendado e com a imagem da capa expandida por detrás.	13/12/23	13:30	34	0	0	0	0	801	963	34		
Reel	Promoção - Livrarias	Vídeo que mostra algumas das Livrarias Almedina, e, ao mesmo tempo promove a campanha de natal "A Magia das Palavras".	14/12/23		121	1	0	3	3	1907	2455	126	3308	5 seg
Imagem - Carrossel	Divulgação - Livraria Almedina	Várias imagens da Livraria Almedina do MAC/CCB, de forma a divulgar o espaço.	15/12/23	11:02	70	1	0	0	0	1326	1623	71		

DEZEMBRO

INSTAGRAM

Media	Post (Tipologia)	Media (Tipologia)	Data	Hora	Nº Likes	Nº comentários	Nº de Respostas	Nº Partilhas	Nº Item Guardado	Alcance	Impressões	Interações	Reproduções	Tempo Médio de Visualização
Reel	Promoção - Livrarias	Vídeo que mostra algumas das Livrarias Almedina, e, ao mesmo tempo promove a campanha de natal "A Magia das Palavras".	14/12/23		121	1	0	3	1	1907	2455	126	3308	5 seg
Imagem - Carrossel	Divulgação - Livraria Almedina	Várias imagens da Livraria Almedina do MAC/CCB, de forma a divulgar o espaço.	15/12/23	11:02	70	1	0	0	0	1326	1623	71		
Imagem	Evento - Sessão de Apresentação	Imagem de divulgação de evento Sessão de Apresentação, a imagem conta com a descrição do nome do evento e organização, assim como da data, hora e local. Num dos cantos está a capa do livro	15/12/23	16:00	8	0	0	0	0	696	750	8		
Reel	Vídeo de engajamento/Livrarias	Vídeo com o fundo de uma árvore de natal e com sugestões de vários livros, com uma pergunta para dirigida à comunidade de leitores - "É daqueles que lê um livro de cada vez ou gosta de ler vários ao mesmo tempo?"	18/12/23		115	2	0	1	6	1887	2331	124	3199	4 seg
Reel	Divulgação de Livro - Minotauro	Vídeo de promoção ao livro da editora Minotauro - "A Velha Senhora Webster" de Caroline Blackwood	18/12/23		56	1	0	5	6	1446	1647	68	2156	5 seg
Imagem - Carrossel	Promoção - Livrarias	Várias imagens do espaço Livrarias Almedina no Anum Saldanha. Algumas mostram pessoas que estão a visitar.	19/12/23	17:13	173	2	0	2	3	2088	2553	180		
Reel	Divulgação de Livro - Minotauro	Reel com vários vídeo e fotos de locais com neve para promover o livro de Josh Saville "Nove". A primeira foto do vídeo mostra a casa do autor e a capa do livro.	20/12/23		34	0	0	2	1	1290	1816	37	2158	4 seg
Reel	Promoção - Livrarias	Vídeo promocional das livrarias Almedina (em concreto a do Estádio de Coimbra), mostra o local e depois mostra o livro em específico da Jennifer Saint Anjara e ser "Comprado e embulhado para o Natal".	21/12/23		181	1	0	1	2	2066	2650	186	3628	5 seg
Imagem	Divulgação de Novo Livro (ACTUAL) / PRE-VENDA	Imagem com a capa do livro ampliada e no canto superior esquerdo o nome do autor: "Mi Chan Kim, Reel e 'Mitsubugi'" ao lado tem a informação de que está em pré-venda e de seguida em grande plano central o título do livro "Para além da disrupção" com uma nota de imprensa do Financial Times por detrás.	27/12/23	14:00	14	0	0	0	3	1063	1121	17		
Imagem	Evento - Café dos Direitos	Imagem de divulgação de evento "Café dos Direitos", a imagem conta com a descrição do nome do evento, orador e moderador, assim como da data, hora e local.	28/12/23	17:38	33	0	0	1	3	1729	1834	37		
Imagem	Promoção - até 50%	Promoção "Grandes Livros - Pequenos Preços", a imagem tem uma foto de fundo rosa com um livro aberto suportado por livros em bruno. No canto superior direito tem a data da campanha 29 de dez a 24 de jan.	29/12/23	13:00	81	0	0	1	1	2830	3117	83		

DEZEMI

FACEBOOK

Media	Post (Tipologia)	Media (Tipologia)	Data	Hora	Nº Likes	Nº comentários	Nº de Respostas	Nº Partilhas	Nº Item Guardado	Alcance	Impressões	Interações	Clique Ligação
Imagem	Divulgação de Livro - Temática (Edições 70)	Dois imagens de duas capas de livros da Edição 70 sobre o Renascimento de Lisboa: livro de Vitorino - Famosos sobre o Desastre de Lisboa em 1755, com um fundo de cor sólida. E o outro de Immanuel Kant - Escritos sobre o Terremoto de Lisboa, com um fundo de uma imagem descrevendo do terremoto.	03/11/23	10:30	3	0	0	4	0	978	940	6	0
Imagem	Evento - Café dos Direitos	Imagem de divulgação de evento "Café dos Direitos", a imagem conta com a descrição do nome do evento, orador e moderador, assim como da data, hora e local.	03/11/23	17:45	6	0	0	0	0	494	432	0	0
Imagem	Divulgação de Novo Livro (ACTUAL)	Imagem com a capa do novo livro da chancela Actual, com fundo a combinar com a capa.	02/11/23	11:01	4	0	0	0	0	804	826	4	0
Imagem	Divulgação de Novo Livro (Edições 70)	Imagem com a capa do novo livro da chancela Edições 70, com fundo a combinar com a capa.	02/11/23	17:01	4	0	0	0	0	453	477	4	0
Imagem	Divulgação de Novo Livro - (Minotaur)	Imagem com a capa do livro e com o fundo a replicar a capa.	02/11/23	19:00	16	0	0	5	1	7075	7075	22	0
Imagem - Camosell	Divulgação de Livro - Temática (Edições 70)	7 imagens. 1 com imagem alusiva à Igreja Católica e a frase "História dos Castiçeiros" e as restantes 6 imagens conta com a mesma foto de fundo e com a capa de um livro.	03/11/23	11:01	10	0	0	1	1	2467	2579	11	0
Imagem	Promoção - até 50%	Imagem com duas crianças de pijama e duas invenções de natal por detrás, com as palavras "A Magia das Palavras" e "promoções até 50%". No lado superior direito encontramos a data da promoção: 03.11.23 às 06h.	03/11/23	18:00	10	0	0	5	0	1516	1599	15	0
Imagem - Camosell	Divulgação de Livro - Temática	6 imagens. 1 como capa com o texto "Livros para quem quer perceber o mundo à sua volta" com um fundo de cor sólida e um desenho de linha branca de um livro aberto. As restantes 5 imagens têm o mesmo fundo neutro, apresentam duas capas de livros e incluem desenhos a linha branca de livros e cartões.	04/11/23	17:00	2	0	0	1	0	817	864	2	0
Imagem	Promoção - 20%	Imagem de promoção de 20% em todos os livros incluindo novidades e portes grátis durante o dia 7 de nov. O fundo é de cor sólida.	06/11/23	18:00	9	0	0	6	0	1714	1780	15	2
Imagem	Evento - Conversas Almedina (O Futuro da Ciência e da Universidade)	Imagem de divulgação de evento "Conversas Almedina", a imagem conta com a descrição do nome do evento, apresentação, coordenação e organização, assim como da data, hora e local. Num dos cantos está a capa do livro.	07/11/23	12:00	9	1	0	3	0	1031	1073	13	0
Imagem	Promoção - 20%	Imagem de promoção de 20% em todos os livros incluindo novidades e portes grátis durante o dia 7 de nov. O fundo é de cor sólida.	07/11/23	13:18	3	0	0	0	0	1028	1048	3	2
Imagem	Divulgação de Novo Livro (ACTUAL)	Imagem com a capa do novo livro da chancela Edições 70, com fundo a combinar com a capa.	07/11/23	17:01	2	0	0	0	0	893	893	2	0
Imagem - Camosell	Abertura Livraria Almedina no Porto.	3 imagens das novas instalações temporárias do pop-up Livraria Almedina no Porto.	07/11/23	19:00	100	8	2	5	0	7019	7313	113	0
Imagem	Divulgação de Novo Livro (Edições Almedina)	Imagem com fundo branco e capa do livro.	08/11/23	15:00	0	0	0	0	0	341	351	0	0

FACEBOOK

Media	Post (Tipologia)	Media (Tipologia)	Data	Hora	Nº Likes	Nº comentários	Nº de Respostas	Nº Partilhas	Nº Item Guardado	Alcance	Impressões	Interações	Clique Ligação
Imagem - Camosell	Divulgação de Livro - Temática	Imagem. 1 com imagem de dinheiro e o texto "Corrupção e Poder" e as restantes 6 imagens conta com a mesma foto de fundo e com a capa de um livro.	08/11/23	18:01	1	0	0	3	0	417	457	1	0
Imagem	Promoção - Autor (até 50%)	Imagem de Rodrigo Guedes de Cavalho, com texto alusivo ao seu trabalho e a promoção de até 50%. No canto superior direito temos a data da campanha: 6 - 19 de nov.	09/11/23	10:00	1	0	0	0	0	1066	1085	1	0
Imagem	Divulgação de Novo Livro (Edições 70)	Imagem com a capa do livro e com o fundo a replicar a capa.	09/11/23	11:00	11	0	0	3	1	852	850	15	0
Imagem - Camosell	Evento - Sessão de Apresentação	Imagem de divulgação de evento Sessão de Apresentação, a imagem conta com a descrição do nome do evento e organização, assim como da data, hora e local. Num dos cantos está a capa do livro. A segunda imagem mostra a livraria do MAC/CCB.	09/11/23	14:30	5	0	0	2	0	1845	1931	7	0
Imagem	Divulgação de Novo Livro (ACTUAL)	Fundo branco com a capa do livro.	09/11/23	16:01	2	0	0	2	0	1229	1258	4	0
Imagem	Divulgação de Novo Livro - (Minotaur)	Fundo igual à capa do livro e a capa do livro por cima.	09/11/23	17:00	1	0	0	0	0	1071	1098	1	0
Imagem	Divulgação de Novo Livro - (Minotaur)	Fundo igual à capa do livro e a capa do livro por cima.	10/11/23	15:00	3	0	0	2	0	1275	1278	5	0
Imagem - Camosell	Divulgação de Livro - Temática (Edições 70)	8 imagens, com a primeira sendo uma pintura de época grega, e o texto "Obras Essenciais - Filosofia e Vida Feliz", as restantes 7 imagens suportam a pintura de fundo com as capas das representações de letras.	10/11/23	17:01	13	1	0	1	1	2627	2770	16	1
Imagem	Divulgação Livro (Edições Almedina)	Fundo de cor sólida com a capa do livro por cima.	11/11/23	15:00	0	0	0	0	0	521	530	0	0
Imagem - Camosell	Divulgação de Livro - Temática	6 imagens. Fundo de cor sólida, com vários elementos/desenhos à branco, uma das imagens sendo de capa com a frase "Livros Para os Românticos Incuráveis", o resto tem diversas capas de livros como sugestões.	11/11/23	17:00	2	0	0	1	0	2096	2151	3	0
Imagem	Divulgação de Novo Livro (Edições Almedina)	Foto com o fundo igual ao da capa do livro, e respetiva capa por cima.	13/11/23	14:00	2	0	0	1	0	1190	1190	3	0
Imagem	Evento - Conversas Almedina (Até ao fim da Terra)	Imagem de divulgação de evento "Conversas Almedina", a imagem conta com a descrição do nome do evento, apresentação, autor do livro e organização, assim como da data, hora e local. Num dos cantos está a capa do livro.	14/11/23	09:15	10	0	0	23	0	3309	3405	33	0
Imagem	Divulgação de Livro - Temática (Edições 70)	5 imagens. Primeira com a obra de Botticelli - O Nascimento de Vénus e as palavras "Obras Essenciais - Renascimento", as outras 4 imagens mostram o quadro por detrás e as capas das sugestões de leitura.	15/11/23	10:01	7	0	0	3	0	1460	1462	10	0
Imagem	Divulgação de Novo Livro (Edições Almedina)	Imagem com a capa do livro e com o fundo a replicar a capa.	15/11/23	12:00	1	0	0	0	0	398	408	1	0

FACEBOOK													
Media	Post (Tipologia)	Media (Tipologia)	Data	Hora	Nº Likes	Nº comentários	Nº de Respostas	Nº Partilhas	Nº Item Guardado	Alcance	Impressões	Interações	Cliques Ligação
	Divulgação de Livro - Temática (ACTUAL)	Imagem de fundo de cor sólida, com as palavras "A ECONOMIA DE O Gênero Potencial das Mulheres" a grande, o nome da autora - Linda Scott e o símbolo feminino a vermelho.	15/11/23	17:02	0	0	0	0	0	457	466	0	0
	Divulgação de Novo Livro (Edições 70)	Imagem com várias pessoas num set de filmagem e o nome do livro em grande destaque central - Os 100 Melhores Planos do Cinema - 100 Autores, 100 Planos. E o nome do coordenador Nelson Amâncio no canto superior esquerdo.	16/11/23	10:00	0	0	0	0	0	993	996	0	0
	Divulgação Livro (Edições Almedina)	Imagem com a capa do livro e com o fundo a replicar a capa.	16/11/23	15:00	1	0	0	0	0	522	541	3	0
	Divulgação de Novo Livro (Edições Almedina)	Imagem com fundo de cor sólida e capa do livro.	17/11/23	10:45	0	0	0	0	0	378	396	0	0
	Promoção - Black Friday	Imagem de fundo preto com as palavras "Black Friday Almedina" em grande destaque. No canto inferior direito temos "Promoção até 50%" e no canto superior direito a data da campanha 17 a 26 de nov.	17/11/23	10:58	3	0	0	0	0	1833	1833	3	33
	Divulgação de Novo Livro (Edições 70)	Imagem com a capa do livro e com o fundo a replicar a capa.	17/11/23	12:00	2	0	0	0	0	455	477	2	0
	Evento - Sessão de Apresentação	Várias imagens das pessoas presentes no evento de apresentação do livro "Elementos de Política Constitucional" de Paulo Rangel.	18/11/23	08:43	3	0	0	0	0	1124	1176	3	0
	Divulgação de Livro - Temática (Edições 70)	4 imagens. A primeira com a pintura de uma senhora, e as palavras "Elogio da Loucura" em destaque. As restantes 3 imagens tem com fundo a imagem da pintura da senhora, com frases por cima a explicar alguns dos fatos do livro.	18/11/23	10:19	13	0	0	0	0	881	901	13	0
	Divulgação Livro (Edições Almedina)	Imagem de fundo de cor sólida, com as palavras "Manual de Filosofia Política" a grande, e pequenos 3º Edição Teórica e Aumentada e no canto superior esquerdo, o nome do organizador, Ibo Cardoso Rosas.	18/11/23	17:00	1	0	0	0	0	524	543	1	0
	Evento - Sessão de Apresentação	2 imagens, a primeira com o fundo ampliado da foto da capa, com a capa depois em destaque central. A segunda imagem, conta com a descrição do nome do evento, apresentadores assim como da data, hora e local. Num dos cantos está a capa do livro.	20/11/23	10:01	0	0	0	1	0	290	304	1	0
	Divulgação - Almedina.net	Imagem de fundo escuro com um microfone no quando inferior esquerdo. E no centro as palavras "Desataque de Imprensa - Fique a conhecer as sugestões literárias desta semana em Almedina.net	20/11/23	12:00	3	0	0	1	0	1026	1038	4	5
	Promoção - Autor (até 30%)	Imagem de V. E. Schwab, com texto alusivo ao seu trabalho e a promoção de até 30%. No canto superior direito temos a data da campanha 20 - 3 de dez.	20/11/23	13:00	3	0	0	1	0	909	943	4	2
	Divulgação de Novo Livro (ACTUAL)	Imagem de fundo de cor sólida com várias bolinas de diferentes cores e tamanhos com o título do livro, autor e algumas frases.	20/11/23	17:00	3	0	0	1	0	947	966	4	0
	Divulgação de Livro - Temática (Edições 70)	5 imagens. Primeira com a foto de A. C. Grayling e obras essenciais por cima, as restantes imagens têm como fundo a foto de capa do autor e por cima as capas dos livros das sugestões de leitura.	21/11/23	10:00	3	0	0	2	0	1682	1684	5	0

FACEBOOK													
Media	Post (Tipologia)	Media (Tipologia)	Data	Hora	Nº Likes	Nº comentários	Nº de Respostas	Nº Partilhas	Nº Item Guardado	Alcance	Impressões	Interações	Cliques Ligação
	Divulgação de Livro - Temática (Edições 70)	Imagem com a capa de livro "Napoleão - Uma vida Política" de Steven Englund, e como fundo a mesma capa ampliada.	22/11/23	11:00	18	0	0	4	1	1842	1856	23	0
	Divulgação de Livro - Temática (ACTUAL)	7 imagens. Com a principal com uma lâmpada grande ligada e uma folha branca com desenhos por de trás, as palavras "Obras Essenciais - Metafísica" encontram-se em plano central, as seguintes fotos continuam com a mesma imagem, mudando as capas dos livros para realçar cada uma das sugestões de leitura.	22/11/23	16:00	1	0	0	1	0	1335	1449	2	1
	Divulgação de Livro - Temática (Edições 70)	7 imagens. A primeira é a capa com um recorte de um quadro e as palavras "Obras Essenciais - Metafísica" ao centro. As seguintes imagens têm a mesma foto de fundo e a primeira nível as capas dos livros sugeridos sobre a temática.	23/11/23	11:03	26	0	0	7	3	7838	8214	36	2
	Promoção - 20%	Foto de fundo negro com detalhes a vermelho néon, a grande temo 20% seguido de "Promoção - Todos os Livros Inclui Novidades e Pontos Grátis - Amanhã" e o canto superior direito está a bruxo com a data da promoção em destaque "24 nov".	23/11/23	18:00	10	0	0	0	0	1675	1706	19	3
	Divulgação Livro (Actual)	Capa do livro eo e fundo a condicionar com o padrão do livro.	24/11/23	12:03	5	0	0	0	0	488	502	5	0
	Divulgação Livro (Edições 70)	Foto de fundo com a capa do autor coberta com a capa do livro promovida.	24/11/23	12:15	16	1	0	3	1	1526	1584	21	0
	Repetição - Divulgação Livro (Edições 70)	Imagem com várias pessoas num set de filmagem e o nome do livro em grande destaque central - Os 100 Melhores Planos do Cinema - 100 Autores, 100 Planos. E o nome do coordenador Nelson Amâncio no canto superior esquerdo.	25/11/23	09:25	3	0	0	0	0	1216	1318	3	0
	Divulgação de Livro - Temática (Mintour)	5 imagens. Todas possuem o mesmo fundo natalício, branco com detalhes em vermelho. A imagem de capa também tem as palavras "Conhecimento e saber para os mais pequenos", num círculo vermelho "As nossas sugestões para este natal" e conta com 3 mini capas de livros. As restantes imagens mostram as capas dos livros sugeridos.	25/11/23	10:00	3	0	0	0	0	1384	1457	3	0
	Evento - Conversas Almedina (Inteligência Artificial e Cultural)	Imagem de divulgação de evento "Conversas Almedina", a imagem de fundo neutro branco, conta com a descrição do nome do evento, apresentação, coordenadora e organização, assim como da data, hora e local. No dos cantos está a capa do livro.	27/11/23	18:01	6	0	0	37	1	2946	3361	44	0
	Divulgação - Almedina.net	Imagem de fundo vermelho natalícia com o calendário do advento. Promoção as vantagens adicionais que vão aparecer a cada dia no almedina.net	28/11/23	18:00	1	0	0	0	0	615	629	3	1
	Divulgação de Novo Livro (Edições Almedina)	Imagem com fundo de cor sólida e capa do livro.	29/11/23	09:15	2	0	0	0	0	414	437	2	0
	Promoção - 20%	Imagem de promoção de 20% em todos os livros incluindo novidades e pontos grátis durante o dia 29 de nov. O fundo é de cor sólida.	29/11/23	09:36	4	0	0	1	0	1173	1187	5	0
	Divulgação Livro (Actual)	Imagem com fundo de ca replicar a capa e como foco central a capa do livro.	29/11/23	18:01	6	0	0	2	0	929	962	8	0
	(Actual)	capa do livro.	29/11/23	18:01	8	0	0	2	0	929	962	8	0
	Divulgação de Livro - Temática (Edições 70) Conectada a um filme.	6 imagens. Por causa do lançamento do filme Napoleão. A imagem de capa conta com um recorte de uma pintura alusiva à revolução francesa, com o título "Obras Essenciais - História de França" com foco principal. As seguintes imagens têm a mesma pintura de fundo e as capas dos livros sugeridos como primeiro plano.	30/11/23	10:01	11	0	0	0	0	903	947	11	0
	Divulgação de Livro - Temática (ACTUAL)	7 imagens. A primeira é a capa com uma foto de um puzzle e com as palavras "Obras Essenciais - Estratégia" em destaque central. As seguintes imagens têm a mesma foto de fundo e a primeiro nível as capas dos livros sugeridos sobre a temática.	30/11/23	18:30	3	0	0	0	0	1366	1397	3	0

FACEBOOK

Media	Post (Tipologia)	Media (Tipologia)	Data	Hora	Nº Likes	Nº comentários	Nº de Respostas	Nº Partilhas	Nº Item Guardado	Alcance	Impressões	Interações	Cliques Ligação
Feed	Divulgação - Almedina.net	Vídeo natalício de divulgação do site almedina.net para a compra dos livros. No vídeo são mostrados vários elementos alusivos ao papel com vários links para "inscrever" e "visitar o almedina.net."	01/12/23	09:30	5	0	0	1	0	539	573	6	0
Imagem	Divulgação - Almedina.net	Foto promocional da campanha de Calendário do Advento, com indicação de promoções diárias no site almedina.net.	01/12/23	11:00	12	0	0	1	0	1742	1858	13	11
Imagem	Promoção - Autor (até 50%)	Foto a branco e preto do autor em destaque, neste caso Ken Follet, com o seu nome em grande e esqúido de "Um dos mais bem-sucedidos autores contemporâneos" e "até-50%". No canto superior direito tem a indicação da data da campanha de 4 a 17 de dezembro.	04/12/23	18:00	12	0	0	2	0	1545	1576	14	0
Imagem	Promoção - 20%	Imagem de promoção de 20% em todos os livros incluindo novidades e portes grátis durante o dia 6 de dez. O fundo é de cor sólida amarela e as letras a vermelho, branco e preto.	05/12/23	18:00	8	0	0	3	0	1489	1515	11	4
Imagem	Evento - Café dos Direitos	Imagem de divulgação de evento "Café dos Direitos", a imagem conta com a descrição do nome do evento, orador e moderador, assim como da data, hora e local.	06/12/23	17:47	3	0	0	0	0	909	967	3	0
Imagem	Evento - Conversas Almedina (Escuer o Corpo - uma leitura da poesia de Eugénio de Andrade)	Imagem de divulgação de evento "Conversas Almedina", a imagem de fundo neutro cinza, conta com a descrição do nome do evento, apresentação, convidados e organização, assim como da data, hora e local. No dos cantos está a capa do livro.	07/12/23	17:07	11	1	0	20	1	1381	3541	33	0
Imagem	Divulgação de Novo Livro (edições Almedina)	Fundo de cor sólida branco, com a capa do livro em grande plano.	11/12/23	09:14	2	0	0	0	0	764	806	2	0
Imagem	Promoção - 20%	Imagem de promoção de 20% em todos os livros incluindo novidades e portes grátis durante o dia 13 de dez. O fundo é de cor sólida amarela e as letras a vermelho, branco e preto.	12/12/23	18:01	4	0	0	3	0	1261	1261	7	0
Imagem - Carrossel	Promoção - 20% + divulgação temática de livros	Imagem de promoção de 20% em todos os livros incluindo novidades e portes grátis durante o dia 13 de dez. O fundo é de cor sólida amarela e as letras a vermelho, branco e preto. As restantes imagens, cada uma tem a capa de um livro recomendado com a imagem da capa expandida por dentro.	13/12/23	13:39	4	0	0	1	0	1684	1816	5	1
Imagem - Carrossel	Divulgação - Livraria Almedina	Várias imagens da Livraria Almedina do MAZ/CCB, de forma a divulgar o espaço.	15/12/23	11:02	34	0	0	2	1	3499	3853	37	0
Imagem	Evento - Sessão de Apresentação	Imagem de divulgação de evento Sessão de Apresentação, a imagem conta com a descrição do nome do evento e organização, assim como da data, hora e local. Num dos cantos está a capa do livro.	15/12/23	16:00	5	0	0	0	0	572	607	5	0
Imagem	Promoção - Autor (até 50%)	Imagem de Kelly Barnhill, com texto "Autora conhecida pelos seus livros de aventuras infantojuvenis e romances adultos" e a promoção de até 50%. No canto superior direito temos a data da campanha 11 - 24 de dezembro.	16/12/23	18:00	4	0	0	0	0	971	1002	4	0
Imagem - Carrossel	Promoção - Livrarias	Várias imagens do espaço Livrarias Almedina no Abum Saldanha. Algumas mostram pessoas que estão a visitar.	19/12/23	17:13	35	0	0	2	0	3654	3905	37	0
Imagem	Divulgação Livro (Atual)	Fundo de cor sólida, com o nome do autor no canto superior esquerdo "Myla Strober e Abby Dawson", seguindo do desenho que se encontra na capa e inclui o título do livro "Dinheiro e Amor tem muita instigante para resolver as grandes questões da vida."	21/12/23	19:00	3	0	0	0	0	858	881	3	0
Imagem - Carrossel	Divulgação de Livro - Temática (ACTUAL)	6 imagens. A primeira com a um fundo de vários ecds da bolsa de valores, com as palavras "Obras Essenciais - Bolsas e Mercados" e destaque as restantes 5 imagens são a mesmo foto de fundo e só muda a cada do livro para mostrar as sugestões.	22/12/23	14:00	2	0	0	1	0	1358	1474	3	0

DEZEMBRO

FACEBOOK

Media	Post (Tipologia)	Media (Tipologia)	Data	Hora	Nº Likes	Nº comentários	Nº de Respostas	Nº Partilhas	Nº Item Guardado	Alcance	Impressões	Interações	Cliques Ligação
Imagem	Divulgação de Novo Livro (ACTUAL) / PRE-VENDA	Imagem com a capa do livro ampliada e no canto superior esquerdo o nome dos autores "Mi Cha Kim, Band e Mabunga" ao lado tem a informação de que está em pré-venda e de seguida em grande plano central o título do livro "Para além da disrupção" com uma nota de postora do Financial Times por debaixo.	27/12/23	14:00	7	0	0	0	0	875	938	7	2
Imagem	Evento - Café dos Direitos	Imagem de divulgação de evento "Café dos Direitos", a imagem conta com a descrição do nome do evento, orador e moderador, assim como da data, hora e local.	28/12/23	17:38	5	0	0	2	0	661	694	7	0
Imagem	Promoção - até 50%	Promoção "Grandes Livros - Pequenos Preços", a imagem tem uma foto de fundo rosa com um livro aberto suspenso por fios em baixo. No canto superior direito tem a data da campanha 29 de dez a 29 de jan.	29/12/23	13:00	5	0	0	1	0	1655	1710	6	20
Imagem	Atualização de foto de capa	Foto de uma das instas de uma das livrarias almedina.	29/12/23	17:03	20	0	0	1	0	74	74	20	0

Histórias Instagram

NOVEMBRO

Dia	Número de histórias	Tipologia	Alcance (Total)	Gostos/Reações (Total)	Partilhas (Total)	Impressões (Total)	Interações (Total)
01/11/23	3	2 vídeos - 1 foto	1046	1	0	1060	1
02/11/23	4	1 vídeo - 3 fotos	1070	0	0	1104	0
03/11/23	1	Foto	552	0	0	562	0
06/11/23	1	Foto (Promoção)	676	7	0	704	7
07/11/23	2	Foto	711	1	0	727	1
09/11/23	3	2 vídeos - 1 foto	946	4	0	959	4
13/11/23	8	1 vídeo - 7 fotos (algumas são republicações de histórias em que o Almedina foi identificado)	2287	21	0	2375	21
14/11/23	7	2 vídeos - 5 foto	1892	5	0	1935	5
15/11/23	7	5 vídeos - 2 fotos	3300	4	0	1522	4
16/11/23	3	2 vídeos - 1 foto	846	0	0	890	0
17/11/23	8	1 vídeo - 7 fotos (1 história é promoção Black Friday; algumas são republicações de histórias em que o Almedina foi identificado)	2081	1	0	2131	1
18/11/23	3	2 vídeos - 1 foto (algumas são republicações de histórias em que o Almedina foi identificado)	1072	6	0	1104	6
20/11/23	8	3 vídeos - 5 fotos (algumas histórias são repartilha, um dos vídeos é sobre a campanha "Magia da Palavras" numas das livrarias Almedina)	2178	8	0	2191	8
21/11/23	5	5 fotos (uma delas é para a promoção do Black Friday)	1582	0	0	1613	0

Histórias Instagram

Dia	Número de histórias	Tipologia	Alcance (Total)	Gostos/Reações (Total)	Partilhas (Total)	Impressões (Total)	Interações (Total)
22/11/23	2	2 vídeos	584	1	0	608	1
23/11/23	4	1 vídeo - 3 fotos (uma delas é para a promoção do Black Friday)	1199	2	0	1243	2
24/11/23	3	3 fotos (uma delas é para a promoção do Black Friday)	965	4	0	1000	4
25/11/23	4	1 vídeo - 3 fotos (algumas são republicações de histórias em que o Almedina foi identificado)	1160	2	0	1181	2
27/11/23	2	2 fotos (algumas são republicações de histórias em que o Almedina foi identificado)	685	3	0	723	3
28/11/23	8	1 vídeo - 7 fotos (uma delas sobre a promoção dos 20%)	1981	5	0	2004	5
29/11/23	4	1 vídeo - 3 fotos (o vídeo é repartilhado de uma menção; as 3 fotos são para divulgar a promoção de 20%)	1005	0	0	1020	0
30/11/23	1	1 vídeo (promoção de 20%)	476	6	0	491	6

Histórias Instagram								
Dia	Número de histórias	Tipologia	Alcance (Total)	Gostos/Reações (Total)	Partilhas (Total)	Impressões (Total)	Interações (Total)	
RO	01/12/23	2 fotos (uma delas da campanha natalícia)		881	0	0	896	0
	04/12/23	8 2 vídeos - 5 fotos		2278	8	0	2352	8
	05/12/23	2 vídeos - 4 fotos (uma delas para a campanha de natal; e uma das fotos para a promoção dos 20%)		1515	1	0	1539	1
	06/12/23	2 vídeos - 7 fotos (uma delas de divulgação das livrarias e duas fotos da promoção 20%)		2936	8	0	3042	8
	07/12/23	3 vídeos - 3 fotos (uma é para divulgação da função cacifos CTT quando compra online)		1713	2	0	1763	2
	08/12/23	2 vídeos - 2 fotos (republicações de menções de utilizadores)		1433	1	0	1465	1
	09/12/23	1 vídeo - 1 foto (republicação de menção)		930	1	0	975	1
	10/12/23	1 1 foto		584	1	0	614	1
	11/12/23	6 4 vídeos - 2 fotos		1500	1	0	1517	1
	12/12/23	1 vídeo - 3 fotos (uma delas a divulgar a campanha de natal; e outra com a promoção 20%)		1091	2	0	1124	2
	13/12/23	2 vídeos - 6 fotos (uma delas é resposta a uma pergunta; outra é acerca da promoção de 20%)		1996	1	0	2017	1
	14/12/23	1 vídeo (promocional livrarias) - 1 foto		711	5	0	749	5
	15/12/23	1 vídeo - 4 fotos (uma delas é a divulgar a campanha de natal; 1 foto e 1 vídeo a promover as livrarias)		1401	2	0	1471	2
	16/12/23	3 2 vídeos - 1 foto		997	1	0	1054	1

Histórias Instagram								
Dia	Número de histórias	Tipologia	Alcance (Total)	Gostos/Reações (Total)	Partilhas (Total)	Impressões (Total)	Interações (Total)	
DEZEMB	17/12/23	2 fotos (uma delas a divulgar a campanha de natal)		1041	1	0	1066	1
	18/12/23	4 vídeos - 1 foto (um dos vídeos é uma pergunta; outro é para divulgar uma atividade que ocorreu numa das Livrarias Almedina)		1410	2	0	1456	2
	19/12/23	5 vídeos - 4 fotos (algumas são republicações de menções)		2255	3	0	2282	3
	20/12/23	2 vídeos - 2 fotos (divulgação de campanha de natal; promoção livrarias)		1011	2	0	1021	2
	21/12/23	3 vídeos - 3 fotos (algumas são republicações de menções; 1 de promoção das livrarias)		1504	3	0	1558	3
	22/12/23	3 vídeos - 2 fotos (divulgação de campanha de natal; 5 repartilha de menções)		1382	3	0	1422	3
	23/12/23	3 vídeos - 1 foto (um vídeo para divulgação de campanha de natal; outro para promover as livrarias e por último duas repartilhas de menção)		1227	5	0	1286	5
	24/12/23	1 foto (repartilhação de uma publicação)		662	1	0	691	1
	25/12/23	2 2 vídeos		1450	4	0	1516	4
	26/12/23	1 1 vídeo		2.100	10	0	2.100	10
	28/12/23	2 2 fotos		1391	1	0	1436	1
	29/12/23	5 5 fotos (uma delas para uma promoção de até 30%; as restantes são repartilhas de menções)		1815	10	0	1924	10

Histórias Instagram

Dia	Número de histórias	Tipologia	Alcance (Total)	Gostos/Reações (Total)	Partilhas (Total)	Impressões (Total)	Interações (Total)
31/12/23	1	foto		806	2	0	828

Visão Geral Instagram - Novembro

Número de Posts	Alcance/Impressões	Interações com Conteúdo	Clicques em Ligações
58 posts + 95 Stories	100.250 Subida de 175% - Orgânico 12,7 (2045) Anúncios 185,3% (324.265)	1.300 (média de 11,4%)	7.000 (média de 183,3%)

Visão Geral Instagram - Dezembro

Número de posts	Alcance/Impressões	Interações com Conteúdo	Clicques em Ligações
22 posts + 36 Stories	153.100 Descida de 42,1% - Orgânico 11,2% (2955) Anúncios 87,8% (118.106)	1.800 (média de 47,3%)	1.300 (média de 73,7%)

Seguidores

Novembro	Dezembro
17.153	17.242 Subida de 10%

Visão Geral Facebook - Novembro

Número de Posts	Alcance/Impressões	Interações com Conteúdo	Clicques em Ligações
53	785.000 Subida de 97,5% - Orgânico 27,3% (37.233) Anúncios 100,8% (259.140)	6.000 (média de 28,3%)	21.500 (média de 19,2%)

Visão Geral Facebook - Dezembro

Número de Posts	Alcance/Impressões	Interações com Conteúdo	Clicques em Ligações
18	387.400 Descida de 51,2% - Orgânico 51,2% (18.955) Anúncios 59,7% (128.753)	1.500 (média de 74,9%)	7.200 (média de 64,7%)

Seguidores

Novembro	Dezembro
42.072	42.122 Subida de 50

Minotauro

INSTAGRAM														
Media	Post (Tipologia)	Media (Tipologia)	Data	Hora	Nº Likes	Nº comentários	Nº de Respostas	Nº Partilhas	Nº Item Guardado	Alcance	Impressões	Interações	Reproduções	Tempo Médio de Visualização
NOVEMBRO	Imagem	Divulgação de Livro	Capa do livro "A Velha Senhora Webster" de Caroline Blackwood, o fundo da imagem é a foto da capa do livro ampliada.	02/11/23	19:00	28	0	0	0	4	252	266	32	
	Imagem - Carrossel	Divulgação de Livro - "Tentativas - Livros para os amantes de um bom mistério"	5 imagens. Todas com o mesmo fundo de cor sólida azul. Na primeira imagem temos em destaque as palavras "Livros Para os Amantes de um Bom Mistério". As restantes imagens apresentam entre 3 a 2 capas de livros como sugestão de leitura.	03/11/23		49	0	0	1	6	426	505	56	
	Imagem - Carrossel	Divulgação de Livro	4 imagens. Todas elas contêm com a capa do livro de Augusto Abelaira "Bolo", a primeira mostra só a capa, enquanto que as restantes 3 têm excertos do livro.	04/11/23	11:00	14	0	0	0	0	173	197	14	
	Imagem - Carrossel	Divulgação de Livro	3 imagens. Na primeira imagem temos o livro Atalanta de Jennifer Saint, e o fundo da imagem é uma ampliação da capa, as restantes duas imagens apresentam o mesmo fundo e têm excertos do livro.	05/11/23	12:00	37	0	0	0	0	293	339	37	
	Imagem - Carrossel	Divulgação de Livro - "Títulos selecionados para a lista de Viduo Jr. Que livros recentes vale a pena os leitores conhecerem?"	3 imagens. Cada uma tem a capa do livro e de fundo a mesma capa ampliada.	07/11/23	11:00	23	0	0	0	0	219	263	23	
	Imagem - Carrossel	Divulgação de novos livros	3 imagens. Cada uma com uma das mais recentes novidades de literatura infantil, cada imagem tem ao centro a capa do livro e por baixo a mesma capa ampliada.	08/11/23	16:30	24	1	0	1	2	202	232	28	
	Imagem	Divulgação de novo livro	Imagem com a capa de o livro de Audrey Burges "A Mansão Minúscula de Myra Mallon". O fundo da imagem é a versão ampliada da capa.	09/11/23	17:00	40	0	0	0	4	353	377	44	
	Imagem	Divulgação de novo livro	Imagem com a capa de o livro de V. E. Schwab "Vingativo". O fundo da imagem é a versão ampliada da capa.	10/11/23	15:00	134	1	0	7	3	658	703	145	
	Imagem	Divulgação de Novo Livro	Imagem com uma pessoa, retirada do jornal Público, com letras a amarelo grande "Assim se faz Portugal" e com os nomes de Luísa Costa Gomes, Felipe Homem Fonseca, Afonso Cruz e Manuel Monteiro.	12/11/23	12:00	23	0	0	3	1	275	293	27	
	Imagem - Carrossel	Divulgação de Livro	3 imagens. Uma com a capa do livro "A Velha Senhora Webster" de Caroline Blackwood, o fundo da imagem é a foto da capa do livro ampliada. As duas restantes têm o mesmo fundo e uns excertos do livro por cima.	13/11/23	12:00	18	1	0	0	1	220	260	20	

INSTAGRAM														
Media	Post (Tipologia)	Media (Tipologia)	Data	Hora	Nº Likes	Nº comentários	Nº de Respostas	Nº Partilhas	Nº Item Guardado	Alcance	Impressões	Interações	Reproduções	Tempo Médio de Visualização
Imagem - Carrossel	[REPETIÇÃO] Divulgação de Novo Livro	3 imagens. Uma com a capa de o livro de André Borges "A Mão Minúscula de Myra Malone". O fundo da imagem é a versão ampliada da capa. As duas restantes têm o mesmo fundo e apresentam excertos do livro.	15/11/23	11:00	12	0	0	0	0	0	165	188	12	
Imagem	Divulgação de Livro	Imagem com a capa de o livro de Drew Magary "A Caminhada". O fundo da imagem é a versão ampliada da capa.	16/11/23	13:00	39	2	1	1	5	378	406	47		
Imagem - Carrossel	Divulgação de Livro - Temática - Livros para os Românticos Incuráveis	6 imagens. Fundo de cor sólida rosa, com vários elementos/desenhos a branco, uma das imagens serve de capa com a frase "Livros Para os Românticos Incuráveis", o resto tem diversas capas de livros como sugestões.	17/11/23	12:00	52	0	0	2	6	449	544	60		
Imagem	Divulgação de Livro	Imagem de divulgação dos 3 livros de Jennifer Saint, a imagem tem o nome da autora e na frente temos os 3 livros Ariadne, Electra e Atalanta.	20/11/23	16:00	50	1	0	1	1	377	412	53		
Imagem	Divulgação de Livro	Imagem do livro Atalanta de Jennifer Saint em comemoração da sua nomeação para os Goodreads Choice Awards de 2023.	22/11/23	13:00	72	1	0	1	0	438	464	74		
Imagem - Carrossel	Divulgação de Livro	4 imagens. Todas elas contam com a capa do livro de V. E. Schwab "Vingativo", a primeira mostra só a capa, enquanto que as restantes 3 têm excertos do livro.	23/11/23		122	2	0	9	8	721	872	141		
Imagem - Carrossel	Divulgação de Livro	4 imagens. Todas elas contam com a capa do livro de John Banville "Neve", a primeira mostra só a capa, enquanto que as restantes 3 têm elogios da imprensa ao livro.	27/11/23	17:00	14	0	0	0	0	204	242	14		

INSTAGRAM														
Media	Post (Tipologia)	Media (Tipologia)	Data	Hora	Nº Likes	Nº comentários	Nº de Respostas	Nº Partilhas	Nº Item Guardado	Alcance	Impressões	Interações	Reproduções	Tempo Médio de Visualização
Imagem - Carrossel	Divulgação de Livro	6 imagens. A primeira mostra a capa do livro Grandes Ideias para Mentes Curiosas, as seguintes trazem excertos do livro.	05/12/23	17:01	28	1	0	1	1	287	326	31		
Imagem - Carrossel	Divulgação de Livro - Temática - Lembrar 2023 Thriller e Policial	10 imagens. A primeira mostra uma vela acesa com um livro aberto, as seguintes têm cada uma a capa do livro sugerido, e, por detrás a capa ampliada ou cor sólida.	06/12/23	11:01	45	4	4	1	0	404	475	50		
Imagem	Divulgação de Livro - Melhores do ano Vídeo Jónior	Capa do livro "A Ladrã que Cantava Tempestades" de Sophie Anderson, por detrás está a capa ampliada e no canto superior esquerdo tem o simbolado visto Jónior e melhores do ano.	09/12/23	11:00	24	0	0	0	2	326	346	26		
Reel	Campanha contra a pirataria de ebooks.	Vídeo com vários autores para sensibilizar contra a pirataria de ebooks.	11/12/23		76	1	0	4	1	847	961	82	1547 8 seg	
Imagem - Carrossel	Divulgação de Livro - Temática - Lembrar 2023 Bestsellers Internacionais	8 imagens. A primeira mostra uma vários livros com alguma flores decorativas, as seguintes têm cada uma a capa do livro sugerido, e, por detrás as cores da capa.	12/12/23	11:01	93	2	0	2	6	577	669	103		
Reel	Divulgação de Livro	Vídeo de divulgação do livro "Senhora Webster" de Caroline Blackwood.	14/12/23	13:36	27	0	0	0	1	200	218	28	302 7 seg	
Imagem	Divulgação de Livro	Imagem do livro "21 Dias de Luta" de Urbano Tavares Rodrigues.	14/12/23	15:00	11	0	0	0	1	162	175	12		
Imagem - Carrossel	Divulgação de Livro - Temática - Lembrar 2023 Clássicos da Literatura	3 imagens. A primeira mostra uma vários livros com uma esttua de uma cabeça a segurar neles, as seguintes têm cada uma a capa do livro sugerido, e, por detrás as cores da capa.	15/12/23	11:01	48	1	0	0	5	420	283	54		
Imagem	Divulgação de Livro	Imagem da capa do livro "Assim se faz Portugal".	18/12/23	14:00	6	0	0	0	0	165	176	6		
Imagem - Carrossel	Divulgação de Livro - Temática - Lembrar 2023 Literatura Infantil	10 imagens. A primeira mostra uma menina a ler um livro com um ursinho de peluche ao lado, as seguintes têm cada uma a capa do livro sugerido, e, por detrás as cores da capa.	19/12/23	11:01	26	0	0	1	1	187	223	28		
Reel	Divulgação de Livro	Vídeo de divulgação do livro "Neve" de John Banville. O vídeo mostra algumas pessoas.	20/12/23		34	0	0	2	1	1290	1816	37	2159 4 seg	
Imagem - Carrossel	Divulgação de Livro - Temática - Lembrar 2023 Literatura Juvenil	8 imagens. A primeira mostra um rapaz a ler um livro, as seguintes têm cada uma a capa do livro sugerido, e, por detrás as cores da capa.	22/12/23	11:00	56	0	0	0	1	490	517	57		
Imagem - Carrossel	Divulgação de Livro - Temática - Lembrar 2023 Fantasia	5 imagens. A primeira mostra um livro aberto e um recorte de dragão em papel por cima, as seguintes têm cada uma a capa do livro sugerido, e, por detrás as cores da capa.	26/12/23	11:00	82	1	0	1	5	580	688	89		

INSTAGRAM														
Media	Post (Tipologia)	Media (Tipologia)	Data	Hora	Nº Likes	Nº comentários	Nº de Respostas	Nº Partilhas	Nº Item Guardado	Alcance	Impressões	Interações	Reproduções	Tempo Médio de Visualização
Imagem	Divulgação de Livro	Imagem com dois livros de V. E. Schwab "Vidioso" e "Vingativo", com a capa do Vingativo ampliada como fundo de imagem.	29/12/23	12:00	127	1	0	2	4	690	744	134		

FACEBOOK													
Media	Post (Tipologia)	Media (Tipologia)	Data	Hora	Nº Likes	Nº comentários	Nº de Respostas	Nº Partilhas	Nº Item Guardado	Alcance	Impressões	Interações	Cliques Ligação
Imagem - Carrossel	Divulgação de Livro - Temática - Livros para os amantes de um bom mistério	5 imagens. Todas com o mesmo fundo de cor sólida azul. Na primeira imagem temos em destaque as palavras "Livros Para os Amantes de um Bom Mistério". As restantes imagens apresentam entre 3 a 2 capas de livros como sugestão de leitura.	01/11/23	12:00	2	0	0	0	0	235	245	2	1
Imagem	Divulgação de Livro	Capa do livro "A Velha Senhora Webster" de Caroline Blackwood, o fundo da imagem é a foto da capa do livro ampliada.	02/11/23	19:00	5	0	0	2	0	878	943	7	0
Imagem - Carrossel	Divulgação de Livro	4 imagens. Todas elas contam com a capa do livro de Augusto Abelaira "Bolo", a primeira mostra só a capa, enquanto que as restantes 3 têm excertos do livro.	04/11/23	11:00	4	0	0	1	0	353	369	5	0
Imagem - Carrossel	Divulgação de Livro	3 imagens. Na primeira imagem temos o livro Atalanta de Jennifer Saint, e o fundo da imagem é uma ampliação da capa, as restantes duas imagens apresentam o mesmo fundo e têm excertos do livro.	05/11/23	12:00	3	0	0	1	0	239	248	4	0
Imagem - Carrossel	Divulgação de Livro - Título selecionados para a lista da Visão J. Que livros recentes vale a pena os alunos conhecerem?	3 imagens. Cada uma tem a capa do livro e por baixo a mesma capa ampliada.	07/11/23	11:00	4	0	0	1	0	298	304	5	0
Imagem - Carrossel	Divulgação de Novo Livro	3 imagens. Cada uma com uma das mais recentes novidades de literatura infantil, cada imagem tem ao centro a capa do livro e por baixo a mesma capa ampliada.	08/11/23	16:30	3	0	0	0	0	140	142	2	0
Imagem	Divulgação de Novo Livro	Imagem com a capa de o livro de Audrey Burges "A Mansão Minúscula de Myra Malone". O fundo da imagem é a versão ampliada da capa.	09/11/23	17:00	1	0	0	1	0	180	184	2	0
Imagem	Divulgação de Novo Livro	Imagem com a capa de o livro de V. E. Schwab "Vingativo". O fundo da imagem é a versão ampliada da capa.	10/11/23	15:00	3	0	0	0	0	143	148	3	0
Imagem	Divulgação de Novo Livro	Imagem com uma pessoa, retirada do jornal Público, com letras a amarelo grande "saim se faz Portugal" e com os nomes de Luísa Costa Gomes, Felipe Homem Fonseca, Afonso Cruz e Manuel Monteiro.	12/11/23	12:00	2	0	0	0	0	136	139	2	0
Imagem - Carrossel	Divulgação de Livro	3 imagens. Uma com a capa do livro "A Velha Senhora Webster" de Caroline Blackwood, o fundo da imagem é a foto da capa do livro ampliada. As duas restantes têm o mesmo fundo e uns excertos do livro por cima.	13/11/23	12:00	4	0	0	0	1	138	142	5	0
		Realizado pela Fnac Kids. A imagem mostra											

NOVEMBRO

FACEBOOK													
Media	Post (Tipologia)	Media (Tipologia)	Data	Hora	Nº Likes	Nº comentários	Nº de Respostas	Nº Partilhas	Nº Item Guardado	Alcance	Impressões	Interações	Cliques Ligação
Imagem	Evento - Sessão de Apresentação - O Vendedor do tempo	Realizado pela Fnac Kids. A imagem mostra a capa do livro no canto superior esquerdo, o título do livro ao centro com as informações do evento e no canto superior e inferior direito os símbolos Fnac Kids e Cultura Fnac.	14/11/23	15:00	3	0	0	0	0	130	135	3	0
Imagem - Carrossel	(REPETIÇÃO) Divulgação de Novo Livro	3 imagens. Uma com a capa de o livro de Audrey Burges "A Mansão Minúscula de Myra Malone". O fundo da imagem é a versão ampliada da capa. As duas restantes têm o mesmo fundo e apresentam excertos do livro.	15/11/23	11:00	3	0	0	2	0	469	473	4	0
Imagem	Divulgação de Livro	Imagem com a capa de o livro de Drew Magary "A Caminhada". O fundo da imagem é a versão ampliada da capa.	16/11/23	13:00	2	0	0	2	0	96	102	3	0
Imagem - Carrossel	Divulgação de Livro - Temática - Livros para os Românticos Incuráveis	6 imagens. Fundo de cor sólida rosa, com vários elementos/desenhos a branco, uma das imagens serve de capa com a frase "Livros Para os Românticos Incuráveis", o resto tem diversas capas de livros como sugestões.	17/11/23	12:00	4	0	0	0	0	168	182	4	0
Imagem	Divulgação de Livro	Imagem de divulgação dos 3 livros de Jennifer Saint, a imagem tem o nome da autora e na frente temos os 3 livros Ariadne, Electra e Atalanta.	20/11/23	16:00	11	0	0	3	0	303	315	14	0
Imagem	Divulgação de Livro	Imagem do livro Atalanta de Jennifer Saint em comemoração da sua nomeação para os Goodreads Choice Awards de 2023.	22/11/23	13:00	5	0	0	3	0	213	225	8	0
Imagem - Carrossel	Divulgação de Livro	4 imagens. Todas elas contam com a capa do livro de John Banville "Neve", a primeira mostra só a capa, enquanto que as restantes 3 têm elogios da imprensa ao livro.	27/11/23	17:00	2	0	0	1	0	177	183	3	0
Imagem - Carrossel	Evento - Sessão de Apresentação - Assim se faz Portugal	2 imagens. A primeira referente a um evento da Fnac - Book Talks que irá se debater sobre o livro de chancela Assim se faz Portugal, na imagem constam também as informações sobre o evento. Na segunda imagem temos a capa do livro, com o fundo igual à capa mas ampliado.	30/11/23	16:30	0	0	0	0	0	176	188	0	0

N

FACEBOOK														
Media	Post (Tipologia)	Media (Tipologia)	Data	Hora	Nº Likes	Nº comentários	Nº de Respostas	Nº Partilhas	Nº Rem Guardado	Alcance	Impressões	Interações	Cliques Ligação	
DEZEMBRO	Imagem - Carrossel	Divulgação de Livro	3 imagens. A primeira com a capa do livro "A Viagem do Pai Natal", as duas restantes são excertos do livro em questão.	05/12/23	17:00	1	0	0	0	0	50	55	1	0
	Imagem - Carrossel	Divulgação de Livro	6 imagens. A primeira mostra a capa do livro Grandes Ideias para Mentes Curiosas, as seguintes trazemos excertos do livro.	05/12/23	17:01	2	0	0	2	0	407	443	3	0
	Imagem - Carrossel	Divulgação de Livro - Temática - Lembrar 2023 Thriller e Policial	10 imagens. A primeira mostra uma vela acesa com um livro aberto, as seguintes têm cada uma a capa do livro sugerido, e, por detrás a capa ampliada ou cor sólida.	06/12/23	11:01	3	0	0	2	0	248	278	5	1
	Imagem	Divulgação de Livro - Melhores do ano Visão Júnior	Capa do livro "A Ladra que Cantava Tempestades" de Sophie Anderson, por detrás está a capa ampliada e no canto superior esquerdo temo o simbolada visão Júnior e melhores do ano.	09/12/23	11:00	3	0	0	3	0	415	415	5	0
	Imagem - Carrossel	Divulgação de Livro - Temática - Lembrar 2023 Bestsellers Internacionais	8 imagens. A primeira mostra uma vários livros com algumas flores decorativas, as seguintes têm cada uma a capa do livro sugerido, e, por detrás as cores da capa.	12/12/23	11:01	3	0	0	3	0	342	371	6	0
	Video	Divulgação de Livro	Video de divulgação do livro "Senhora Webster" de Caroline Stackwood.	14/12/23	13:36	1	0	0	0	0	80	84	1	0
	Imagem	Divulgação de Livro	Imagem do livro "21 Dias de Lua" de Urbano Tavares Rodrigues.	14/12/23	15:00	1	0	0	0	0	269	280	1	0
	Imagem - Carrossel	Divulgação de Livro - Temática - Lembrar 2023 Clássicos da Literatura	9 imagens. A primeira mostra uma vários livros com uma estátua de uma cabeça a sugarar mel, as seguintes têm cada uma a capa do livro sugerido, e, por detrás as cores da capa.	15/12/23	11:01	4	0	0	0	0	870	916	4	0
	Imagem	Divulgação de Livro	Imagem da capa do livro "Assim se faz Portugal".	18/12/23	14:00	1	0	0	1	0	187	202	2	0
	Imagem - Carrossel	Divulgação de Livro - Temática - Lembrar 2023 Literatura Infantil	10 imagens. A primeira mostra uma menina a ler um livro com um urso de peluche ao lado, as seguintes têm cada uma a capa do livro sugerido, e, por detrás as cores da capa.	19/12/23	11:01	3	0	0	0	0	361	387	3	0
	Imagem - Carrossel	Divulgação de Livro - Temática - Lembrar 2023 Literatura Juvenil	8 imagens. A primeira mostra um rapaz a ler um livro, as seguintes têm cada uma a capa do livro sugerido, e, por detrás as cores da capa.	22/12/23	11:00	3	0	0	0	0	198	236	3	0
	Imagem - Carrossel	Divulgação de Livro - Temática - Lembrar 2023 Fantasia	5 imagens. A primeira mostra um livro aberto e um recorte de dragão em papel por cima, as seguintes têm cada uma a capa do livro sugerido, e, por detrás as cores da capa.	26/12/23	11:00	2	0	0	0	0	604	627	2	0
	Imagem	Divulgação de Livro	Imagem com dois livros de V. E. Schwab "Vicioso" e "Vingativo", com a capa do "Vingativo" ampliada como fundo de imagem.	29/12/23	12:00	1	0	0	1	0	181	202	2	0

Histórias Instagram							
Dia	Número de histórias	Tipologia	Alcance (Total)	Gostos/Reações (Total)	Partilhas (Total)	Impressões (Total)	Interações (Total)
NOVEMBRO	02/11/23	1 Vídeo (divulgação de livro)	121	1	0	123	1
	08/11/23	1 Imagem (divulgação de vídeo)	216	0	0	217	0
	10/11/23	1 Imagem	184	4	0	185	4
	11/11/23	2 Vídeos (2 republicação de mencionados)	103	1	0	196	1
	20/11/23	1 Vídeo (divulgação de livro)	144	4	0	144	4
	24/11/23	8 Vídeo e Imagem (republicação de menções e divulgação de livros)		4	0	649	4

Histórias Instagram							
Dia	Número de histórias	Tipologia	Alcance (Total)	Gostos/Reações (Total)	Partilhas (Total)	Impressões (Total)	Interações (Total)
DEZEMBRO	12/12/23	2 Imagem (2 imagens de divulgação de evento)	325	3	0	328	3
	14/12/23	1 Imagem	211	1	0	213	1
	18/12/23	2 Imagem (2 imagens, uma é republicação de menção e a outra divulgação de livro)	445	1	0	402	1
	20/12/23	2 Imagem e Vídeo	371	4	0	373	4
	28/12/23	1 Imagem (republicação de menção)	326	0	0	326	0

Visão Geral Instagram - Novembro				Visão Geral Instagram - Dezembro				Seguidores	
Média de Posts	Alcance/Impressões	Interações com Conteúdo	Cliques em Ligações	Média de Posts	Alcance/Impressões	Interações com Conteúdo	Cliques em Ligações	Novembro	Dezembro
19 posts e 14 histórias	1.200 Alcance de 4,3% - Orgânico 4,6% (1216) Alcance 100% (0)	105 (Interac 25%)	4 (Menção de 100%)	14 posts e 8 histórias	1.400 Alcance de 13,3% - Orgânico 13,3% (1400) Alcance 0% (0)	110 (Interac 21,5%)	0 (0%)	2.141	2.262 Alcance de 113

Visão Geral Facebook - Novembro				Visão Geral Facebook - Dezembro				Seguidores	
Média de Posts	Alcance/Impressões	Interações com Conteúdo	Cliques em Ligações	Média de Posts	Alcance/Impressões	Interações com Conteúdo	Cliques em Ligações	Novembro	Dezembro
12 posts	6.109 Alcance de 16,7% - Orgânico 16,7% (6109) Alcance 0%	141 (Interac 23,1%)	1 (0%)	12 posts	4.108 Alcance de 37% - Orgânico 37,5% (1548) Alcance 0%	88 (Interac 21,4%)	1 (0%)	3.716	3.112 Alcance de 4

Edições 70

INSTAGRAM															
Media	Post (Tipologia)	Média (Tipologia)	Data	Hora	NT Livros	NT comentários	NT de Respostas	NT Partilhas	NT Item Guardado	Alcance	Impressões	Interações	Reproduções	Tempo Médio de visualização	
MBRO	Divulgação de Livro - Temática - Terremoto de Lisboa	Imagem - Camosell	01/11/23	10:30	104	2	0	1	8	731	835	115			
	Divulgação de Novo Livro	Imagem	02/11/23	17:01	47	0	0	2	6	627	677	55			
	Divulgação de Livro - Temática - Igreja Católica	Imagem - Camosell	03/11/23	11:01	76	1	0	0	17	521	637	94			
	Divulgação de Livro	Imagem - Camosell	06/11/23	11:01	58	6	0	1	11	531	642	76			
	Promoção do Autor em Destaque no Instagram - Festival Literário	Reel		07/11/23		0	0	0	0	0	9	8	0	9	3 seg
	Divulgação de Livro	Imagem	07/11/23	13:00	43	0	0	1	9	475	503	53			
	Divulgação de Livro	Imagem	08/11/23	10:30	52	0	0	1	3	597	550	56			
	Divulgação de Novo Livro (Edições 70)	Imagem	09/11/23	11:00	99	0	0	1	11	668	698	111			
	Divulgação de Livro - Temática - Filosofia e Vida Feliz	Imagem - Camosell	10/11/23	17:01	61	0	0	0	10	573	699	71			
	Divulgação de Livro	Imagem - Camosell	13/11/23	11:01	44	0	0	0	4	428	522	48			
	Divulgação de Livro	Imagem	14/11/23	10:00	81	0	0	1	14	697	723	96			
	Divulgação de Livro - Temática - Renascimento	Imagem	15/11/23	10:01	100	2	0	2	23	636	785	127			
	Divulgação de Novo Livro	Imagem	16/11/23	10:00	35	0	0	1	0	479	505	16			
	Divulgação de Livro	Imagem	17/11/23	12:00	80	0	0	2	18	650	696	100			
	Divulgação de Livro	Imagem - Camosell	18/11/23	10:19	44	0	0	0	3	373	453	47			
	Evento - Sessão de Apresentação - Salazar de Yves Léonard	Imagem - Camosell		20/11/23	10:01	23	0	0	1	283	335	24			
Divulgação de Livro	Imagem	20/11/23	18:08	137	0	0	1	16	1043	110	178				

INSTAGRAM															
Media	Post (Tipologia)	Media (Tipologia)	Data	Hora	NT Likes	NT comentários	NT de Respostas	NT Partilhas	NT Item Guardado	Alcance	Impressões	Interações	Reproduções	Tempo Médio de Visualização	
NOVEMBRO	Imagem - Camiseta	Divulgação de Livro - Temática - A.C. Grayling	5 imagens. Primeira com a foto de A. C. Grayling e obras essenciais por cima, as restantes imagens têm como fundo a foto da capa do autor e por cima as capas dos livros das sugestões de leitura.	23/11/23	10:00	44	0	0	1	10	494	584	55		
	Reel	REPETIÇÃO Divulgação de Livro - Temática - Filosofia e Vida Feliz	Formato vídeo do post realizado anteriormente de 8 imagens, com a primeira sendo uma pintura de época grega, e o resto "Obras Essenciais - Filosofia e Vida Feliz", as restantes 7 imagens suportam a pintura de fundo com as capas das sugestões de leitura.	23/11/23		0	0	0	0	4	4	0	3	3 s	
	Imagem	Divulgação de Livro - Temática - Convertera ao filme Napoleão	Imagem com a capa de livro "Napoleão - Uma vida Política" de Steven Englund, e como fundo a mesma capa ampliada.	22/11/23	11:00	77	0	0	4	10	665	696	85		
	Reel	Divulgação de Livro - Temática - Idade Média	Vídeo com sugestões de livros dentro do tema Idade Média, de fundo em todos aparece um recorte de uma pintura.	22/11/23		31	1	0	0	5	275	285	37		
	Imagem - Camiseta	Evento - Sessão de Apresentação - Os 100 Melhores Planos do Cinema (100 autores, 100 planos)	4 imagens. A primeira com a capa do livro, e nas restantes temos as várias datas das sessões de apresentação que vão decorrer, todos com fundo de cor branca e do lado esquerdo os detalhes e do lado direito a capa do livro.	22/11/23	18:30	25	0	0	0	1	286	355	29		
	Imagem - Camiseta	Divulgação de Livro - Temática - Metafísica	7 imagens. A primeira é a capa com um recorte de um quadro e as palavras "Obras Essenciais - Metafísica" ao centro. As seguintes imagens têm a mesma foto de fundo e a primeira nível as capas dos livros sugeridos sobre a temática.	23/11/23	11:01	85	0	0	2	21	572	681	108		
	Imagem	Divulgação de Livro	Imagem da capa do livro "A Felicidade Paradoxal - Ensaio sobre a Sociedade do Hiperconsumo", com uma foto com a cara do autor por detrás.	24/11/23	12:15	64	1	0	1	4	692	714	70		
	Imagem	REPETIÇÃO Divulgação de Livro	Imagem com várias pessoas num set de filmagem e o nome do livro em grande destaque central - Os 100 Melhores Planos do Cinema - 100 Autores, 100 Planos. E o nome do coordenador Nelson Araújo ao canto superior esquerdo.	25/11/23	09:25	27	0	0	1	3	471	482	31		
	Imagem	REPETIÇÃO Divulgação de Livro	Imagem com a capa do livro "Elogio da Loucura" de Erasmo de Roterdão e em o fundo a replicar a capa, no canto superior esquerdo com Rita cois amarela está lá o nome do programa - Programa Cujos Nomes Estamos Legitimamente Impedidos de Dizer, foi sugerição de Ricardo Araújo Pereira na habitual reunião semanal na SIC Notícias.	27/11/23	10:01	55	0	0	1	4	473	504	60		
	Reel	Divulgação de livro em Televisão	Excerto de vídeo do Programa Cujos Nomes Estamos Legitimamente Impedidos de Dizer da SIC Notícias no qual Ricardo Araújo Pereira recomenda um livro das Edições 70 - "Elogio da Loucura".	27/11/23		21	0	0	1	1	362	376	73	391	8 s
Imagem	Divulgação de Livro	Imagem da capa do livro "O Mar e a Civilização - Uma história Marítima do Mundo".	28/11/23	10:00	64	0	0	1	15	515	547	89			
Imagem	Divulgação de Livro	Imagem da capa do livro "O Estilo Transcendental no Cinema" de Paul Schrader, com fundo de cor sólida branca.	29/11/23	10:00	31	0	0	1	4	489	467	36			
Imagem - Camiseta	Divulgação de Livro - Temática - História de França (filme do Napoleão)	6 imagens. Por causa do lançamento do filme Napoleão. A imagem de capa conta com um recorte de uma pintura alusiva à revolução francesa, com o título "Obras Essenciais - História de França" com foco principal. As seguintes imagens têm a mesma pintura de fundo e as capas dos livros sugeridos como primeiro plano.	30/11/23	10:01	125	1	0	4	47	934	1122	177			

INSTAGRAM															
Media	Post (Tipologia)	Media (Tipologia)	Data	Hora	NT Likes	NT comentários	NT de Respostas	NT Partilhas	NT Item Guardado	Alcance	Impressões	Interações	Reproduções	Tempo Médio de Visualização	
DEZEMBRO	Imagem - Camiseta	Divulgação de Livro - Temática - Lembrez 2023 Biografia	5 imagens. Primeira com a foto de Napoleão e as palavras "Lembrez 2023 Biografia", as próximas imagens têm cada uma uma imagem de uma capa de livro sugerida.	04/12/23	11:00	100	2	0	2	14	860	993	120		
	Reel	REPETIÇÃO Divulgação de Livro - Temática - Biografia	Vídeo com as mesmas imagens do post realizado no dia anterior	05/12/23		13	0	0	1	1	159	166	15		
	Imagem - Camiseta	Divulgação de Livro - Temática - Lembrez 2023 Poetas e Críticos	10 imagens. A primeira com o recorte de uma pintura de um senhor a escrever, de seguida as próximas apresentam cada uma a capa do livro sugerido para a temática.	07/12/23	17:00	85	0	0	0	17	730	850	102		
	Imagem - Camiseta	Divulgação de Livro - Temática - Lembrez 2023 História	10 imagens. A primeira mostra o recorte de uma pintura, as seguintes têm cada uma a capa de um livro, e por detrás a capa ampliada.	11/12/23	11:01	117	1	0	1	41	923	1.079	160		
	Reel	Divulgação de livro em Televisão	Excerto de vídeo da SIC Notícias no qual Pedro Maia recomenda um livro das Edições 70 - "A Última Tensão".	11/12/23		20	0	0	1	1	439	452	78	450	9 s
	Reel	REPETIÇÃO Divulgação de Livro - Temática - Lembrez 2023 Biografia	Formato vídeo do post publicado anteriormente sobre esta temática.	12/12/23		12	0	0	0	0	163	174	12	180	5 s
	Imagem - Camiseta	Divulgação de Livro - Temática - Lembrez 2023 Política	10 imagens. A primeira mostra o recorte de uma pintura, as seguintes têm cada uma a capa do livro sugerido, e por detrás a capa ampliada ou cor sólida.	14/12/23	11:00	125	1	0	0	48	1064	1223	174		
	Imagem - Camiseta	Divulgação de Livro - Temática - Lembrez 2023 Filosofia	10 imagens. A primeira mostra o recorte de uma pintura, as seguintes têm cada uma a capa do livro sugerido, e por detrás a capa ampliada ou cor sólida.	18/12/23	11:01	106	1	0	1	21	886	1010	129		
	Imagem - Camiseta	Divulgação de Livro - Temática - Lembrez 2023 Sociologia e Antropologia	8 imagens. A primeira mostra o recorte de uma pintura, as seguintes têm cada uma a capa do livro sugerido, e por detrás a capa ampliada ou cor sólida.	21/12/23	11:00	85	1	0	0	20	720	973	106		
	Imagem - Camiseta	Divulgação de Livro - Temática - Lembrez 2023 Arte e Literatura	9 imagens. A primeira mostra o recorte de uma pintura, as seguintes têm cada uma a capa do livro sugerido, e por detrás a capa ampliada ou cor sólida.	26/12/23	11:00	104	0	0	1	19	887	1005	124		
Imagem	Divulgação de Livro - Melhores do ano Expresso	Capa do livro "Passar das Marcas - Os bastidores da Guerra de Putin contra a Ucrânia" de Owen Matthews.	27/12/23	11:00	19	0	0	0	2	515	530	21			
Imagem	Divulgação de Livro - Melhores do ano Público	Capa do livro "Um País em Bicos de Pálio" de Diogo Ramada Curto.	28/12/23	11:00	53	0	0	0	6	785	806	59			
Imagem - Camiseta	Divulgação de Livro - Observador	6 imagens. Capa com recorte de pintura e no canto superior direito "Observador - Melhores do Ano", as seguintes têm cada uma a capa do livro, e por detrás a capa ampliada ou cor sólida.	29/12/23	11:00	66	0	0	0	13	624	734	79			

FACEBOOK													
Media	Post (Tipologia)	Media (Tipologia)	Data	Hora	Nº Likes	Nº comentários	Nº de Respostas	Nº Partilhas	Nº Item Guardado	Alcance	Impressões	Interações	Clicks Ligação
Imagem - Carrossel	Divulgação de Livro - Temática - Termino de Lisboa	Dois imagens de duas capas de livros da Edição 70 sobre o terminoto de Lisboa. Uns de Voltaire- Poemas sobre o Desastre de Lisboa em 1755, com um fundo de cor sólida. E o outro de Immanuel Kant - Escritos sobre o Termino de Lisboa, com um fundo de uma imagem descritiva do terminoto.	01/11/23	10:30	6	0	0	0	1	260	292	7	0
Imagem	Divulgação de Novo Livro	Imagem com a capa do novo livro da chancela Edição 70 "Que é a Propriedade? Ou Investigações sobre o Princípio do Direito e do Governo", com o combinado com a capa.	02/11/23	17:01	5	0	0	4	1	363	409	10	0
Imagem - Carrossel	Divulgação de Livro - Temática - Igreja Católica	7 imagens. 1 com imagem alusiva à Igreja Católica e a frase "História do Catolicismo" e as restantes 6 imagens conta com a mesma foto de fundo e com a capa de um livro.	03/11/23	11:01	19	0	0	7	1	834	930	22	0
Imagem - Carrossel	Divulgação de Livro	4 imagens. A primeira com um fundo de cor sólida com uma pequena animação, e com destaque para o título do livro "Sobre a Velhice, no quarto superior esquerdo "Cicero" e em menor destaque "Tradução de D. Francisco Alexandre Lobo", as restantes imagens tem frases que remetem ao livro, com o mesmo fundo.	06/11/23	11:01	10	0	0	4	0	433	481	11	0
Imagem	Divulgação de livro em Televisão	Excerto de vídeo do Leste/Oeste da Sic Notícias no qual Nuno Rogeiro recomenda um livro da Edição 70 "Constantinople".	06/11/23	17:30	11	1	0	0	0	227	241	12	0
Imagem	Divulgação de Livro	Imagem com capa do livro de "Victor Sebestyen - A Revolução Russa"	07/11/23	13:00	10	0	0	2	0	280	306	12	0
Imagem	Divulgação de Livro	Imagem de cor neutra com o título do livro a grande, em destaque temos a capa do livro de Paul Ricoeur - Filosofia, ética e política	08/11/23	10:30	29	0	0	3	1	721	754	33	0
Imagem	Divulgação de Novo Livro	Imagem com a capa do livro "Elogio da Loucura" de Bruno de Bontempo e com o fundo a replicar a capa.	09/11/23	11:00	26	0	0	2	2	486	524	30	4
Imagem - Carrossel	Divulgação de Livro - Temática - Filosofia e Vida Feliz	Imagem com o fundo de cor neutra e o nome do livro "Obras Essenciais - Filosofia e Vida Feliz", as restantes 7 imagens suportam a pintura de fundo com as capas das seguintes de leitura.	10/11/23	17:01	22	0	0	0	2	734	855	24	1
Imagem - Carrossel	Divulgação de Livro	4 imagens. A primeira com um fundo da capa do livro ampliada, e por cima em destaque a capa do livro de Yves Léonard - "Salazar" as restantes imagens têm frases do livro.	13/11/23	11:01	7	0	0	1	0	306	335	8	0
Imagem	Divulgação de Livro	Fundo igual à capa do livro "Árabes" de Tim Mackintosh Smith com a capa em destaque.	14/11/23	10:00	23	0	0	1	0	441	459	24	0
Imagem	Divulgação de Livro - Temática - Renascimento	5 imagens. Primeira com a obra de Botticelli - O Nascimento de Vénus e as palavras "Obras Essenciais - Renascimento", as outras 4 imagens mostram o quadro por detrás e as capas das seguintes de leitura.	15/11/23	10:01	28	0	0	5	1	1230	1371	34	0
Imagem	Divulgação de Novo Livro	Imagem com várias pessoas num set de filmagem e o nome do livro em grande destaque central - Os 100 Melhores Planos do Cinema - 100 Autores, 100 Planos. E o nome do coordenador Nelson Araújo no canto superior esquerdo.	16/11/23	10:00	29	1	0	8	0	1946	2021	38	0
Imagem	Divulgação de Livro	Imagem com a capa do livro "Medo da Liberdade" de Erich Fromm e com o fundo a replicar a capa.	17/11/23	12:00	28	0	0	6	0	1554	1590	34	0
Imagem - Carrossel	Divulgação de Livro	4 imagens. A primeira com a capa ampliada do livro "Elogio da Loucura". As restantes 3 imagens tem como fundo a mesma imagem, com frases do livro.	18/11/23	10:19	12	0	0	3	0	294	325	15	0
Imagem - Carrossel	Evento - Sessão de Apresentação - Salazar de Yves Léonard	2 imagens, a primeira com o fundo ampliada da foto da capa e respetiva capa por cima. A segunda imagem, conta com a descrição do nome do evento, apresentadores assim como da data, hora e local. Num dos cantos está a capa do livro.	20/11/23	10:01	1	0	0	0	0	118	132	1	0
Imagem	Divulgação de Livro	Capa do livro "Mundos em Guerra" de Anthony Pagden	20/11/23	18:00	6	0	0	0	0	240	259	12	0

FACEBOOK													
Media	Post (Tipologia)	Media (Tipologia)	Data	Hora	Nº Likes	Nº comentários	Nº de Respostas	Nº Partilhas	Nº Item Guardado	Alcance	Impressões	Interações	Clicks Ligação
Imagem - Carrossel	Divulgação de Livro - Temática - A. C. Grahl	5 imagens. Primeira com a foto de A. C. Grahl e obras essenciais por cima, as restantes imagens têm como fundo a foto de capa do autor e por cima as capas dos livros das seguintes de leitura.	21/11/23	10:00	24	0	0	0	6	1670	1802	32	0
Imagem	Divulgação de Livro - Temática - Conectada ao Filme Napoleão	Imagem com a capa de livro "Napoleão - Uma vida Pelicla" de Steven Englund, e como fundo a mesma capa ampliada.	22/11/23	11:00	36	3	0	4	0	1815	1907	43	0
Imagem - Carrossel	Evento - Sessão de Apresentação - Os 100 Melhores Planos do Cinema (100 autores, 100 planos)	4 imagens. A primeira com a capa do livro, e nas restantes temos as várias capas das sessões de apresentação que vão decorrer, todas com fundo de cor branca e do lado esquerdo os detalhes e do lado direito a capa do livro.	22/11/23	18:30	3	0	0	0	0	363	394	3	0
Imagem - Carrossel	Divulgação de Livro - Temática - Metafísica	7 imagens. A primeira é a capa com um recorte de um quadro e as palavras "Obras Essenciais - Metafísica" ao centro. As seguintes imagens têm a mesma foto de fundo e a primeira nível as capas dos livros sugeridos sobre a temática.	23/11/23	11:01	55	1	0	18	7	4806	5221	81	8
Imagem	Divulgação de Livro	Imagem da capa do livro "A Felicidade Paradoxal - Ensaio sobre a Sociedade do Hiperconsumo", com uma foto com a cara do autor por debaixo.	24/11/23	12:15	26	0	0	7	0	1917	2120	33	0
Imagem	REPETIÇÃO Divulgação de Livro	Imagem com várias pessoas num set de filmagem e o nome do livro em grande destaque central - Os 100 Melhores Planos do Cinema - 100 Autores, 100 Planos. E o nome do coordenador Nelson Araújo no canto superior esquerdo.	25/11/23	09:25	5	1	0	1	0	422	454	7	0
Imagem	REPETIÇÃO Divulgação de Livro	Imagem com a capa do livro "Elogio da Loucura" de Bruno de Roberto e com o fundo a replicar a capa, no canto superior esquerdo com fita cola amarela está lá o nome do programa - Programa cujo Nome Estamos Legalmente Impedidos de Dizer, foi sugerido de Ricardo Araújo Pereira na habitual reunião semanal na SIC Notícias.	27/11/23	10:01	29	0	0	4	0	760	824	33	0
Imagem	Divulgação de Livro	Imagem da capa do livro "O Mar e a Civilização - Uma história Marítima do Mundo".	28/11/23	10:00	34	1	0	4	2	811	972	41	0
Imagem	Divulgação de Livro	Imagem da capa do livro "O Estilo Transcendental no Cinema" de Paul Schrader, com fundo de cor sólida neutra.	29/11/23	10:00	22	1	0	2	0	772	829	25	0
Imagem - Carrossel	Divulgação de Livro - Temática - História de França	6 imagens. Por causa do lançamento do filme Napoleão. A imagem de capa conta com um recorte de uma pintura alusiva à revolução francesa, com o título - "Obras Essenciais - História de França" com foco principal. As seguintes imagens têm a mesma pintura de fundo e as capas dos livros sugeridos como primeiro plano.	30/11/23	10:01	16	0	0	2	0	565	643	18	1

FACEBOOK													
Media	Post (Tipologia)	Media (Tipologia)	Data	Hora	Nº Likes	Nº comentários	Nº de Respostas	Nº Partilhas	Nº Item Guardado	Alcance	Impressões	Interações	Cliques Ligação
DEZEMBRO	Imagem - Carrossel	Divulgação de Livro - Temática - Lembrar 2023 Biografia	04/12/23	11:00	6	0	0	0	0	372	410	6	0
	Imagem - Carrossel	Divulgação de Livro - Temática - Lembrar 2023 História	07/12/23	17:00	18	0	0	0	0	1010	1101	18	0
	Imagem - Carrossel	Divulgação de Livro - Temática - Lembrar 2023 História	11/12/23	11:01	25	1	0	4	0	772	882	30	0
	Imagem - Carrossel	Divulgação de Livro - Temática - Lembrar 2023 Política	14/12/23	11:00	14	0	0	2	0	468	517	16	0
	Imagem - Carrossel	Divulgação de Livro - Temática - Lembrar 2023 Ficção	18/12/23	11:01	34	1	0	4	0	2656	3084	38	0
	Imagem - Carrossel	Divulgação de Livro - Temática - Lembrar 2023 Ficção	21/12/23	11:00	18	0	0	1	1	513	576	20	0
	Imagem - Carrossel	Divulgação de Livro - Temática - Lembrar 2023 Ficção	26/12/23	11:00	25	0	0	4	1	2006	2114	20	0
	Imagem	Divulgação de Livro - Temática - Lembrar 2023 Ficção	27/12/23	11:00	2	0	0	0	0	206	222	2	0
	Imagem	Divulgação de Livro - Temática - Lembrar 2023 Ficção	28/12/23	11:00	16	0	0	3	0	533	580	19	0
	Imagem - Carrossel	Divulgação de Livro - Temática - Lembrar 2023 Ficção	29/12/23	11:00	14	0	0	2	1	1567	1643	17	0

Histórias Instagram							
Dia	Número de histórias	Tipologia	Alcance (Total)	Gostos/Reações (Total)	Partilhas (Total)	Impressões (Total)	Interações (Total)
02/11/23	1	/	406	8	0	406	8
09/11/23	1	Vídeo	193	8	0	194	8
18/11/23	4	Vídeo	553	30	0	555	30
21/11/23	5	Vídeo	643	11	0	644	11
23/11/23	7	Vídeo	783	18	0	785	18
24/11/23	1		327	8	0	328	8
25/11/23	1	Vídeo	189	4	0	191	4
27/11/23	1	Foto	263	1	0	265	1
06/12/23	1	Foto	251	4	0	252	4
12/12/23	1	Vídeo	201	5	0	202	5

Visão Geral Instagram - Novembro				Visão Geral Instagram - Dezembro				Seguidores	
Número de Posts	Alcance/Impressões	Interações com Conteúdo	Cliques em Ligações	Média de Posts	Alcance/Impressões	Interações com Conteúdo	Cliques em Ligações	Novembro	Dezembro
30 posts e 21 histórias	2.400 Decida de 16,7% - Orgânico 16,7% (1382) Anúncios 0%	2.100 (teor 21,2%)	6 (decida de 100%)	13 posts e 2 histórias	2.100 Decida de 13,6% - Orgânico 13,6% (1090) Anúncios 100% (1)	1.200 (teor 41,3%)	0	2 868	2 960 Subida de 92

Visão Geral Facebook - Novembro				Visão Geral Facebook - Dezembro				Seguidores	
Média de Posts	Alcance/Impressões	Interações com Conteúdo	Cliques em Ligações	Média de Posts	Alcance/Impressões	Interações com Conteúdo	Cliques em Ligações	Novembro	Dezembro
16 posts	12.500 Subida de 55,4% - Orgânico 55,4% (12.463) Anúncios 0%	932 (subida de 2,8%)	14 (decida de 54,8%)	10 posts	7.600 Decida de 39,7% - Orgânico 39,7% (7378) Anúncios 0%	280 (teor 22,0%)	1 (decida de 93,3%)	3 516	3 556 Subida de 40

Edições Almedina

FACEBOOK													
Media	Post (Tipologia)	Media (Tipologia)	Data	Hora	Nº Likes	Nº comentários	Nº de Respostas	Nº Partilhas	Nº Item Guardado	Alcance	Impressões	Interações	Cliques Ligação
Imagem	Evento - Café dos Direitos	Imagem de divulgação de evento "Café dos Direitos", a imagem conta com a descrição do nome do evento, anfitrião e moderador, assim como da data, hora e local.	03/11/23	17:45	0	0	0	0	0	102	109	0	0
Imagem	Divulgação de Novo Livro - Edições Almedina	Imagem com a capa do novo livro "A Emergência e o Futuro do Corporate Governance em Portugal", com a foto de fundo a combinar com a capa.	02/11/23	09:30	4	0	0	0	0	102	108	4	0
Imagem	Divulgação de Novo Livro - ACTUAL	Imagem com a capa do novo livro da coleção Actual "Verdades simples sobre Liderança", com fundo a combinar com a capa.	02/11/23	11:01	2	0	0	0	1	248	253	2	0
Imagem	Almedina Mais - Workshop Online	Foto com imagem de cor braca, com o símbolo do Almedina Mais e workshop online nos cantos superiores e a indicação da data do evento. De seguida mais abaixo tenho o valor e em grande destaque quem irá realizar o workshop - "Júdice Marques Costa" e o conteúdo "A Exoneração do Passivo Resistente e o destino da Casa de Morada de Família".	02/11/23	16:36	0	0	0	0	0	147	150	0	0
Imagem	Divulgação BDUR	Imagem em fundo azul, com o símbolo da BDUR em destaque.	03/11/23	09:18	1	0	0	0	0	158	164	1	1
Imagem	Almedina Mais - Workshop Online	Foto com imagem de cor braca, com o símbolo do Almedina Mais e workshop online nos cantos superiores e a indicação da data do evento. De seguida em grande destaque quem irá realizar o workshop - "Júdice Marques Costa" e o conteúdo "Sociedades Familiares e Reconhecimento da Personalidade Jurídica".	03/11/23	17:15	32	1	0	5	1	643	715	38	4
Link	Destaque - Observatório Almedina	Imagem da ligação ao site observatorio.almedina.pt, a foto mostra uma janela de uma loja com as palavras "Pay your Tax Now Here!" e como reflexo podemos observar alguns carros, e pessoas.	05/11/23	19:30	0	0	0	0	0	50	50	0	0
Imagem	Divulgação de Novo Livro - Edições Almedina	Capa do livro "Tratado de Direito do Trabalho Parte II - Situações laborais atípicas" e como fundo a respetiva capa do livro.	06/11/23	09:09	1	0	0	0	0	87	91	1	0
Imagem	Carrousel	4 imagens. A primeira com um fundo de cor sólida com uma pequena animação, e em destaque para o título do livro "Sobre a Veúlia, no quanto superior esquerdo "Cicero" e em menor destaque "Tradução de D. Francisco Alexandre Lobo", as restantes imagens tem frases que remetem ao livro, com o mesmo fundo.	06/11/23	11:01	0	0	0	0	0	164	174	0	0

FACEBOOK													
Media	Post (Tipologia)	Media (Tipologia)	Data	Hora	Nº Likes	Nº comentários	Nº de Respostas	Nº Partilhas	Nº Item Guardado	Alcance	Impressões	Interações	Cliques Ligação
Imagem	Almedina Mais - Workshop Online	Foto com imagem de cor braca, com o símbolo do Almedina Mais e workshop online nos cantos superiores e a indicação da data do evento. De seguida em grande destaque quem irá realizar o workshop - "Ana Siraque Coimbra" e o conteúdo "Simples Ambiental".	08/11/23	16:53	1	0	0	0	0	76	79	1	0
Imagem	Divulgação de Novo Livro - Edições Almedina	Capa do livro "Código Civil - Código de Processo Civil" e como fundo a respetiva capa do livro.	07/11/23	09:00	2	0	0	1	0	99	105	3	0
Imagem	Evento - Conversas Almedina (O Futuro da Ciência e da Universidade)	Imagem de divulgação de evento "Conversas Almedina", a imagem conta com a descrição do nome do evento, apresentação, coordenadora e organização, assim como da data, hora e local. Num dos cantos está a capa do livro.	07/11/23	12:00	6	0	0	1	0	241	246	9	0
Imagem	Divulgação de Novo Livro - Edições Almedina	Capa do livro "Teres - Tereza de Confiança e Responsabilidade Civil" e como fundo a respetiva capa do livro.	07/11/23	16:00	21	0	0	4	0	543	552	25	0
Imagem	Divulgação de Novo Livro - ACTUAL	Capa do livro "O Economista de Rua" e como fundo a respetiva capa do livro.	07/11/23	17:01	2	0	0	1	0	159	160	3	0
Imagem	Divulgação de Novo Livro - Edições Almedina	Capa do livro "Arrendamento Urbano - Constituição e Extinção" e como fundo a respetiva capa do livro.	08/11/23	09:07	2	0	0	0	0	69	73	2	0
Imagem	Divulgação de Novo Livro - Edições Almedina	Capa do livro "Finanças Públicas e Direito Patrimonial" e como fundo a respetiva capa do livro.	08/11/23	14:43	1	0	0	0	0	70	72	1	1
Imagem	Divulgação de Novo Livro - Edições Almedina	Capa do livro "Fraude em Portugal - Causas e Contornos" e como fundo branco.	08/11/23	15:00	1	0	0	0	0	62	64	1	0
Imagem	Almedina Mais - Workshop Online	Foto com imagem de cor braca, com o símbolo do Almedina Mais e workshop online nos cantos superiores e a indicação da data do evento. De seguida abaixo tenho o valor e em grande destaque quem irá realizar o workshop - "João Pedro Freire" e o conteúdo "Blockchain e Smart Contract Governance Au DAVY".	08/11/23	17:30	0	0	0	1	0	124	130	1	0
Imagem	Divulgação de Novo Livro - Edições Almedina	Capa do livro "Elementos de Política Constitucional" com o fundo da mesma cor que a capa.	09/11/23	09:18	0	0	0	0	0	78	84	0	0
Imagem	Carrousel	3 imagens que mostram o que tem acontecido no Congresso Nacional de Direito do Trabalho. Duas delas mostram sessões a decorrer e uma o programa do evento.	09/11/23	11:27	3	0	0	0	0	227	236	3	0
Imagem	Evento - Sessão de Apresentação	Imagem de divulgação de evento Sessão de Apresentação, a imagem conta com a descrição do nome do evento e organização, assim como da data, hora e local. Num dos cantos está a capa do livro - "A Investigação nas Organizações de Saúde".	09/11/23	14:15	0	0	0	0	0	125	133	0	0
Imagem	Evento - Congressos Almedina	Imagem com fundo branco e azul. No canto superior esquerdo temos o símbolo do Congresso Almedina e no direito a localização e data do evento. Em destaque está - "3º Congresso Valores Mobilizados e Mercados Financeiros".	09/11/23	14:30	0	0	0	0	0	68	72	0	0
Imagem	Divulgação de Novo Livro - Edições Almedina	Capa do livro "Resistência Dignidade Trabalho" com o fundo igual à capa.	09/11/23	17:30	1	0	0	0	0	65	70	1	0
Link	Divulgação BDUR	Link para a BDUR	10/11/23	09:07	1	0	0	0	0	58	63	1	0
Imagem	Carrousel	Capa do livro "Da Inabilitação do Candidato a											

FACEBOOK														
Media	Post (Tipologia)	Media (Tipologia)	Data	Hora	Nº Likes	Nº comentários	Nº de Respostas	Nº Partilhas	Nº Rem Guardado	Alcance	Impressões	Interações	Cliques Ligado	
Imagem	Divulgação de Novo Livro - Edições Almedina	Capa do livro "Da Inteligência da Conduta à Engenharia em Face da Inteligência Artificial" com o fundo igual à capa.	10/11/23	12:50	7	0	0	0	4	0	379	407	11	2
Imagem	Almedina Mais - Workshop Online	Foto com imagem de cor branca, com o símbolo do Almedina Mais e workshop online nos cantos superiores e a indicação da data do evento. De seguida aparece o preço e em grande destaque quem irá realizar o workshop "Terapeuta Paula Oliveira" e o conteúdo "Regime Jurídico da Licenciatura e Edificação De procedimentos de "Licenciamento Urbanístico" vão ser mais celeres e eficazes".	10/11/23	18:45	4	0	0	0	1	0	337	333	5	0
Imagem	Divulgação de Livro - Edições Almedina	Capa do livro "A Teoria e a Política Monetária na Actualidade" com o fundo igual à capa.	11/11/23	15:00	1	0	0	0	0	0	75	81	1	0
link	Destaque - Observatório Almedina	Imagem de ligação ao site observatorioalmedina.net, a foto mostra a fachada de uma casa e do lado direito a imagem do programa "Man Habitação".	12/11/23	18:55	0	0	0	0	0	0	61	64	0	0
Imagem	Divulgação de Novo Livro - Edições Almedina	Capa do livro "Código Civil" com o fundo igual à capa.	13/11/23	09:01	0	0	0	0	0	0	86	89	0	1
Imagem	Divulgação de Novo Livro - Edições Almedina	Capa do livro "Inteligência Artificial e Patentes" com o fundo igual à capa.	13/11/23	12:47	0	0	0	1	0	0	110	112	3	0
Imagem	Divulgação de Novo Livro - Edições Almedina	Capa do livro "Novas Tendências Contabilísticas e Tributárias" com o fundo igual à capa.	13/11/23	14:00	2	0	0	0	0	0	259	264	2	0
Imagem	Divulgação de Novo Livro - Edições Almedina	Capa do livro "O Presidente da Mesa da Assembleia Geral" com o fundo igual à capa.	13/11/23	17:36	0	0	0	0	0	0	46	49	0	0
Imagem	Divulgação de Novo Livro - Edições Almedina	Capa do livro "Resúma de Direito - 3ª Edição Revista, Atualizada e Desenvolvida" com o fundo igual à capa.	14/11/23	09:20	10	0	0	0	1	1	623	623	18	2
Imagem	Almedina Mais - Workshop Online	Foto com imagem de cor branca, com o símbolo do Almedina Mais e workshop online nos cantos superiores e a indicação da data do evento. De seguida aparece o preço e em grande destaque quem irá realizar o workshop "Artur Flaminio da Silva" e o conteúdo "A imparcialidade do Arbitragem".	14/11/23	16:05	1	0	0	1	0	0	191	196	2	0
Imagem	Divulgação de Novo Livro - Edições Almedina	Capa do livro "Congresso Inteligência Artificial e Direito" com o fundo igual à capa.	15/11/23	09:30	6	0	0	0	0	0	213	218	6	0
Imagem	Divulgação de Novo Livro - Edições Almedina	Capa do livro "Bancos e Regulação 15 Anos Depois" com o fundo igual à capa.	15/11/23	12:00	2	0	0	0	0	0	154	158	2	0
Imagem	Evento - Congresso Almedina	Imagem com fundo branco e azul. No canto superior esquerdo tem o símbolo do Congresso Almedina e no direito a localização e datas do evento. Em destaque está: "3º Congresso Valores Mobiliários e Mercados Financeiros".	15/11/23	14:30	0	0	0	0	0	0	66	69	0	0
Imagem	Divulgação de Livro - Edições Almedina Universitária	Capa do livro "Títulos de Crédito e Valores Mobiliários" com o fundo igual à capa.	16/11/23	09:30	8	0	0	1	0	0	402	403	6	0
Imagem	Divulgação de Novo Livro - Edições Almedina	Capa do livro "Manual de Direito e Cidadania" com o fundo igual à capa.	16/11/23	15:00	5	0	0	0	0	0	430	430	5	0

FACEBOOK														
Media	Post (Tipologia)	Media (Tipologia)	Data	Hora	Nº Likes	Nº comentários	Nº de Respostas	Nº Partilhas	Nº Rem Guardado	Alcance	Impressões	Interações	Cliques Ligado	
Imagem	Almedina Mais - Workshop Online	Foto com imagem de cor branca, com o símbolo do Almedina Mais e workshop online nos cantos superiores e a indicação da data do evento. De seguida aparece o preço e em grande destaque quem irá realizar o workshop "João Pedro Freire" e o conteúdo "Blockchain e Smart Contract Governance: AI DAD?".	16/11/23	17:10	6	0	0	0	0	0	114	117	0	0
Imagem	Divulgação BDIUR	Imagem em fundo azul, com o símbolo do BDIUR em destaque.	17/11/23	09:06	0	0	0	0	0	0	140	143	0	3
Imagem - Carrossel	Evento - Sessão de Apresentação	7 imagens de divulgação de evento Sessão de Apresentação, a imagem conta com a descrição do nome do evento e organização, assim como da data, hora e local. Num dos cantos está a capa do livro "Economia do Trabalho (Mercado e Instituições). A segunda imagem mostra a capa do livro.	17/11/23	10:00	1	0	0	0	0	0	135	131	1	0
link	Divulgação de Livro - Edições Almedina - link para entrevista	Imagem de cor vermelha com o nome do autor (Jorge Miranda) no canto superior esquerdo e o símbolo da revista que o entrevista no direito. Ao centro o nome do livro do autor "Passos da Vida, Passos da Constituição - Uma Autobiografia".	17/11/23	16:07	1	0	0	0	0	0	85	89	1	0
Imagem	Divulgação de Novo Livro - Edições Almedina	Capa do livro "Casos Pílicos Direito Contradensacional" com o fundo igual à capa.	17/11/23	16:47	2	0	0	0	0	0	155	156	2	0
Imagem	Divulgação de Novo Livro - Edições Almedina	Capa do livro "Manual de Filosofia Política 3ª Edição Revista e Actualizada".	18/11/23	17:00	1	0	0	0	0	0	122	127	1	0
link	Destaque - Observatório Almedina	Imagem de ligação ao site observatorioalmedina.net, a foto mostra a fachada de um apartamento, com as noções no alto.	19/11/23	19:04	0	0	0	0	0	0	50	52	0	0
Imagem	Divulgação de Novo Livro - Edições Almedina	Capa do livro "Código do Procedimento Administrativo" com o fundo de cor sólida vermelha.	20/11/23	09:18	1	0	0	0	0	0	68	70	1	0
Imagem	Divulgação de Novo Livro - Edições Almedina	Capa do livro "O direito de Constituição: Questões e Desafios" com o fundo igual à capa do livro.	20/11/23	14:36	3	0	0	0	0	0	195	196	3	0
Imagem	Divulgação de Novo Livro - Edições Almedina Universitária	Capa do livro "Direito do Trabalho" com o fundo igual à capa do livro.	21/11/23	09:13	3	0	0	1	0	0	104	107	4	0
Imagem	Divulgação de Novo Livro - Edições Almedina	Capa do livro "Teses - Contratos Pílicos e Concorrência - Uma Perspetiva Europeia" com o fundo igual à capa do livro.	21/11/23	15:30	4	0	0	2	0	0	276	284	6	0
Imagem	Divulgação de Novo Livro - Edições Almedina	Capa do livro "Legislação de Direito Administrativo" com o fundo igual à capa do livro.	22/11/23	09:30	1	0	0	0	0	0	74	79	1	0
Imagem	Divulgação de Livro - Edições Almedina	Capa do livro "Impugnação Paulista" com o fundo igual à capa do livro.	22/11/23	14:55	3	0	0	1	0	0	180	184	4	0
Imagem	Evento - Sessão de Apresentação	Imagem de divulgação de evento Sessão de Apresentação, a imagem conta com a descrição do nome do evento e organização, assim como da data, hora e local. Num dos cantos está a capa do livro - Conselho Disciplinar da Ordem dos Médicos.	22/11/23	15:18	0	0	0	0	0	0	97	102	0	0
Imagem - Carrossel	Divulgação de Livro - Temática (ACTUAL)	7 imagens, com a principal com uma lâmpada grande ligada e uma folha branca com desenhos por de trás, as palavras "Obras Especiais - Marketing" encontram-se em plano central, as seguintes fotos continuam com a mesma imagem, mudando as capas dos livros para revelar cada uma das sequências de leitura.	22/11/23	16:00	0	0	0	0	0	0	320	340	0	0

FACEBOOK														
Media	Post (Tipologia)	Media (Tipologia)	Data	Hora	Nº Likes	Nº comentários	Nº de Respostas	Nº Partilhas	Nº Rem Guardado	Alcance	Impressões	Interações	Cliques Ligado	
Imagem	Divulgação de Novo Livro - Edições Almedina	Capa do livro "Direito dos Contratos Públicos 6ª Edição" com o fundo igual à capa do livro.	23/11/23	09:03	3	0	0	0	0	0	80	87	3	0
Imagem - Carrossel	Evento - Congresso Almedina - 3º Congresso dos Valores Mobiliários e Mercados Financeiros	3 imagens que mostram o que tem acontecido no Congresso. Duas delas mostram sessões a decorrer e uma a imagem de fundo dos Edições Almedina.	23/11/23	10:43	0	0	0	0	0	0	121	127	0	0
Imagem	Evento - Sessão de Apresentação	Imagem de fundo preto com o nome do Autor no canto superior esquerdo (Ana Ferreira) e em destaque nome da apresentação, "Não somos os Rankings - Precariedade, retribuição e ação social na academia neoliberalizada".	23/11/23	16:00	0	0	0	0	0	0	150	155	0	0
Imagem	Divulgação BDIUR	Imagem em fundo azul, com o símbolo do BDIUR em destaque.	24/11/23	09:10	0	0	0	0	0	0	97	104	0	0
link	Destaque - Observatório Almedina	Foto com imagem de cor branca, com o símbolo do Almedina Mais e workshop online nos cantos superiores e a indicação da data do evento. De seguida aparece o preço e em grande destaque quem irá realizar o workshop "João Pedro Freire" e o conteúdo "Blockchain e Smart Contract Governance: AI DAD?".	24/11/23	15:00	2	0	0	0	0	0	208	215	2	0
link	Destaque - Observatório Almedina	Imagem de ligação ao site observatorioalmedina.net, a foto mostra as letras AI e vários fios de volta.	26/11/23	19:06	0	0	0	0	0	0	85	91	0	0
Imagem	Divulgação de Novo Livro - Edições Almedina	Capa do livro "Tutelas - Releves Jurídicas e Económicas" com o fundo igual à capa do livro.	27/11/23	09:17	5	0	0	2	0	0	534	567	6	4
Imagem	Divulgação de Novo Livro - Edições Almedina	Capa do livro "Tribunal de Direito de Via do Cond" com o fundo igual à capa do livro.	28/11/23	15:30	2	0	0	0	0	0	170	174	3	0
Imagem	Divulgação de Livro - Edições Almedina	Capa do livro "Elementos de Política Constitucional" com o fundo igual à capa do livro.	29/11/23	09:15	1	0	0	0	0	0	99	100	1	0
Imagem	Divulgação de Novo Livro - Edições Almedina	Capa do livro "Arbitragem Administrativa" com o fundo igual à capa do livro.	29/11/23	15:50	7	0	0	1	0	0	487	487	8	0
Imagem - Carrossel	Evento - Sessão de Apresentação	7 imagens de divulgação de evento Sessão de Apresentação, a imagem conta com a descrição do nome do evento e organização, assim como da data, hora e local. Num dos cantos está a capa do livro - Economia do Trabalho (Mercado e Instituições). A segunda imagem mostra a capa do livro.	29/11/23	16:00	8	0	0	0	0	0	514	514	8	0
Imagem	Promoção - 20%	Imagem de promoção de 20% em todos os livros incluindo novidades e portes grátis durante o dia 30 de nov e 1º de dez. O fundo é de cor sólida amarela e as letras a vermelho, branco e preto. Ao meio temos uma imagem alusiva ao natal.	30/11/23	10:06	3	0	0	1	0	0	334	347	4	2
Imagem	Divulgação de Novo Livro - Edições Almedina	Capa do livro "Mitos - Citações sobre a nova regulção europeia de criptoativos" com o fundo igual à capa do livro.	30/11/23	14:11	2	0	0	0	0	0	336	336	2	0

FACEBOOK													
Media	Post (Tipologia)	Media (Tipologia)	Data	Hora	Nº Likes	Nº comentários	Nº de Respostas	Nº Partilhas	Nº Item Guardado	Alcance	Impressões	Interações	Cliques Ligação
Imagem	Divulgação BDUIR	Imagem em fundo azul, com o símbolo de BDUIR em destaque.	01/12/23	09:12	0	0	0	0	0	88	93	0	0
Link	Destaque - Observatório Almedina	Imagem da ligação ao site observatorio.almedina.net, a foto mostra várias letras em cascata de cor verde.	03/12/23	19:11	4	0	0	0	0	93	96	4	0
Imagem	Divulgação de Novo Livro - Edições Almedina	Capa do livro "Código Civil Anotado" com o fundo igual à capa do livro.	04/12/23	09:03	17	0	0	2	0	1044	1044	14	0
Imagem	Divulgação de Novo Livro - Edições Almedina	Capa do livro "Direito de Menores" com o fundo igual à capa do livro.	04/12/23	09:27	1	0	0	0	0	86	89	1	0
Imagem	Divulgação de Novo Livro - Edições Almedina	Capa do livro "Tem Nome De Transparência no Divórcio Administrativo" com o fundo igual à capa do livro.	05/12/23	09:36	6	0	0	0	0	77	82	0	0
Imagem	Almedina Mais - Workshop Online	Foto com imagem de cor branca, com o símbolo do Almedina Mais e workshop online nos cantos superiores e a indicação da data do evento. De seguida aparece o preço e em grande destaque quem irá realizar o workshop - "João Pedro Freire" e o conteúdo "Blockchain e Smart Contract Governance: An OASIS".	06/12/23	10:15	2	0	0	0	0	113	117	2	0
Imagem	Evento - Café dos Direitos	Imagem de divulgação de evento "Café dos Direitos - Empreender uma forma de estar", a imagem conta com a descrição do nome do evento, orador e moderador, assim como da data, hora e local.	06/12/23	17:47	0	0	0	0	0	209	214	0	0
Imagem	Divulgação de Livro - Edições Almedina	Capa do livro "Direito dos Contratos Públicos 6ª Edição" com o fundo igual à capa do livro.	07/12/23	09:24	5	0	0	0	0	135	144	5	0
Imagem	Divulgação BDUIR	Imagem em fundo azul, com o símbolo de BDUIR em destaque.	08/12/23	09:11	0	0	0	0	0	99	105	0	0
Link	Destaque - Observatório Almedina	Imagem da ligação ao site observatorio.almedina.net, a foto mostra a entrada de consulta jurídica.	10/12/23	19:02	0	0	0	0	0	56	60	0	0
Imagem	Divulgação de Novo Livro - Edições Almedina	Capa do livro "Cadernos IVA 2023" com o fundo igual branco.	11/12/23	09:14	0	0	0	0	0	101	110	0	0
Imagem	Evento - Sessão de Apresentação	Imagem de divulgação de evento Sessão de Apresentação, a imagem conta com a descrição do nome do evento e organização, assim como da data, hora e local. Num dos cantos está à capa do livro - "Canais de Denúncia nas Organizações Perpetuamente Pragmáticas".	11/12/23	12:00	0	0	0	0	0	79	85	0	0
Imagem	Divulgação de Novo Livro - Edições Almedina	Capa do livro "Manual de Direito da Segurança e Saúde no Trabalho" com o fundo igual rosa.	12/12/23	09:10	2	0	0	0	0	104	112	2	0
Imagem	Divulgação de Novo Livro - Edições Almedina	Capa do livro "Tráfico de Seres Humanos - A Tutela Jurídica Criminal" com o fundo igual à capa do livro.	13/12/23	09:30	2	0	0	0	0	82	92	2	0
Imagem - Carrossel	Divulgação de Livro - Temática - Lembrar 2023 Contabilidade	7 imagens. A primeira com a foto de várias moedas de várias folhas e uma calculadora e as palavras "Lembrar 2023 Contabilidade", as próximas imagens têm cada uma uma imagem de uma capa de livro sugerida.	13/12/23	11:01	0	0	0	0	0	307	345	0	0

DEZEMBRO

FACEBOOK													
Media	Post (Tipologia)	Media (Tipologia)	Data	Hora	Nº Likes	Nº comentários	Nº de Respostas	Nº Partilhas	Nº Item Guardado	Alcance	Impressões	Interações	Cliques Ligação
Imagem	Divulgação de Livro - Edições Almedina	Capa do livro "Manual Técnico-Prático de Compliance" com o fundo igual à capa do livro.	14/12/23	09:10	0	0	0	0	0	94	99	0	0
Imagem	Divulgação BDUIR	Imagem em fundo azul, com o símbolo de BDUIR em destaque.	15/12/23	09:15	1	0	0	0	0	146	156	1	1
Imagem	Evento - Sessão de Apresentação	Imagem de divulgação de evento Sessão de Apresentação, a imagem conta com a descrição do nome do evento e organização, assim como da data, hora e local. Num dos cantos está à capa do livro - "Ambigü. Duplicar o PIB em 20 Anos".	15/12/23	16:00	0	0	0	0	0	107	117	0	0
Imagem - Carrossel	Divulgação de Livro - Temática - Lembrar 2023 Economia	6 imagens. A primeira com a foto de várias moedas de euros empilhadas umas em cima das outras e as palavras "Lembrar 2023 Economia", as próximas imagens têm cada uma uma imagem de uma capa de livro sugerida.	16/12/23	11:00	0	0	0	0	0	180	195	0	0
Link	Destaque - Observatório Almedina	Imagem da ligação ao site observatorio.almedina.net, a foto mostra vários jurídicos.	17/12/23	19:13	3	0	0	1	0	142	150	4	0
Imagem	Divulgação de Novo Livro - Edições Almedina	Capa do livro "Tráfico de Seres Humanos - A Tutela Jurídica Criminal" com o fundo igual à capa do livro.	18/12/23	09:34	8	0	0	7	0	1895	2015	15	0
Imagem	Divulgação de Novo Livro - Edições Almedina	Capa do livro "Os 10 anos da Lei da Arbitragem Voluntária" com o fundo igual à capa do livro.	19/12/23	09:30	2	0	0	0	0	76	80	2	0
Imagem	Divulgação de Novo Livro - Edições Almedina	Capa do livro "Direito Constitucional: Cheques e Tecnologia" com o fundo igual à capa do livro.	20/12/23	09:18	3	0	0	1	0	384	410	4	0
Imagem - Carrossel	Divulgação de Livro - Temática - Lembrar 2023 Sociedade	8 imagens. A primeira com a foto de várias pessoas sorridentes a tirar uma foto e as palavras "Lembrar 2023 Sociedade", as próximas imagens têm cada uma uma imagem de uma capa de livro sugerida.	20/12/23	11:00	1	0	0	0	0	166	196	1	0
Video	Divulgação BDUIR	Video de promoção da base de dados jurídica online BDUIR.	22/12/23	09:23	1	0	0	0	0	100	107	1	0
Imagem - Carrossel	Divulgação de Livro - Temática - Lembrar 2023 Política	6 imagens. A primeira com a foto de uma mão a colocar o papel de voto na urna e as palavras "Lembrar 2023 Política", as próximas imagens têm cada uma uma imagem de uma capa de livro sugerida.	23/12/23	11:00	1	0	0	0	0	222	257	1	0
Imagem	Divulgação de Livro - Edições Almedina	Capa do livro "Direito dos Registos e do Notariado" com o fundo igual à capa do livro.	26/12/23	09:14	3	0	0	0	0	111	118	3	0
Imagem	Divulgação de Livro - Edições Almedina	Capa do livro "Direito dos Registos e do Notariado" com o fundo igual à capa do livro.	27/12/23	09:27	4	0	0	1	0	165	173	5	1
Imagem	Evento - Café dos Direitos	Imagem de divulgação de evento "Café dos Direitos - Ter uma Vida Digna e um Direito ou uma Concessão?", a imagem conta com a descrição do nome do evento, orador e moderador, assim como da data, hora e local.	28/12/23	09:32	1	0	0	0	0	181	195	1	0
Video	Divulgação BDUIR	Video de promoção da base de dados jurídica online BDUIR.	29/12/23	09:28	0	0	0	0	0	130	136	0	0

Visão Geral Facebook - Novembro				Visão Geral Facebook - Dezembro				Seguidores	
Média de Posts	Alcance/Impressões	Interações com Conteúdo	Cliques em Ligações	Média de Posts	Alcance/Impressões	Interações com Conteúdo	Cliques em Ligações	Novembro	Dezembro
68 posts	8.400 Subida de 39,4% - Orgânico 42% (8357) Anúncios 0%	289 (subida de 43,9%)	33 (descida de 2,9%)	30 posts	5.700 Descida de 32,7% - Orgânico 33,6% (5618) Anúncios 0%	2142 (menos 52,5%)	20 (descida de 41,2%)	10 200	10 211 Subida de 11

Actual

LINKEDIN													
Media	Post (Tipologia)	Media (Tipologia)	Data	Hora	Nº Likes	Nº comentários	Nº de Respostas	Nº Partilhas	Alcance	Impressões	Taxa de Interação	Cliques Ligação	
NOVEMBRO	Imagem	Divulgação de Novo Livro	Imagem com a capa do novo livro "Verdades Simples Sobre Liderança", com a foto de fundo a combinar com a capa.	02/11/23	11:01	1	0	0	0	17	31	0,23%	0
	Imagem	Evento - Sessão de Apresentação	Imagem de divulgação de evento Sessão de Apresentação, a imagem corta com a descrição do nome do evento e organização, assim como da data, hora e local. Num dos cantos está a capa do livro - Sistemas Inteligentes Aplicados à Gestão de Empresas	07/11/23	10:01	4	0	0	0	38	65	6,15%	0
	Imagem	Divulgação de Novo Livro	Imagem com a capa do novo livro "O Conomista de Rua"	07/11/23	17:01	0	0	0	0	16	29	0,00%	0
	Imagem	Divulgação de Novo Livro	Imagem com a capa do novo livro "Sistemas Inteligentes Aplicados à Gestão de Empresas"	09/11/23	15:01	1	0	0	0	16	30	6,67%	1
	Imagem	Divulgação de Livro	Capa do livro "A Economia XXI - O Épico Potencial das Multatras"	15/11/23	17:02	0	0	0	0	13	25	0,00%	0
	Imagem	Divulgação de Novo Livro	Imagem de fundo de cor sólida com várias bolhas de diferentes cores e tamanhos com o título do livro "Como ser assado melhor gestor", autor "Michael Armstrong" e algumas frases.	20/11/23	17:00	0	0	0	0	17	31	0,00%	0
	Imagem - Carrossel	Divulgação de Livro - Temática	7 Imagens. Com a principal com uma imagem grande ligada a uma folha branca com desenhos por detrás as palavras "Obras Essenciais - Marketing" encontram-se em plano central, as seguintes fotos continuam com a mesma imagem, mudando as capas dos livros para revelar cada uma das sugestões de leitura.	22/11/23	16:00	2	0	0	0	23	44	0,09%	2
	Imagem	Divulgação de Novo Livro	Imagem com a capa do novo livro "Um País não é uma Empresa", com a foto de fundo a combinar com a capa.	24/11/23	12:01	4	0	0	0	36	59	6,78%	0
	Imagem	Evento - Sessão de Apresentação	Imagem com a capa do novo livro "Olar mais Valor na Vida e no Trabalho", com a imagem de fundo de cor sólida e com os símbolos do ECommerce com dois recortes com as fotos dos autores do livro.	28/11/23	17:57	3	0	0	0	11	11	23,08%	0
	Imagem	Divulgação de Novo Livro	Imagem com a capa do novo livro "Um Mundo à Nossa Escala - Manual de Globalização", com a foto de fundo a combinar com a capa.	29/11/23	18:01	1	0	0	0	24	41	2,38%	0
	Imagem - Carrossel	Divulgação de Livro - Temática	7 Imagens. A primeira é a capa com uma foto de um rosto e com as palavras "Obras Essenciais - Estratégia" em destaque central. As seguintes imagens têm a mesma foto de fundo e a primeira revela as capas dos livros sugeridos sobre a temática.	30/11/23	18:01	4	0	0	0	40	59	10,34%	0

LINKEDIN													
Media	Post (Tipologia)	Media (Tipologia)	Data	Hora	Nº Likes	Nº comentários	Nº de Respostas	Nº Partilhas	Alcance	Impressões	Taxa de Interação	Cliques Ligação	
DEZEMBRO	Imagem	Divulgação de Novo Livro	Imagem com a capa do novo livro "A Economia pode Salvar o Mundo", com a foto de fundo a combinar com a capa.	06/12/23	16:00	0	0	0	0	5	1	0,00%	0
	Imagem - Carrossel	Divulgação de Livro - Temática	A primeira é a capa com uma foto de um porquinho mealhinho com olhos de solna praia e com as palavras "Obras Essenciais - Economia e Bem-Estar" em destaque central. As seguintes imagens têm a mesma foto de fundo e a primeira revela as capas dos livros sugeridos sobre a temática.	07/12/23	18:01	1	0	0	0	30	10	2,56%	0
	Link	Notícia Informação	Notícia Informação	14/12/23	15:32	1	0	0	1	11	15	10,53%	0
	Imagem	Divulgação de Novo Livro	Fundo de cor sólida, com o nome dos autores no canto superior esquerdo "Teresa Ströber e Abby Davison", seguindo do desenho que se encontra na capa e incluído título do livro "Dirtheiro e Amor - Um guia inteligente para melhorar as relações amorosas da vida."	21/12/23	19:00	4	0	0	2	56	79	7,59%	0
	Imagem - Carrossel	Divulgação de Livro - Temática	6 Imagens. A primeira com um fundo de valores escrito de bola de valores, com as palavras "Obras Essenciais - Bolsas e Mercado" e destaque as restantes 5 imagens têm a mesma foto de fundo e só muda a cada do livro para mostrar as sugestões.	22/12/23	14:00	4	0	0	0	67	102	3,92%	0
	Imagem	Divulgação de Novo Livro / PNF_VENDA	Imagem com a capa do livro amplada e no canto superior esquerdo o nome dos autores "W. Chan Kim, René A. Mauborgne" ao lado tem a informação de que está em pré-venda e de seguida em grande plano central o título do livro "Para além da disrupção" com uma nota de postiva do Financial Times por debaixo.	27/12/23	14:00	4	0	0	1	49	74	6,76%	0

Novembro				Dezembro				Seguidores	
Média de Posts	Alcance/Impressões	Interações com Conteúdo	Taxa de Interação da Página	Média de Posts	Alcance/Impressões	Interações com Conteúdo	Taxa de Interação da Página	Novembro	Dezembro
11 posts	6	21	0,09%	6 posts	17	20	0,16%	2052	2053

Grupo Almedina

LINKEDIN												
Media	Post (Tipologia)	Media (Tipologia)	Data	Hora	Nº Likes	Nº comentários	Nº de Respostas	Nº Partilhas	Alcance	Impressões	Taxa de Interação	Clicques Ligação
Imagem	Divulgação de Livro - Edições Almedina Universitária	Capa do livro "Títulos de Crédito e Valores Mobiliários" com o fundo igual à capa.	16/11/23	09:30	19	0	0	2	756	953	6,30%	39
Imagem	Divulgação de Novo Livro - Edições Almedina	Capa do livro "Manual de Direito e Cidadania" com o fundo igual à capa.	16/11/23	15:00	1	0	0	1	246	295	2,03%	4
Imagem	Divulgação BDUR	Imagem em fundo azul, com o símbolo da BDUR em destaque.	17/11/23	09:06	2	0	0	0	180	231	2,13%	3
Imagem - Camiseta	Bento - Sessão de Apresentação	2 Imagem de divulgação de evento Sessão de Apresentação, a imagem conta com a descrição do nome do evento e organização, assim como a data, hora e local. Num dos cantos está a capa do livro - Economia do Trabalho (Mercados e Instituições). A segunda imagem mostra a capa do livro.	17/11/23	10:00	7	0	0	2	435	552	5,98%	24
Link	Divulgação de Livro - Edições Almedina + link para entrevista	Imagem de cor vermelha com o nome do autor (Jorge Miranda) no canto superior esquerdo e o símbolo da revista que o administra no direito. Ao centro o nome do livro do autor "Passos da Vida, Passos da Construção - Uma Autobiografia".	17/11/23	14:07	3	0	0	0	270	350	3,43%	9
Imagem	Divulgação de Novo Livro - Edições Almedina	Capa do livro "Casos Práticos Direito Constitucional" com o fundo igual à capa.	17/11/23	16:47	9	1	0	1	536	722	3,60%	15
Texto	Não há dados	Não há dados	17/11/23	18:03	3	0	0	1	321	386	2,59%	6
Link	Não há dados	Não há dados	19/11/23	19:04	6	0	0	1	345	467	2,36%	4
Imagem	Divulgação de Novo Livro - Edições Almedina	Capa do livro "Código do Procedimento Administrativo" com o fundo de cor sólida vermelha.	20/11/23	09:18	5	0	0	0	285	354	1,11%	6
Imagem	Divulgação de Novo Livro - Edições Almedina	Capa do livro "O direito da Construção - Questões e Desafios" com o fundo igual à capa do livro.	20/11/23	14:36	13	0	0	1	573	861	5,11%	30
Texto	Não há dados	Não há dados	20/11/23	17:31	2	0	0	0	246	348	1,44%	1

LINKEDIN												
Media	Post (Tipologia)	Media (Tipologia)	Data	Hora	Nº Likes	Nº comentários	Nº de Respostas	Nº Partilhas	Alcance	Impressões	Taxa de Interação	Clicques Ligação
Imagem	Divulgação de Novo Livro - Edições Almedina Universitária	Capa do livro "Direito do Trabalho" com o fundo igual à capa do livro.	21/11/23	09:13	84	0	0	2	1310	1689	9,15%	90
Imagem	Divulgação de Novo Livro - Edições Almedina	Capa do livro "Teias - Contratos Públicos e Concorrença - Uma Perspetiva Europeia" com o fundo igual à capa do livro.	21/11/23	15:30	30	1	0	3	882	1389	5,76%	46
Imagem	Divulgação de Novo Livro - Edições Almedina	Capa do livro "Legislação de Direito Administrativo" com o fundo igual à capa do livro.	22/11/23	09:30	6	0	0	1	479	752	3,06%	16
Imagem	Divulgação de Livro - Edições Almedina	Capa do livro "Impugnação Paulista" com o fundo igual à capa do livro.	22/11/23	14:55	116	3	0	7	1402	2201	10,27%	102
Texto	Não há dados	Não há dados	22/11/23	17:58	1	0	0	1	387	546	1,83%	8
Imagem	Divulgação de Novo Livro - Edições Almedina	Capa do livro "Direito dos Contratos Públicos 6ª Edição" com o fundo igual à capa do livro.	23/11/23	09:03	88	1	0	4	1188	1785	7,68%	44
Imagem - Camiseta	Evento - Congresso Almedina - 3º Congresso dos Valores Mobiliários e Mercados Financeiros	3 Imagens que mostram o que tem acontecido no Congresso. Duas delas mostram sessões a decorrer e uma a banca de livros das Edições Almedina.	23/11/23	10:45	12	0	0	1	910	1362	14,92%	193
Imagem	Divulgação BDUR	Imagem em fundo azul, com o símbolo da BDUR em destaque.	24/11/23	09:10	8	0	0	0	440	662	2,13%	6
Imagem	Almedina Mais - Workshop Online	Três imagens de destaque, com o símbolo do Almedina Mais e workshop online nos cantos superiores e a indicação da data do evento. De seguida aparece o preço e em grande destaque quem irá realizar o workshop - "Isabel Pedro Fenech" e o conteúdo "Blockchain e Smart Contract Governance: As DAO's".	24/11/23	15:00	9	0	0	1	292	382	2,33%	5

NOVEMBRO

LINKEDIN													
Media	Post (Tipologia)	Media (Tipologia)	Data	Hora	Nº Likes	Nº comentários	Nº de Respostas	Nº Partilhas	Alcance	Impressões	Taxa de Interação	Cliques	Ligação
Link	Não há dados	Não há dados	26/11/23	19:08	7	0	0	2	397	663	4.22%	19	
Imagem	Divulgação de Novo Livro - Edições Almedina	Capa do livro "Turismo - Reflexões Jurídicas e Económicas" com o fundo igual à capa do livro.	27/11/23	09:17	19	0	0	1	512	801	7.37%	39	
Imagem	Divulgação de Novo Livro - Edições Almedina	Capa do livro "1 Binal de Direito de Vila do Conde" com o fundo igual à capa do livro.	28/11/23	15:30	4	0	0	1	545	800	3.13%	20	
Imagem	Divulgação de Livro - Edições Almedina	Capa do livro "Elementos de Política Constitucional" com o fundo igual à capa do livro.	29/11/23	09:15	17	0	0	4	677	964	4.15%	19	
Imagem	Divulgação de Novo Livro - Edições Almedina	Capa do livro "Arbitragem Administrativa" com o fundo igual à capa do livro.	29/11/23	15:50	0	0	0	2	616	938	5.97%	32	
Imagem - Carousel	Evento - Sessão de Apresentação	2 Imagem de divulgação de evento Sessão de Apresentação, a imagem conta com a descrição do nome do evento e organização, assim como da data, hora e local. Num dos caros está a capa do livro - Economia do Trabalho (Mercados e Instituições). A segunda imagem mostra a capa do livro.	29/11/23	16:00	0	0	0	1	286	643	3.84%	7	
Texto	Evento	Não há dados	29/11/23	18:18	7	0	0	1	441	565	3.00%	9	
Imagem	Divulgação de Novo Livro - Edições Almedina	Capa do livro "Mica - Estudos sobre a nova regulação europeia de criptoativos" com o fundo igual à capa do livro.	30/11/23	14:13	63	0	0	4	587	849	11.07%	27	
Texto	Evento	Não há dados	30/11/23	17:07	0	0	0	0	257	331	1.21%	4	

LINKEDIN													
Media	Post (Tipologia)	Media (Tipologia)	Data	Hora	Nº Likes	Nº comentários	Nº de Respostas	Nº Partilhas	Alcance	Impressões	Taxa de Interação	Cliques	Ligação
Imagem	Divulgação de Novo Livro - Edições Almedina	Capa do livro "Em Nome Da Transparência no Direito Administrativo" com o fundo igual à capa do livro.	05/12/23	09:35	11	0	0	5	620	858	4.43%	17	
Imagem	Divulgação de Novo Livro - Edições Almedina	Capa do livro "Direito de Mercas" com o fundo igual à capa do livro.	05/12/23	15:24	8	0	0	0	446	648	4.01%	18	
Imagem	Almedina Mais - Workshop Online	Foto com imagem de cor branca, com o símbolo do Almedina Mais e workshop online nos cantos superiores e a indicação da data do evento. De seguida aparece o preço e em grande destaque quem irá realizar o workshop - "João Pedro Freire" e o símbolo "Blockchain e Smart Contract Governance vs DAO's".	06/12/23	10:15	3	0	0	2	270	310	2.51%	3	
Imagem	Evento - Café dos Direitos	Imagem de divulgação de evento "Café dos Direitos - Emprender uma forma de estar", a imagem conta com a descrição do nome do evento, orador e moderadores, assim como da data, hora e local.	06/12/23	17:47	2	0	0	0	189	244	0.82%	0	
Imagem	Divulgação de Livro - Edições Almedina	Capa do livro "Direito dos Contratos Públicos e Arbitragem" com o fundo igual à capa do livro.	07/12/23	09:24	27	0	0	3	834	1140	4.74%	24	
Evento	Evento	Não há dados	07/12/23	18:18	3	0	0	1	349	419	0.95%	0	
Imagem	Divulgação BDIR	Imagem em fundo azul, com o símbolo da BDIR em destaque.	08/12/23	09:11	5	0	0	1	221	323	2.48%	2	
Link	Não há dados	Não há dados	10/12/23	19:03	9	0	0	2	512	781	4.21%	22	
Imagem	Divulgação de Novo Livro - Edições Almedina	Capa do livro "Cedemos IVA 2023" com o fundo igual branco.	11/12/23	09:14	27	0	0	2	450	600	7.00%	13	
Imagem	Evento - Sessão de Apresentação	Imagem de divulgação de evento Sessão de Apresentação, a imagem conta com a descrição do nome do evento e organização, assim como da data, hora e local. Num dos caros está a capa do livro - Causas de Extinção nas Organizações Perspetiva Pragmática.	11/12/23	12:00	15	0	0	2	309	433	5.54%	7	
Imagem	Divulgação de Novo Livro - Edições Almedina	Capa do livro "Manual de Direito da Segurança e Gestão de Trabalho" com o fundo igual azul.	12/12/23	09:10	20	0	0	2	404	508	4.72%	2	
Imagem	Divulgação de Novo Livro - Edições Almedina	Capa do livro "Tráfico de Seres Humanos - a Tutela Política-Criminal" com o fundo igual à capa do livro.	13/12/23	09:30	6	0	0	2	219	281	3.20%	1	
Imagem - Carousel	Divulgação de Livro - Temática - Janeiro 2023 Contabilidade	7 imagens: a primeira com a foto de uma senhora com várias folhas e uma calculadora e as palavras "Janeiro 2023 Contabilidade", as próximas imagens têm cada uma imagem de uma capa de livro diferente.	13/12/23	11:03	7	0	0	0	571	787	11.18%	81	
Evento	Evento	Não há dados	13/12/23	14:23	17	0	0	2	366	455	4.62%	7	
Imagem	Divulgação de Livro - Edições Almedina	Capa do livro "Manual Técnico-Prático de Compliance" com o fundo igual à capa do livro.	14/12/23	09:19	98	0	0	6	1936	2727	9.04%	138	
Texto	Evento	Não há dados	14/12/23	16:09	0	0	0	0	111	138	1.45%	2	
Imagem	Divulgação BDIR	Imagem em fundo azul, com o símbolo da BDIR em destaque.	15/12/23	09:15	2	0	0	0	155	223	0.90%	0	
Texto	Evento	Não há dados	15/12/23	15:26	1	0	0	1	202	242	1.24%	1	
Imagem - Carousel	Divulgação de Livro - Temática - Janeiro 2023 Economia	6 imagens: a primeira com a foto de várias moedas de euro empilhadas umas em cima das outras e as palavras "Janeiro 2023 Economia", as próximas imagens têm cada uma imagem de uma capa de livro diferente.	16/12/23	11:00	21	0	0	1	835	1367	15.22%	186	
Link	Não há dados	Não há dados	17/12/23	19:11	4	0	0	1	328	495	1.62%	3	
Imagem	Divulgação de Novo Livro - Edições Almedina	Capa do livro "Sempre a Causa dos Direitos dos Consumidores" com o fundo de cor sólida amarela.	18/12/23	09:14	28	1	0	2	705	1137	5.74%	34	

DEZEMBRO

LINKEDIN												
Media	Post (Tipologia)	Media (Tipologia)	Data	Hora	Nº Likes	Nº comentários	Nº de Respostas	Nº Partilhas	Alcance	Impressões	Taxa de Interação	Clicques Ligação
Imagem	Divulgação de Novo Livro - Edições Almedina	Capa do livro "Os 10 anos da Lei da Arbitragem Voluntária" com o fundo igual à capa do livro	19/12/23	09:20	53	0	0	1	626	876	8,11%	17
Imagem	Divulgação de Novo Livro - Edições Almedina	Capa do livro "Direito Constitucional: Clássico e Tecnológico" com o fundo igual à capa do livro	20/12/23	09:18	38	0	0	7	973	1452	5,58%	36
Imagem - Carrossel	Divulgação de Livro - Temática: Lembrar 2023 Sociedade	8 imagens. A primeira com a foto de várias pessoas reunidas a tirar uma foto e as palavras "Lembrar 2023 Sociedade"; as seguintes imagens têm cada uma uma imagem de uma capa de livro sugerida	20/12/23	11:00	4	0	0	1	531	724	4,78%	32
Video	Divulgação book	Video de promoção da base de dados jurídica online book	22/12/23	09:23	3	0	0	1	497	758	1,19%	149
Imagem - Carrossel	Divulgação de Livro - Temática: Lembrar 2023 Política	6 imagens. A primeira com a foto de uma mão a colocar o papel de voto na urna e as palavras "Lembrar 2023 Política"; as seguintes imagens têm cada uma uma imagem de uma capa de livro sugerida	23/12/23	11:00	10	0	0	1	1179	2147	17,56%	356
Imagem	Divulgação de Livro - Edições Almedina	Capa do livro "Direito dos Registos e do Notariado" com o fundo igual à capa do livro	26/12/23	09:14	26	0	0	1	889	1419	3,74%	26
Imagem	Divulgação de Livro - Edições Almedina	Capa do livro "Código da Execução de Penas e Medidas Privativas da Liberdade" com o fundo igual à capa do livro	27/12/23	09:27	19	0	0	4	786	1307	3,60%	24
Imagem	Evento - Café dos Direitos	Imagem de divulgação de evento "Café dos Direitos - Ter uma Vida Digna é um Direito ou uma Concessão?"; a imagem conta com a descrição do nome do evento, orador e moderador, assim como da data, hora e local	28/12/23	09:32	4	0	0	1	403	1073	1,03%	6
Video	Divulgação book	Video de promoção da base de dados jurídica online book	29/12/23	09:28	8	0	0	2	516	1217	1,48%	8

Novembro				Dezembro				Seguidores	
Média de Posts	Alcance/Impressões	Interações com Conteúdo	Taxa de Interação da Página	Média de Posts	Alcance/Impressões	Interações com Conteúdo	Taxa de Interação da Página	Novembro	Dezembro
66 posts		941	2,42%	13 posts	792	1563	0,27%	17 490	17 668
									Subida de 178

Appendix E – Excel Analysis of Gathered Data

Livrarias Almedina

(Total Novembro-Dezembro)

Thematic Book Promotion	
Instagram	17
Facebook	18

Instagram

Likes	Shares	Saved Items	Reach	Impressions	Interactions
86	5	10	1617	1912	102
65	0	13	998	1211	78
111	1	19	2085	2457	131
34	0	3	977	1168	37
34	0	6	947	1132	40
58	2	5	1157	1315	65
48	0	3	791	973	52
0	0	0	457	466	0
15	1	1	548	691	17
17	0	2	599	738	19
37	1	2	920	969	40
22	0	0	479	585	22
32	0	2	665	817	34
20	0	0	431	530	20
72	0	8	1069	1294	80
28	0	0	631	781	28
34	0		801	963	34

713	10	74	15172	18002	799
41,9411765	0,58823529	4,35294118	892,470588	1058,94118	47

Facebook

Likes	Shares	Saved Items	Reach	Impressions	Interactions	Link Clicks
3	4	0	970	940	6	0
10	1	1	2467	2579	11	0
2	1	0	817	864	2	0
1	3	0	417	457	1	0
13	1	1	2627	2770	16	1
2	1	0	2096	2151	3	0
7	3	0	1460	1462	10	0
0	0	0	457	466	0	0
13	0	0	881	901	13	0
3	2	0	1682	1688	5	0
18	4	1	1842	1856	23	0
1	1	0	1335	1449	2	1
26	7	3	7838	8214	36	2
3	0	0	1384	1457	3	0
15	0	0	903	947	15	0
3	0	0	1266	1397	3	0
4	1	0	1684	1816	5	1
2	1	0	1358	1474	3	0

126 30 6 31484 32888 157 5
7 1,66666667 0,33333333 1749,11111 1827,11111 8,72222222 0,27777778

Book Promotion	
Instagram	26
Facebook	26

Instagram

Likes	Shares	Saved Items	Reach	Impressions	Interactions	Replays
18	0	1	480	517	19	
37	2	6	971	1933	45	
35	0	5	1028	1108	40	
15	0	1	631	675	16	
17	1	0	650	693	18	
41	0	2	809	858	44	
19	1	0	526	581	20	
33	0	0	600	629	33	
32	0	1	741	799	35	
26	0	1	809	852	27	
21	0	3	1227	1348	24	
12	0	0	508	550	12	
24	0	1	661	712	25	
10	0	1	741	786	11	
18	0	1	597	634	19	
26	0	2	835	909	29	
29	0	3	711	771	32	
27	0	1	1034	1141	28	
36	1	2	990	1081	40	
24	0	2	792	856	26	
19	0	0	583	626	19	
29	1	0	762	808	30	
16	0	1	692	745	17	
56	5	6	1446	1642	68	2156
34	2	1	1290	1816	37	2159
14	0	3	1063	1121	17	

668	13	44	21177	24191	731	4315
25,6923077	0,5	1,69230769	814,5	930,423077	28,1153846	165,9615385

Facebook

Likes	Shares	Saved Items	Reach	Impressions	Interactions	Link Clicks
4	0	0	804	826	4	0
4	0	0	453	477	4	0
16	5	1	7075	7075	22	0
2	0	0	893	893	2	0
0	0	0	341	351	0	0
11	3	1	852	855	15	0
2	2	0	1229	1258	4	0
1	0	0	1071	1098	1	0
3	2	0	1275	1278	5	0
0	0	0	521	530	0	0
2	1	0	1190	1190	3	0
1	0	0	398	408	1	0
0	0	0	993	996	0	0
1	0	0	522	541	1	0
0	0	0	378	396	0	0
2	0	0	455	477	2	0
1	0	0	524	543	1	0
3	1	0	947	966	4	0
5	0	0	488	502	5	0
16	3	1	1526	1584	21	0
3	0	0	1216	1318	3	0
2	0	0	414	437	2	0
6	2	0	929	962	8	0
2	0	0	764	806	2	0
3	0	0	858	881	3	0
7	0	0	879	928	7	2

97 19 3 26995 27576 120 2
 3,73076923 0,73076923 0,11538462 1038,26923 1060,61538 4,61538462 0,076923077

Sales

Instagram 14
 Facebook 14

Instagram

Likes	Shares	Saved Items	Reach	Impressions	Interactions
21	1	0	794	824	22
55	6	2	1466	1550	63
31	4	1	747	797	36
19	1	1	690	748	21
101	3	11	2645	2785	117
29	0	1	675	710	30
45	3	0	1357	1437	48
27	1	0	624	684	28
55	4	1	1406	1509	60
20	1	0	896	961	21
41	3	0	967	1015	44
35	3	1	1006	1063	39
34	0		801	963	34
81	1	1	2880	3112	83

594	31	19	16954	18158	646
42,4285714	2,21428571	1,35714286	1211	1297	46,1428571

Facebook

Likes	Shares	Saved Items	Reach	Impressions	Interactions	Link Clicks
10	5	0	1516	1599	15	0
9	6	0	1714	1780	15	2
3	0	0	1028	1048	3	2
1	0	0	1066	1085	1	0
3	0	0	1835	1835	3	38
3	1	0	909	943	4	2
10	9	0	1675	1706	19	3
4	1	0	1173	1187	5	0
12	2	0	1545	1576	14	5
8	3	0	1489	1515	11	4
4	3	0	1261	1261	7	0
4	1	0	1684	1816	5	1
4	0	0	971	1002	4	0
5	1	0	1655	1710	6	20

80	32	0	19521	20063	112	77
5,71428571	2,28571429	0	1394,35714	1433,07143	8	5,5

Events

Instagram	10
Facebook	11

Instagram

Likes	Shares	Saved Items	Reach	Impressions	Interactions
21	0	1	724	788	22
23	0	0	823	868	24
34	1	1	736	892	36
78	0	0	1666	2019	78
51	1	4	804	969	57
24	1	1	689	737	26
15	0	1	711	775	16
16	0	1	692	745	17
8	0	0	696	750	8
33	1	3	1739	1834	37

303	4	12	9280	10377	321
30,3	0,4	1,2	928	1037,7	32,1

Facebook

Nº Likes	Nº Partilhas	Nº Item Guardado	Alcance	Impressões	Interações	Link Clicks
0	0	0	404	432	0	0
9	3	0	1031	1073	13	0
5	2	0	1845	1931	7	0
10	23	0	3309	3405	33	0
3	0	0	1124	1176	3	0
0	1	0	290	304	1	0
6	37	1	2946	3361	44	0
3	0	0	909	967	3	0
11	20	1	3381	3541	33	0
5	0	0	572	607	5	0
5	2	0	661	694	7	0

57	88	2	16472	17491	149	0
5,18181818	8	0,18181818	1497,45455	1590,09091	13,5454545	0

Bookstores

Instagram	14
Facebook	7

Instagram

Likes	Shares	Saved Items	Reach	Impressions	Interactions	Replays
255	1	3	87 893	266 051	261	
49	3	1	26 082	82 763	53	19 242
12	0	0	479	530	12	
48	0	0	1240	1873	48	2432
42	1	0	1068	1137	43	
82	2	3	1610	1924	88	2690
67	1	5	1928	2113	73	
35	1	0	1193	1633	36	2169
72	1	0	1541	1838	73	2545
121	3	1	1907	2455	126	3308
70	0	0	1326	1625	71	
115	1	6	1887	2331	124	3199
173	2	3	2096	2555	180	
181	1	2	2066	2650	186	3679

1322 17 24 132316 371478 1374 39264
 94,4285714 1,21428571 1,71428571 9451,14286 26534,1429 98,1428571 2804,571429

Facebook

Likes	Shares	Saved Items	Reach	Impressions	Interactions	Link Clicks
100	5	0	7019	7313	113	0
3	1	0	1026	1038	4	5
3	0	0	615	629	3	1
5	1	0	539	573	6	0
12	1	0	1742	1858	13	11
34	2	1	3499	3853	37	0
36	2	0	3654	3906	37	0

193 12 1 18094 19170 213 17
 27,5714286 1,71428571 0,14285714 2584,85714 2738,57143 30,4285714 2,428571429

Minotauro

(Total Novembro-Dezembro)

Thematic Book Promotion

Instagram	10
Facebook	9

Instagram

Likes	Shares	Saved Items	Reach	Impressions	Interactions
49	1	6	426	505	56
23	0	0	219	263	23
52	2	6	449	544	60
45	1	0	404	475	50
24	0	2	326	346	26
93	2	6	577	669	103
48	0	5	420	283	54
26	1	1	187	223	28
56	0	1	490	517	57
82	1	5	580	688	89

498	8	32	4078	4513	546
49,8	0,8	3,2	407,8	451,3	54,6

Facebook

Likes	Shares	Saved Items	Reach	Impressions	Interactions	Link Clicks
2	0	0	235	245	2	1
4	1	0	298	304	5	0
4	0	0	168	182	4	0
3	2	0	248	278	5	1
3	3	0	342	371	6	0
4	0	0	870	916	4	0
3	0	0	361	387	3	0
3	0	0	198	236	3	0
2	0	0	604	627	2	0

28	6	0	3324	3546	34	2
3,11111111	0,66666667	0	369,33333	394	3,7777778	0,22222222

Book Promotion

Instagram	20
Facebook	19

Instagram

Likes	Shares	Saved Items	Reach	Impressions	Interactions	Replays
28	0	4	252	266	32	
14	0	0	173	197	14	
37	0	0	293	339	37	
24	1	2	202	232	28	
40	0	4	353	377	44	
134	7	3	658	703	145	
23	3	1	275	293	27	
18	0	1	220	260	20	
12	0	0	165	188	12	
39	1	5	378	406	47	
50	1	1	377	412	53	
72	1	0	438	464	74	
122	9	8	721	872	141	
14	0	0	204	242	14	
28	1	1	287	326	31	
27	0	1	200	218	28	302
11	0	1	162	175	12	
6	0	0	165	176	6	
34	2	1	1290	1816	37	2159
127	2	4	690	744	134	

860	28	37	7503	8706	936	2461
43	1,4	1,85	375,15	435,3	46,8	123,05

Facebook

Likes	Shares	Saved Items	Reach	Impressions	Interactions	Link Clicks
5	2	0	878	943	7	0
4	1	0	353	369	5	0
3	1	0	239	248	4	0
2	0	0	140	142	2	0
1	1	0	180	184	2	0
3	0	0	143	148	3	0
2	0	0	136	139	2	0
4	0	1	138	142	5	0
3	2	0	469	473	4	0
2	2	0	96	102	3	0
11	3	0	303	315	14	0
5	3	0	213	225	8	0
2	1	0	177	183	3	0
1	0	0	50	55	1	0
2	2	0	407	443	3	0
1	0	0	80	84	1	0
1	0	0	269	280	1	0
1	1	0	187	202	2	0
1	1	0	181	202	2	0

54	20	1	4639	4879	72	0
2,8421053	1,0526316	0,0526316	244,15789	256,7894737	3,7894737	0

Sales	
Instagram	1
Facebook	0

Instagram

Likes	Shares	Saved Items	Reach	Impressions	Interactions	Replays
76	4	1	847	961	82	1547

76	4	1	847	961	82	1547
76	4	1	847	961	82	1547

Facebook

Likes	Shares	Saved Items	Reach	Impressions	Interactions	Link Clicks
0	0	0	0	0	0	0

0	0	0	0	0	0	0
---	---	---	---	---	---	---

Events	
Instagram	0
Facebook	2

Instagram

Likes	Shares	Saved Items	Reach	Impressions	Interactions
0	0	0	0	0	0

0	0	0	0	0	0
---	---	---	---	---	---

Facebook

Likes	Shares	Saved Items	Reach	Impressions	Interactions	Link Clicks
3	0	0	130	135	3	0
0	0	0	176	188	0	0

3	0	0	306	323	3	0
1,5	0	0	153	161,5	1,5	0

Edições 70

(Total Novembro-Dezembro)

Thematic Book Promotion

Instagram	19
Facebook	15

Instagram

Likes	Shares	Saved Items	Reach	Impressions	Interactions	Replays
104	1	8	731	835	115	
76	0	17	521	637	94	
61	0	10	573	699	71	
100	2	23	636	765	127	
44	1	10	494	584	55	
0	0	0	4	4	0	3
31	0	5	275	285	37	
85	2	21	572	681	108	
125	4	47	934	1122	177	
100	2	16	860	993	120	
13	1	1	159	166	15	
85	0	17	730	859	102	
117	1	41	923	1 079	160	
12	0	0	163	174	12	180
125	0	48	1064	1223	174	
106	1	21	886	1010	129	
85	0	20	720	973	106	
104	1	19	887	1005	124	
72	4	10	665	696	86	

1445	20	334	11797	13790	1812	183
76,05263	1,052632	17,57895	620,8947	725,7895	95,36842	9,631578947

Facebook

Likes	Shares	Saved Items	Reach	Impressions	Interactions	Link Clicks
6	0	1	260	292	7	0
19	2	1	834	930	22	0
22	0	2	734	855	24	1
28	5	1	1290	1371	34	0
24	6	2	1670	1802	32	0
36	4	0	1835	1907	43	0
55	18	7	4806	5221	81	8
16	2	0	565	643	18	1
6	0	0	372	410	6	0
18	0	0	1010	1101	18	0
25	4	0	772	882	30	0
14	2	0	468	517	16	0
34	4	0	2656	3084	38	0
18	1	1	513	576	20	0
25	4	1	2006	2114	29	0

346	52	16	19791	21705	418	10
23,06667	3,466667	1,066667	1319,4	1447	27,86667	0,666666667

Book Promotion

Instagram	21
Facebook	20

Instagram

Likes	Shares	Saved Items	Reach	Impressions	Interactions	Replays
47	2	6	627	677	55	
58	1	11	531	642	76	
43	1	9	475	503	53	
52	1	3	507	550	56	
99	1	11	668	698	111	
44	0	4	428	522	48	
81	1	14	697	723	96	
35	1	0	479	505	36	
80	2	18	650	696	100	
44	0	3	373	453	47	
137	5	36	1043	110	178	
64	1	4	692	714	70	
21	1	1	362	376	23	391
64	1	15	515	547	80	
31	1	4	449	462	36	
19	0	2	515	530	21	
53	0	6	785	806	59	
66	0	13	624	734	79	
26	1	1	439	452	28	450
27	1	3	471	487	31	
55	1	4	473	504	60	

1146	22	168	11803	11691	1343	841
54,57143	1,047619	8	562,0476	556,7143	63,95238	40,04761905

Facebook

Likes	Shares	Saved Items	Reach	Impressions	Interactions	Link Clicks
5	4	1	363	409	10	0
10	4	0	433	481	11	0
11	0	0	227	241	12	0
10	2	0	280	306	12	0
29	3	1	721	754	33	0
26	2	2	486	524	30	4
7	1	0	306	335	8	0
23	1	0	441	459	24	0
29	8	0	1946	2021	38	0
28	6	0	1554	1590	34	0
12	3	0	294	325	15	0
6	6	0	240	259	12	0
26	7	0	1917	2120	33	0
34	4	2	811	972	41	0
22	2	0	772	829	25	0
2	0	0	206	222	2	0
16	3	0	533	580	19	0
14	2	1	1567	1643	17	0
5	1	0	422	454	7	0
29	4	0	760	824	33	0

344	63	7	14279	15348	416	4
17,2	3,15	0,35	713,95	767,4	20,8	0,2

Sales	
Instagram	1
Facebook	0

Instagram

Likes	Shares	Items	Reach	s	s	Replays
0	0	0	9	9	0	9

0 0 0 9 9 0 9
0 0 0 9 9 0 9

Facebook

Likes	Shares	Items	Reach	s	s	Link Clicks
-------	--------	-------	-------	---	---	-------------

0 0 0 0 0 0 0

Events

Instagram	2
Facebook	2

Instagram

Likes	Shares	Saved Items	Reach	Impressions	Interactions
23	0	1	283	335	24
25	0	1	296	355	26

48 0 2 579 690 50
24 0 1 289,5 345 25

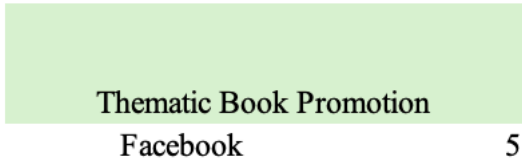
Facebook

Likes	Shares	Saved Items	Reach	Impressions	Interactions	Link Clicks
1	0	0	118	132	1	0
3	0	0	363	394	3	0

4 0 0 481 526 4 0
2 0 0 240,5 263 2 0

Edições Almedina

(Total Novembro-Dezembro)



Facebook

Likes	Shares	Saved Items	Reach	Impressions	Interactions	Link Clicks
0	0	0	307	345	0	0
0	0	0	180	195	0	0
1	0	0	166	196	1	0
1	0	0	222	257	1	0
0	0	0	320	349	0	0
2	0	0	1195	1342	2	0
0,4	0	0	239	268,4	0,4	0



Facebook

Likes	Shares	Saved Items	Reach	Impressions	Interactions	Link Clicks
4	0	0	102	108	4	0
2	0	1	248	253	2	0
1	0	0	87	91	1	0
0	0	0	164	174	0	0
2	1	0	99	105	3	0
21	4	0	543	552	25	0
2	1	0	159	160	3	0
2	0	0	69	73	2	0
1	0	0	70	72	1	1
1	0	0	62	64	1	0
0	0	0	78	84	0	0
1	0	0	65	70	1	0
7	4	0	379	407	11	2
1	0	0	76	81	1	0
0	0	0	86	89	0	1
0	1	0	110	112	1	0
2	0	0	259	264	2	0
0	0	0	46	49	0	0
16	1	1	623	623	18	2
6	0	0	213	218	6	0
2	0	0	154	158	2	0
8	1	0	402	402	9	0
5	0	0	430	430	5	0
1	0	0	85	89	1	0
2	0	0	155	156	2	0
1	0	0	125	127	1	0
1	0	0	68	70	1	0
3	0	0	195	196	3	0
3	1	0	104	107	4	0
4	2	0	276	284	6	0
1	0	0	74	79	1	0
3	1	0	180	184	4	0
3	0	0	82	87	3	0
5	2	0	534	567	6	4
2	0	0	170	174	3	0
1	0	0	99	102	1	0
7	1	0	487	487	8	0
2	0	0	336	336	2	0
12	2	0	1044	1044	14	0
1	0	0	86	89	1	0
0	0	0	77	82	0	0
5	0	0	135	144	5	0
0	0	0	101	110	0	0
2	0	0	104	112	2	0
2	0	0	82	92	2	0
0	0	0	94	99	0	0
8	7	0	1895	2013	15	0
2	0	0	76	80	2	0
3	1	0	384	410	4	0
3	0	0	111	118	3	0
4	1	0	165	173	5	1

165	31	2	11848	12250	197	11
3,2352941	0,6078431	0,0392157	232,31373	240,1960784	3,862745098	0,215686275

Sales

Facebook

1

Facebook

Likes	Shares	Saved Items	Reach	Impressions	Interactions	Link Clicks
3	1	0	334	347	4	2

3 1 0 334 347 4 2
3 1 0 334 347 4 2

Events

Facebook 15

Facebook

Likes	Shares	Saved Items	Reach	Impressions	Interactions	Link Clicks
0	0	0	102	109	0	0
6	1	0	241	246	9	0
3	0	0	227	236	3	0
0	0	0	125	133	0	0
0	0	0	68	72	0	0
0	0	0	66	69	0	0
1	0	0	125	131	1	0
0	0	0	97	102	0	0
0	0	0	121	127	0	0
0	0	0	150	155	0	0
8	0	0	514	514	8	0
0	0	0	209	214	0	0
0	0	0	75	85	0	0
0	0	0	107	117	0	0
1	0	0	181	195	1	0

19 1 0 2408 2505 22 0
1,26666667 0,06666667 0 160,533333 167 1,46666667 0

BDJUR Promotion

Facebook 9

Facebook

Likes	Shares	Saved Items	Reach	Impressions	Interactions	Link Clicks
1	0	0	158	164	1	1
1	0	0	58	63	1	0
0	0	0	140	143	0	3
0	0	0	97	104	0	0
0	0	0	88	93	0	0
0	0	0	99	105	0	0
1	0	0	146	156	1	1
1	0	0	100	107	1	0
0	0	0	130	136	0	0

4 0 0 1016 1071 4 5
0,44444444 0 0 112,888889 119 0,44444444 0,55555556

Almedina Mais Promotion
Facebook 9

Facebook

Likes	Shares	Saved Items	Reach	Impressions	Interactions	Link Clicks
0	0	0	147	150	0	0
32	5	1	642	715	38	4
1	0	0	76	79	1	0
0	1	0	124	130	1	0
4	1	0	327	335	5	0
1	1	0	191	196	2	0
0	0	0	114	117	0	0
2	0	0	208	215	2	0
2	0	0	113	117	2	0

42 8 1 1942 2054 51 4
4,66666667 0,88888889 0,11111111 215,777778 228,222222 5,66666667 0,44444444

Observatório Almedina - Arcticles
Facebook 7

Facebook

Likes	Shares	Saved Items	Reach	Impressions	Interactions	Link Clicks
0	0	0	50	50	0	0
0	0	0	61	64	0	0
0	0	0	50	52	0	0
0	0	0	85	91	0	0
4	0	0	93	96	4	0
0	0	0	56	63	0	0
3	1	0	142	150	4	0

7 1 0 537 566 8 0
1 0,14285714 0 76,7142857 80,85714286 1,142857143 0

ACTUAL

(Total Novembro-Dezembro)

Thematic Book Promotion
Linkedin 4

Linkedin

Likes	Shares	Reach	Impressions	Link Clicks
2	0	23	44	2
6	0	40	58	0
1	0	30	39	0
4	0	67	102	0

13 0 160 243 2
3,25 0 40 60,75 0,5

Book Promotion

Linkedin 10

Linkedin

Likes	Shares	Reach	Impressions	Link Clicks
1	0	17	31	0
0	0	16	28	0
1	0	16	30	1
0	0	13	25	0
0	0	17	32	0
4	0	36	59	0
1	0	24	42	0
0	0	5	5	0
4	2	56	79	0
4	1	49	74	0

15 3 249 405 1
1,5 0,3 24,9 40,5 0,1

Events

Linkedin 2

Linkedin

Likes	Shares	Reach	Impressions	Link Clicks
4	0	38	65	0
3	0	11	13	0

7 0 49 78 0

3,5 0 24,5 39 0

Grupo Almedina

(Total Novembro-Dezembro)

Thematic Book Promotion

Linkedin 4

Linkedin

Likes	Shares	Reach	Impressions	Link Clicks
7	0	571	787	81
21	1	835	1367	186
4	1	531	774	32
10	1	1179	2147	366
42	3	3116	5075	665
10,5	0,75	779	1268,75	166,25

Book Promotion

Linkedin 28

LinkedIn

Likes	Shares	Reach	Impressions	Link Clicks
19	2	756	953	39
1	1	246	295	4
3	0	270	350	9
9	1	536	722	15
5	0	285	354	6
13	1	573	861	30
84	2	1350	1989	96
30	3	882	1389	46
6	1	479	752	16
116	7	1402	2201	102
88	4	1188	1785	44
19	1	512	801	39
4	1	545	800	20
17	4	677	964	19
0	2	616	938	32
63	4	587	849	27
21	5	620	858	12
8	0	446	648	18
27	3	834	1140	24
27	2	450	600	13
20	2	404	509	2
6	2	219	281	1
98	6	1996	2777	138
28	2	705	1132	34
53	1	626	876	17
38	7	973	1452	36
26	1	889	1419	26
19	4	786	1307	24

848	69	19852	29002	889
30,28571429	2,464285714	709	1035,785714	31,75

Events	
LinkedIn	12

LinkedIn

Likes	Shares	Reach	Impressions	Link Clicks
7	2	435	552	24
12	1	910	1367	191
0	1	296	443	7
7	1	441	566	9
0	0	257	331	4
2	0	189	244	0
3	1	349	419	0
15	2	309	433	7
12	2	366	455	7
0	0	111	138	2
1	1	202	242	1
4	1	403	1073	6

63	12	4268	6263	258
5,25	1	355,666667	521,9166667	21,5

BDJUR Promotion
LinkedIn 6

LinkedIn

Likes	Shares	Reach	Impressions	Link Clicks
2	0	180	235	3
8	0	440	662	6
5	1	223	323	2
2	0	155	223	0
3	1	497	758	149
8	2	516	1217	8

28	4	2011	3418	168
4,666666667	0,666666667	335,166667	569,6666667	28

Almedina Mais Promotion
LinkedIn 2

LinkedIn

Likes	Shares	Reach	Impressions	Link Clicks
3	1	252	387	5
3	2	229	319	3

6 3 481 706 8
3 1,5 240,5 353 4

Observatório Almedina - Articles

LinkedIn 8

LinkedIn

Likes	Shares	Reach	Impressions	Link Clicks
3	0	270	350	9
3	1	321	386	6
6	1	345	467	4
2	0	246	348	1
1	1	387	546	8
7	2	397	663	19
9	2	512	783	22
4	1	328	495	3

35 8 2806 4038 72
4,375 1 350,75 504,75 9