

prooptica<sup>®</sup>  
full eyewear concept

## Prooptica

4.754 interações

0,3 média de posts

18.753 seguidores



prooptica<sup>®</sup> 30 anos  
full eyewear concept

*Alexandra Fernandes, diretora da área de óculos*

“Numa estratégia omni-channel integramos os diferentes canais de comunicação e oferecemos aos diferentes targets da empresa uma

experiência consistente e positiva. As redes sociais têm um papel muito importante nesta abordagem e permitem-nos transmitir insights relevantes nos diferentes canais.

De acordo com o nosso plano de marketing avaliamos periodicamente o mercado e produzimos conteúdo que consideramos relevante para os nossos clientes. Esse conteúdo é adaptado e partilhado nas diferentes redes sociais, nomeadamente Facebook, Instagram, LinkedIn e Youtube.

Vivemos numa era orientada pela tecnologia e quase tudo se tornou digital, principalmente depois da pandemia. As pessoas leem notícias em sites, relacionam-se nas redes sociais, fazem compras online e, cada vez mais, procuram tudo pela internet. Esta realidade cria uma necessidade de as empresas criarem uma sólida presença digital e onde a Prooptica tem investido ao longo dos últimos anos e vai continuar a investir. Uma presença digital planeada e bem estruturada permite-nos maior visibilidade, estabelecer conexões, criar um impacto positivo e estabelecer uma imagem de especialista no setor, o que é imprescindível para alcançar os resultados a que nos propomos”.


# Armações e óculos de sol

		Total de Interações <sup>1</sup>	Visualizações vídeos próprios <sup>2</sup>	Taxa de interação <sup>3</sup>	Média de Posts por dia	Seguidores da Página	Aumento de Seguidores	% Crescimento de Seguidores
1	Luxottica	32.982	19.410	0,2%	0,3	224.145	10,267	4,8%
2	De Rigo	7.729	4.408	0,2%	0,4	28.108	1,741	6,6%
3	DITA Eyewear	5.942	1.693	0,0%	0,4	140.246	1,039	0,8%
4	Morel Lunettes	5.030	5.860	0,1%	0,2	128.138	-431	-0,3%
5	Prooptica	4.754	29.547	0,2%	0,3	18.753	327	1,8%
6	Marchon Eyewear	4.543	5.737	0,0%	0,7	173.650	-459	-0,3%
7	Marcolin	3.384	2.407	0,2%	0,1	44.535	2,891	6,9%
8	Orgreen Optics	2.779	2.328	0,1%	0,3	46.468	97	0,2%
9	Safilo Group	2.203	13.421	1,1%	0,1	13.331	1,102	9,0%
10	GO Eyewear Europe	1.893	6.850	0,1%	0,5	14.755	173	1,2%
11	FORA Sunglasses	1.370	1.159	0,0%	0,5	19.572	380	2,0%
12	VAVA	1.327	824	0,1%	0,2	11.534	133	1,2%
13	Waylife	1.116	29.962	0,0%	0,6	13.450	2,447	22,2%
14	GRUPO DMDI	980	722	0,1%	0,6	4.285	67	1,6%
15	CCVO - Beyond Optical Care	801	322	0,5%	0,4	1.113	48	4,5%
16	AVM 1959	712	384	0,3%	0,2	3.610	17	0,5%
17	POMBERGER Goisern	378	0	1,4%	0,0	1.567	7	0,5%

# Equipamentos

	Total de Interações <sup>1</sup>	Visualizações vídeos próprios <sup>2</sup>	Taxa de interação <sup>3</sup>	Média de Posts por dia	Seguidores da Página	Aumento de Seguidores	% Crescimento de Seguidores
1 Prooptica	4.755	29.543	0,2%	0,3	18.753	327	1,8%
2 Optometron, Lda.	460	0	0,2%	0,4	2.074	683	49,1%
3 Visionix Portugal	202	750	0,2%	0,3	1.353	32	2,4%
4 I30 - Oftalmologia, Ótica e Optometria	171	783	0,9%	0,1	1.186	113	10,5%
5 Socióptica	74	271	0,2%	0,1	1.490	2	0,1%
6 Lusíadas / Iodel Ibérica	0	0	-	-	1.303	42	3,33%

**\*Dados referentes ao período de 1-jan-2022 a 31-dez-2022.**

1. Total de interações: Reações  Comentários e Partilhas.
2. Visualizações de vídeos próprios: Visualização de vídeos publicados pela página incluindo partilhas destes vídeos realizadas por usuários ou páginas noutras páginas. Exclui partilhas de outros vídeos nesta página.
3. Taxa de interação: Número total das interações por publicação dividido pelo número de seguidores da página.