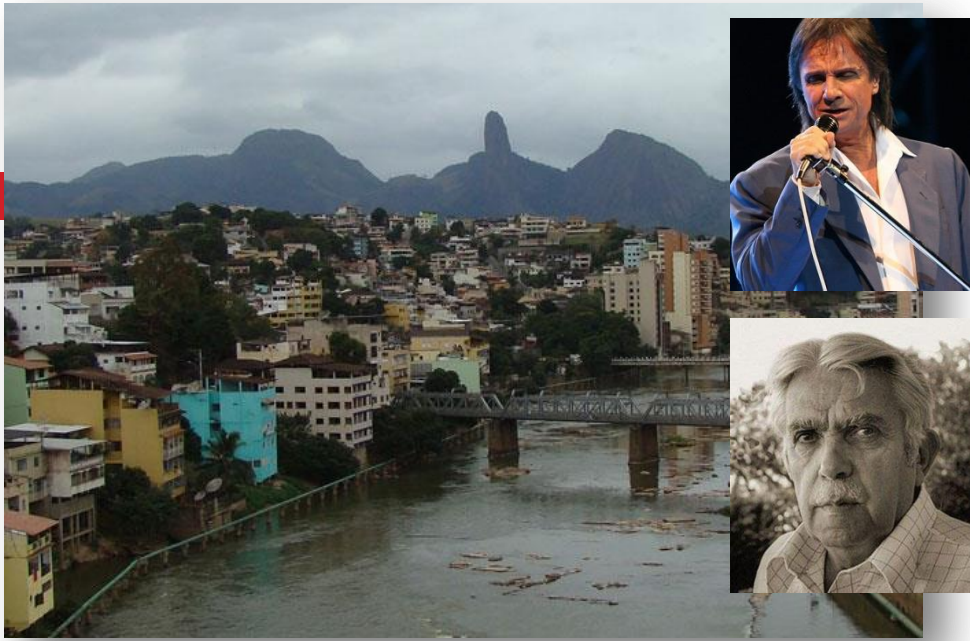




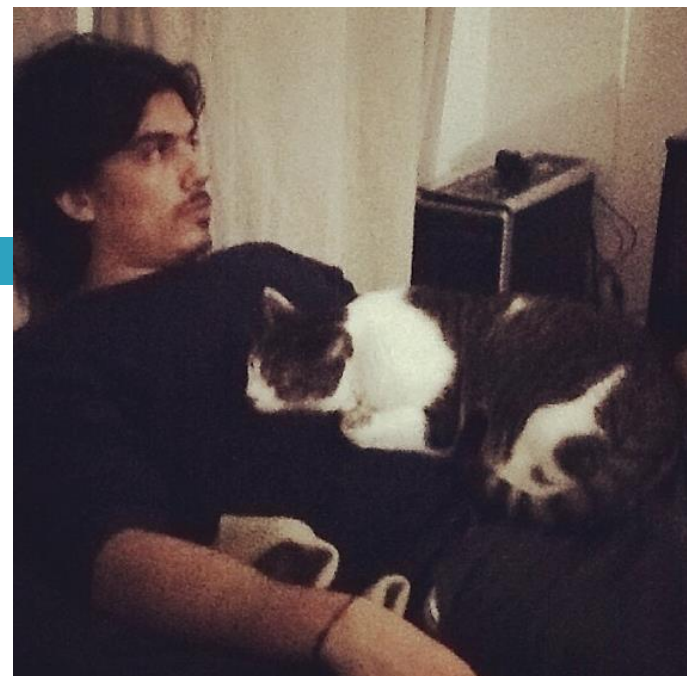
COMUNICAÇÃO PÚBLICA E REDES SOCIAIS

Lívia de Souza Vieira – Bom Jesus IELUSC









Esta é a minha rede social!



O que são redes sociais?

Bem antes da internet....

- Ao contrário do que muitos pensam, falar de Redes Sociais não necessariamente significa falar de internet, o conceito das redes sociais é algo bem mais antigo que nossa famosa web. Redes sociais representa gente, interação social, troca social. Falar do surgimento das redes sociais nos leva ao início da civilização onde o homem se reunia em torno de uma fogueira para compartilhar gostos e interesses.

O que são redes sociais?

Redes Sociais

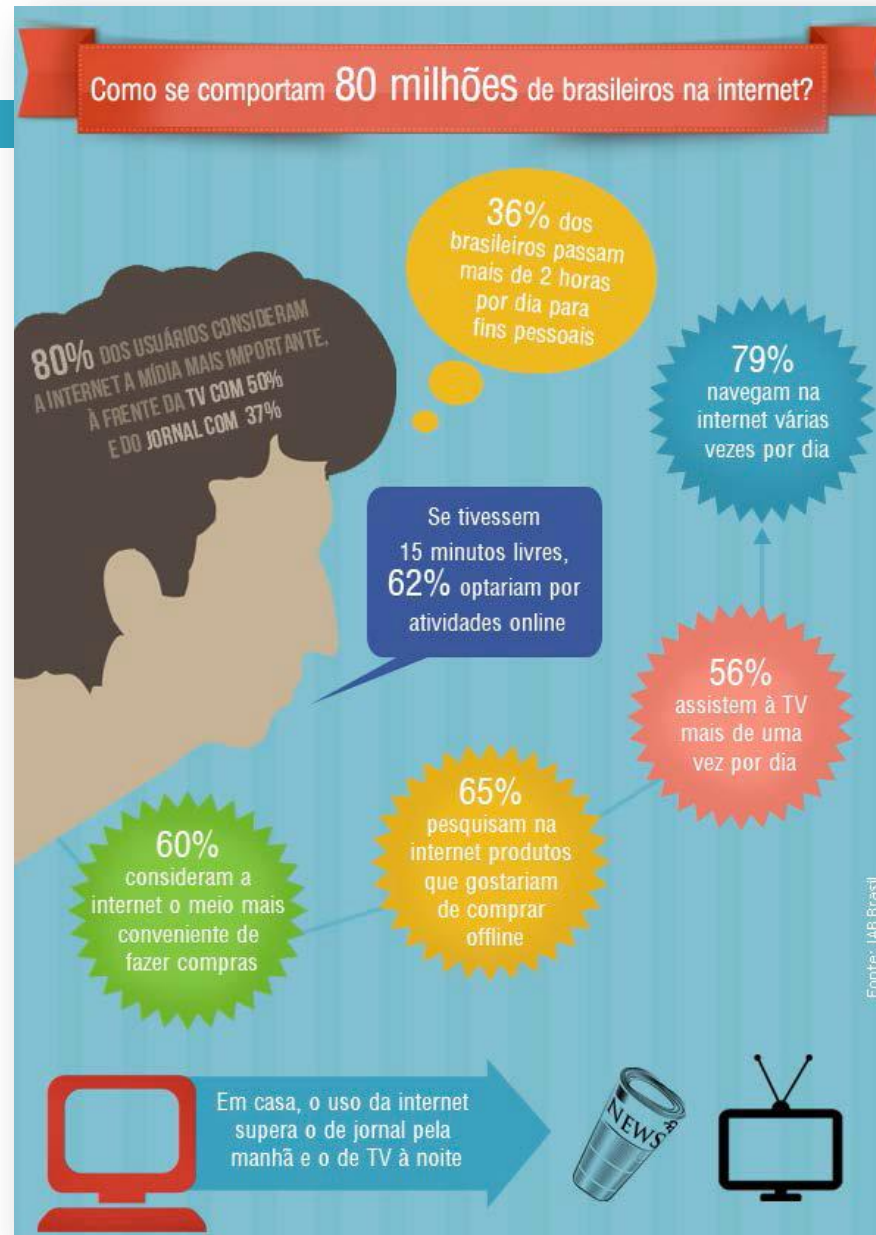
=

atores + conexões

~~Um > Muitos~~

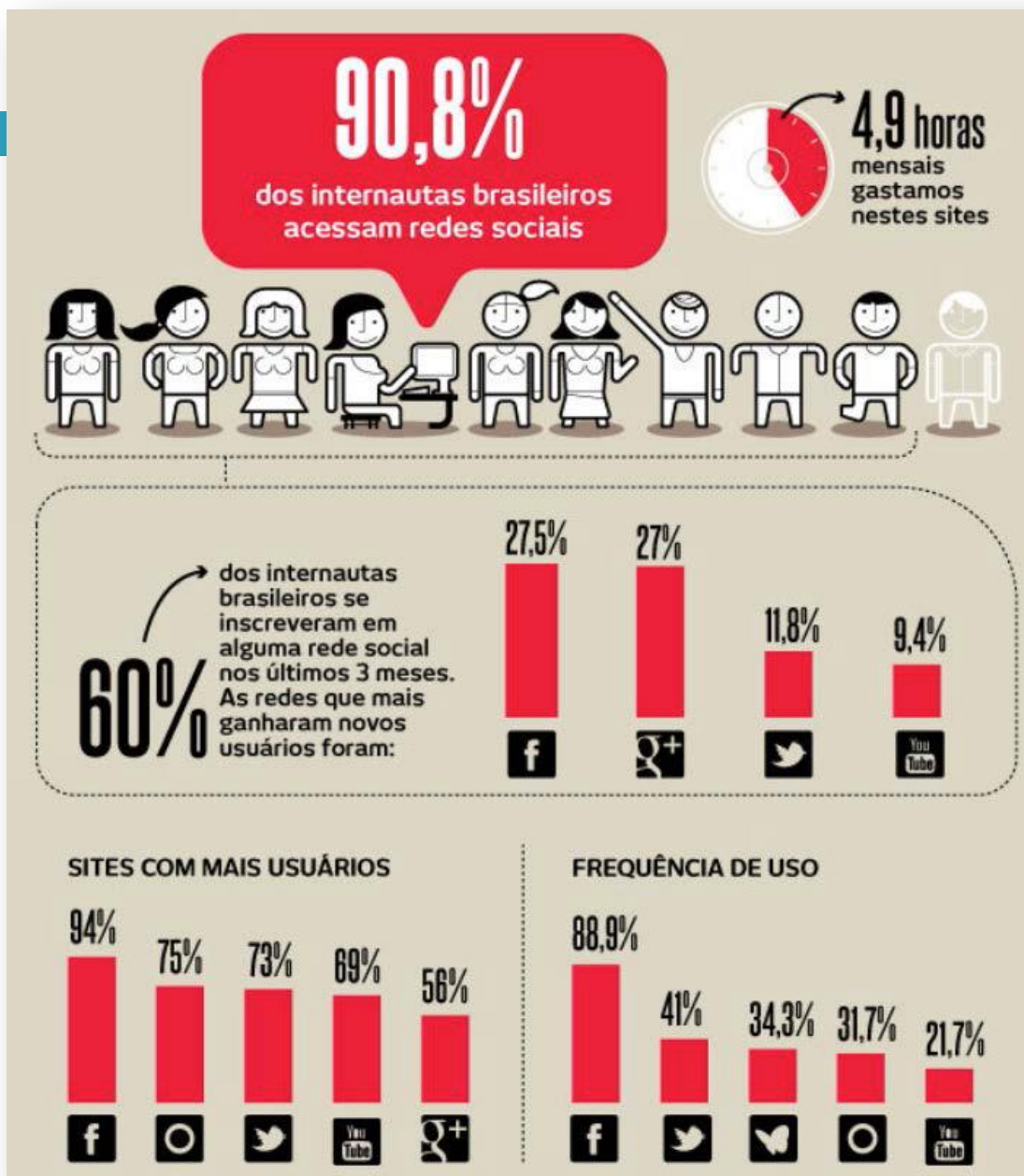
Muitos > Muitos

Quem está na redes sociais?



Fonte: IAB Brasil
(Internet Advertising Bureau)

Quem está na redes sociais?



Quem está nas redes sociais?



- Somados, os dois infográficos retratam uma conclusão nítida e incontestável: **redes sociais são uma realidade tão concreta quanto imutável em sociedades digitalizadas.**

Muitas redes...

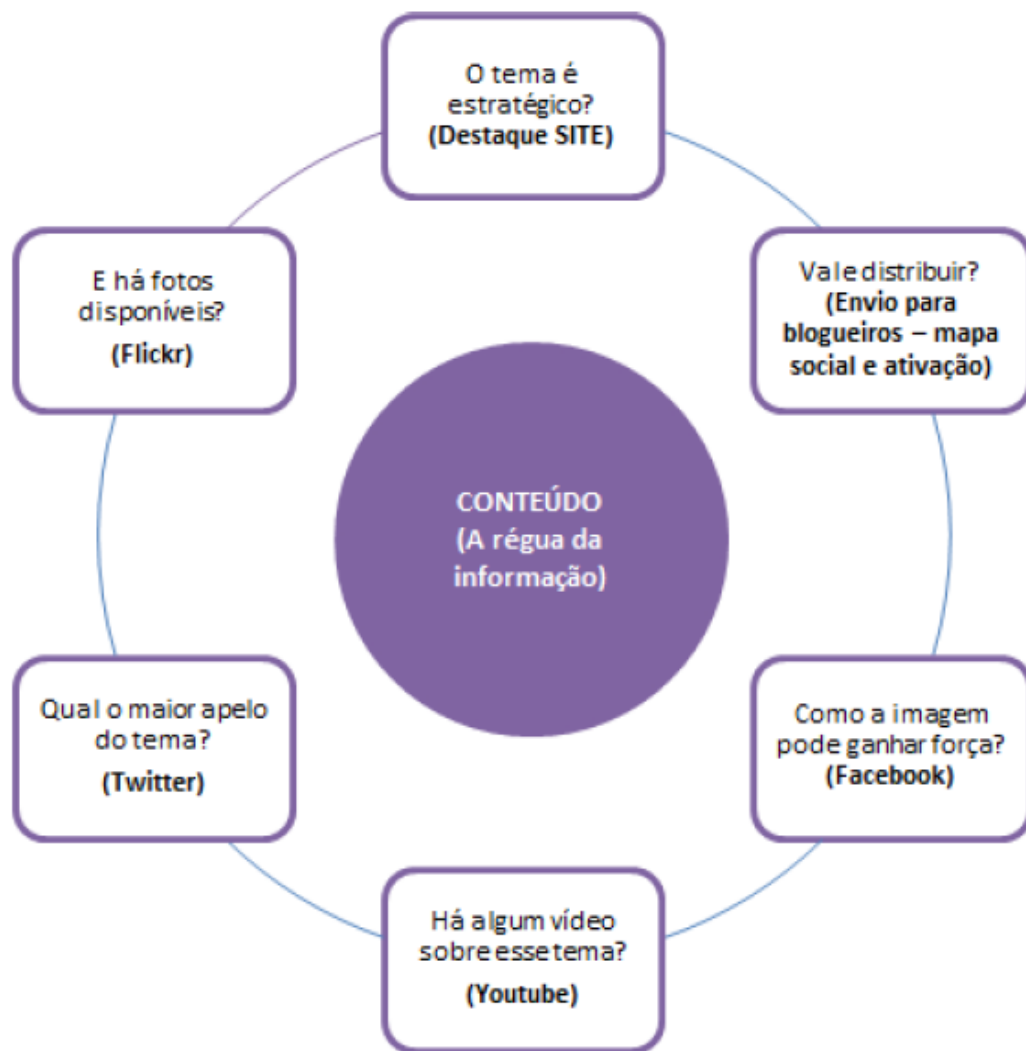


Junte-se a eles



- Mesmo que sua marca não esteja presente nas redes sociais, alguém está falando sobre ela. Então, por que não planejar a estruturação de uma presença digital com objetivos, linguagem e focos bem definidos?

Ecossistema de conteúdos



Uma semana no Twitter

MONDAY

Special promotions

SPECIAL PROMOTIONS



Tynan Coffee and Tea @TynanCoffeeTea

Happy Monday! The Tynan Word Of The Week is TEA TIME!

Come get 10% off your order this morning when you say 'Tea Time!'

Launch special Twitter-only promotions to your followers. Tweet an offer code that unlocks a discount on your website at checkout, or tweet a secret word that customers can mention to get a discount when they visit your business. Offer a free download to your followers who retweet your offer.

Uma semana no Twitter

TUESDAY

Behind the scenes

WEDNESDAY

THURSDAY

FRIDAY

Running a promotion?
Go to support.twitter.com
to check out some of our
best practices.

BEHIND THE SCENES



Mayfair Theatre @mayfairtheatre

At the Mayfair, we still think projectionists are important. If you see Matthew, Markus or Nick, say thanks. pic.twitter.com/j8Vxtaqi

Hide photo



Tweet behind-the-scenes videos or photos that provide access to information that your followers can't get any other way.

Uma semana no Twitter

WEDNESDAY

Helpful tips

HELPFUL TIPS



Delta Faucet @deltafaucet

Need to clean your showerhead or faucet? Just use a 50/50 solution of white vinegar and water. bit.ly/xkJJHS

Create a regular series of Tweets that are informative or surprising. If you're a chef, tweet recipes or kitchen tips. If you have a fashion boutique, tweet ways to match current trends with vintage items.

THURSDAY

Media spotlights

MEDIA SPOTLIGHTS



The Charles Hotel @CharlesHotel

Mark your calendars for our [#LeapYear](#) sale. Save 29% on rooms & suites. Thanks [@USATODAYTravel](#) & [@laurably ow.ly/9fige](#)

Highlight positive press stories and news about your company, industry or community that your followers will find interesting. Be sure to mention the @username of the reporter or media outlet when you tweet the story. This provides clear attribution and recognizes the source.

Uma semana no Twitter

FRIDAY

Focus on your people

FOCUS ON YOUR PEOPLE



Murray's Cheese @MurraysCheese

Open

Our awesome interns pose w/ new staff fave @ConsiderCheese Rupert. It's the only cheese we have w/ a whale on it: <http://yfrog.com/hof7qmcj>

Hide photo



Highlight the people who help run your company by tweeting photos showing them at work. Retweet the Tweets that relate to your business.

Dicas de conteúdo no Facebook

- Use todas as formas de atualização de status: links, texto, vídeo e imagens. Variedade incrementa o alcance e o engajamento dos usuários.
- Pare de automatizar. O Facebook possui sua própria linguagem, respeite isso e separe seus tweets e posts de blog.
- Evite palavras ou frases complicadas. As pessoas interagem mais em linguagem simples.
- Crie ofertas exclusivas. Forneça descontos para seus fãs.

Dicas de conteúdo no Facebook

- ❑ Estude o melhor horário para postar conteúdo em sua fanpage. Dependendo do seu mercado, os fãs podem ser mais ativos em determinado horário do dia.
- ❑ Conte a sua história no Facebook. Busque em seu arquivo fatos interessantes ou importantes sobre sua marca.
- ❑ Envolve-se em causas importantes para a comunidade.
- ❑ Entre blog corporativo e redes sociais, escolha os dois.
- ❑ Faça relatórios mensais qualitativos.

Quando você vota para eleger senadores e deputados escolhe quem faz as regras do jogo, as leis que regem a sua vida em sociedade e os interesses do seu estado.

Por isso, assim como para presidente da República e governador, é fundamental pesquisar a vida pregressa dos candidatos aos cargos do Poder Legislativo, afinal você não vai querer abrir mão de escolher com critério quem vai te representar no Congresso Nacional, certo?

Entenda melhor como funciona o Sistema Político Brasileiro com os vídeos do canal "E eu c/ isso?" no YouTube (<http://bit.ly/1Du0fHq>).

Nas eleições, dê atenção ao voto para senadores e deputados. Eles fazem as leis que mudam a sua vida.

#senadoBR #seuvotofazosenado #votoconsciente #eleicoes2014



O aplicativo ainda classifica oito tipos de violações de direitos: trabalho infantil, violência física, violência psicológica, violência sexual, discriminação, tortura, tráfico de pessoas e negligência e abandono. Baixe já no seu smartphone! Está em suas mãos proteger nossas crianças. #ProtejaBrasil Saiba mais sobre o aplicativo: <https://www.youtube.com/watch?v=vmaudGkla-0>.

APP PARA PROTEGER

Aplicativo do Unicef ajuda a coibir violência contra crianças e adolescentes.

A partir do local onde o usuário está, o app indica telefones para denúncias e endereços que ajudam a enfrentar violência nas principais cidades brasileiras.



Prefeitura de Curitiba

23 de setembro · Editado

Temos a honra de convidar todos os curitibanos para a "O Casamento Vermelho".

A celebração acontecerá no Hemobanco, dia 27/09/2014, das 08h às 16h.

Traje: vermelho.

Mestre de cerimônia: RPC TV

Convidamos também todas as cidades-madrinhas dessa cerimônia que participem da celebração com seus cidadãos: Prefeitura de Praia Grande, Prefeitura de Maceió, Prefeitura de Salvador, Prefeitura de Ilhabela, Prefeitura de Manaus, Prefeitura de Blumenau, Prefeitura de Maringá, Prefeitura Municipal de Mariana, Prefeitura de Palmas, Prefeitura de Cuiabá, Prefeitura de Niterói, Prefeitura Municipal de Limeira e outras cidades-madrinha.



Lista de presentes

- o casamento vermelho -

A lista de presentes da Prefs está
disponível nessa publicação.
Escolha um item e presenteie a cidade.





Dilma Rousseff ✓

@dilmabr

Twitter pessoal de Dilma Rousseff, presidente eleita do Brasil
Brasília · <http://www.dilma13.com.br>

Follow



394 TWEETS

578 FOLLOWING

1,412,296 FOLLOWERS

Tweet to Dilma Rousseff

@dilmabr

Tweets

Following

Tweets



Dilma Rousseff @dilmabr

13 Dec 10

Amigos, muito legal ser tão lembrada no twitter em 2010. Logo eu, que tive tão pouco tempo p/estar aqui c/vcs. Vamos conversar mais em 2011.

Expand



27 setembro 2013

VOCÊ CONHECE O

PEZÃO?

QUAL É O DOCE FAVORITO DO PEZÃO?

PÉ DE MOLEQUE

PUDIM

GOIABADA COM QUEIJO



Luiz Fernando Pezão

Curtiu · 2 h

Vai chegando o final da tarde e vai dando aquela vontade de um docinho, um café... não é mesmo? Qual o seu doce favorito para o lanchinho da tarde? O do Pezão é um desses três aqui embaixo, será que você sabe qual é?! 😊 #VocêConheceOPezão

Curtir · Comentar · Compartilhar

👍 424 pessoas curtiram

Principais comentários · isso.

🗨️ 321 compartilhamentos



Jammal Edm O que vc come eu n faço ideia, mas n acho que seja isso que vai ser o necessário para governar o estado. Numa boa, estendo que isso é uma rede SOCIAL, mas você não é intimo de ngm aqui muito menos artista para tal questionamento... Que tal... Você sabe quais são os projetos de governo do Pezão?... Acho que seria mais sensato...

Curtir · Responder · 9 · 53 min

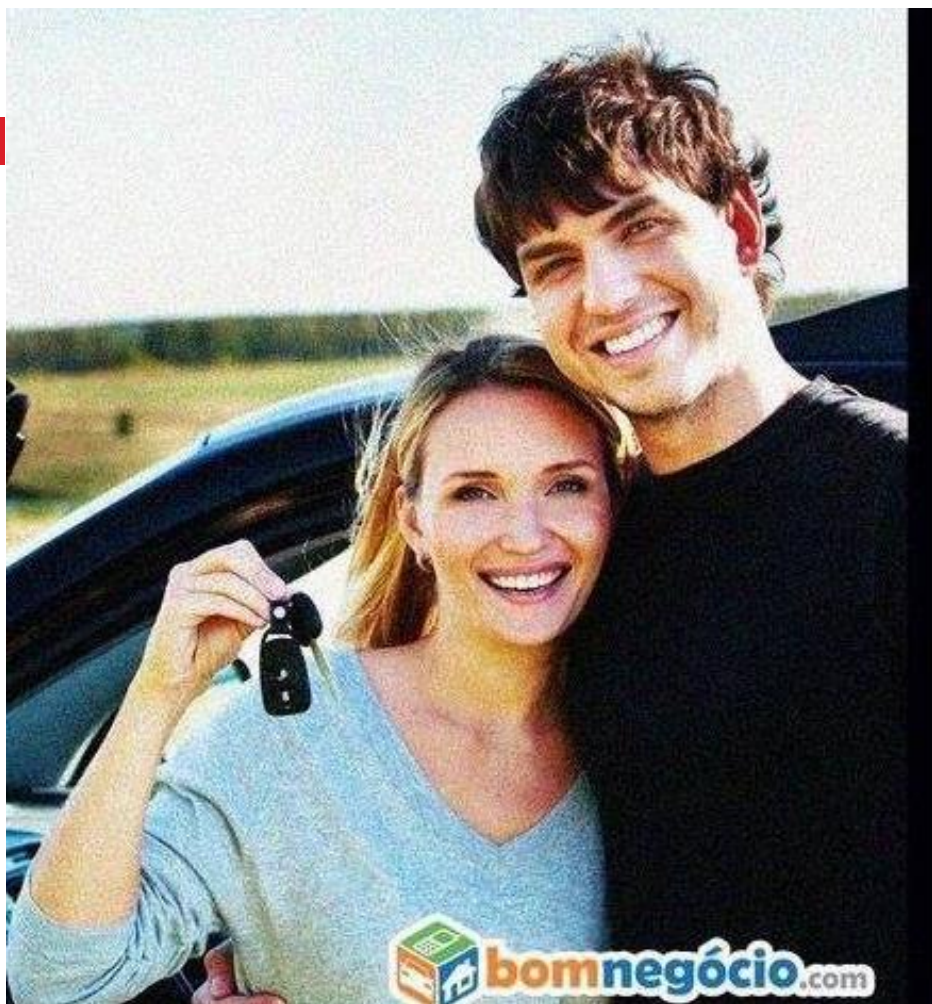


Luiz Fernando Pezão respondeu · 3

Respostas · 7 min



Lucas Cortezia Quedevez Pezão não gosta de sorvete????



bomnegócio.com

9 h

Recebemos esta foto da Joanna e seu marido felizes com o carro comprado pelo bomnegócio.com.

http://bit.ly/BN_carros

Quer compartilhar sua história? Envie para facebook@bomnegocio.com

Curtir · Comentar · Compartilhar

68 pessoas curtiram isso. Principais comentários ▾

1 compartilhamento



Túlio Carregal Maurilo Andreas

Curtir · Responder · 9 min



Túlio Carregal que legal a joanna é modelo do shutter <http://www.shutterstock.com/.../stock-photo-portrait-of...>



Portrait Of Happy Beautiful Couple Showing The Keys Standing Near The Car Stock Photo 63837982...

www.shutterstock.com

Download royalty free portrait of happy beautiful couple

Relacionamento com o público



- ❑ O relacionamento com o usuário não deve jamais ser encarado como uma prática apenas para combater eventuais crises.
- ❑ O tom é o de conversa. Ninguém conversa sozinho!

Relacionamento com o público

5 melhores práticas recomendadas:

- ❑ Modere comentários negativos de usuários apenas quando as críticas contiverem insultos pessoais a funcionários ou clientes – caso contrário, mantenha os comentários visíveis e, na medida do possível, responda-os.
- ❑ Convide usuários com problemas a conversas privadas, buscando resolver cada uma de suas questões fora de ambientes públicos.
- ❑ Seja sempre agradecido pela participação, com postura educada e evitando utilizar qualquer tipo de tonalidade jurídica.
- ❑ Se estiver errado, peça desculpas.
- ❑ Sempre agradeça críticas, sugestões ou comentários.

Relacionamento com o público











Relacionamento com o público



- Todas as perguntas feitas diretamente pelos usuários devem ser respondidas na mesma rede.
- Comentários feitos pelos usuários que não demandem respostas diretas não devem ser endereçadas individualmente, como regra. No entanto, é recomendado que alguns dos comentários recebam réplicas da instituição, deixando claro que ela está presente e efetivamente envolvida em um relacionamento concreto.

Erros na gestão de redes sociais

-  1. FALTA DE PLANEJAMENTO
-  2. FOCAR APENAS NOS NÚMEROS
-  3. FAZER SPAM NAS REDES SOCIAIS
-  4. TER UM BLOG IRRELEVANTE E CHATO
-  5. FALAR APENAS SOBRE SI MESMO
-  6. NÃO SE COMPROMETER
-  7. AUTOMATIZAR TODOS OS PROCEDIMENTOS
-  8. NÃO INTERAGIR COM SEU PÚBLICO

Gerenciamento de crise

- Um dos maiores riscos na reação a uma crise é justamente errar na sua dimensão.
- Ou seja: em alguns casos, instituições podem interpretar críticas simples à marca como uma situação de crise, respondendo a elas e gerando assim uma atmosfera pública de debate sobre um assunto por natureza danoso à marca.
- Ao se interpretar a forma de reação, é sempre importante ter em mente que qualquer resposta pública da marca a uma situação adversa acabará aumentando também a massa de usuários que conhecem essa situação.

Uma crise é	Uma crise não é
Volume de menções que tenha alcançado grandes audiências	Usuário mostrando descontentamento com algum programa ou ação
Volume de menções alto e com fundamento	Usuário declarando preferência à gestão de algum outro partido
Volume de menções alto e com amparo legal contrário aos interesses da instituição	Usuário reclamando sobre algum representante da instituição, em alguma situação
Menções com potencial viral alto	Menções restritas a um número pequeno de usuários

Tabela 2: Definição de crise

Etapas de uma crise



Etapas de uma crise

- Tipos de Fato Gerador:

Origem

Quando é	Indica	O que se deve cogitar
Interna, iniciada por servidores ou colaboradores	Maior probabilidade de controle	Contato com servidor alertando sobre violação de políticas da instituição e remoção de conteúdos danosos
Externa, iniciada por usuários sem vínculo empregatício com a marca	Menor probabilidade de controle	Avaliação dos perfis viralizadores – contato direto (e privado) pode ser feito apenas se usuários não se mostrarem “agressores” incondicionais da marca

Tabela 5: Menções por origem

Etapas de uma crise

- Tipos de Fato Gerador:

Veracidade

Quando é	Indica	O que se deve cogitar
Verdade	Problema concreto do volume de menções crescer ao encontrar bases sólidas que confirmem eventuais acusações	<ul style="list-style-type: none">• Correção do problema• Comunicados explicando soluções que estão sendo tomadas
Mentira	Bases para crescimento de crise são menores, mas ainda assim concretas	Ação lúdica de esclarecimento de usuários

Tabela 6: Menções por veracidade

Como reagir a uma crise

- MONITORAMENTO

O monitoramento deve ser feito sempre, mas principalmente quando uma crise estiver em vigor. Em alguns casos, no entanto, monitorar deve ser também a única atitude a ser tomada pela marca, quando ficar claro que qualquer reação dela terá como efeito único o aumento da crise em si.

Como reagir a uma crise

- TRANSPARÊNCIA
- Em muitas situações, a melhor forma de se combater uma crise – principalmente quando ela já se fizer conhecida pela ampla maioria dos usuários – é agindo de forma pessoal e transparente.
- Para tanto, a instituição deve utilizar os seus canais nas redes sociais para explicar a situação aos usuários, expondo causas do problema, medidas que estiverem sendo tomadas e expectativas claras de solução.

60 anos da Petrobras



Referências

- ❑ INGAGE DIGITAL BRANDING. **9 erros que as empresas cometem em gestão de redes sociais.** <http://materiais.ingage.com.br/ebook-9-erros-em-redes-sociais>
- ❑ HUBSPOT. **How to use facebook for bussiness: an introductory guide.** <http://offers.hubspot.com/facebook-for-business>
- ❑ RODRIGUES, Bruno. **Cartilha de redação web.** <http://epwg.governoeletronico.gov.br/cartilha-redacao>
- ❑ SECOM PRESIDÊNCIA DA REPÚBLICA. **Manual de orientação para atuação em redes sociais.** http://secom.gov.br/pdfs-da-area-de-orientacoes-gerais/internet-e-redes-sociais/secommanualredessociaisout2012_pdf.pdf
- ❑ TWITTER. **Small bussiness guide.** <https://business.twitter.com/small-biz-guide>
- ❑ BRAMBILLA, Ana. **Para entender as mídias sociais 1 e 2.** <http://paraentenderasmidiassociais.blogspot.com.br/>
- ❑ SILVA, Tarcizio. **Para entender o monitoramento de mídias sociais.** <http://pt.slideshare.net/tarushijio/para-entender-monitoramento-de-midias-sociais>
- ❑ RECUERO, Raquel. **Redes sociais na internet.** <http://pt.slideshare.net/AlessandraBeltramim/redes-sociais-na-internet-livro-da-raquel-recuero>

Obrigada! 

@_Livia

www.facebook.com/liviasvieira

liviasvieira@uol.com.br