

**LIDERANÇA
SINDICAL
e suas
REDES SOCIAIS**



CSB
CENTRAL DOS SINDICATOS
BRASILEIROS

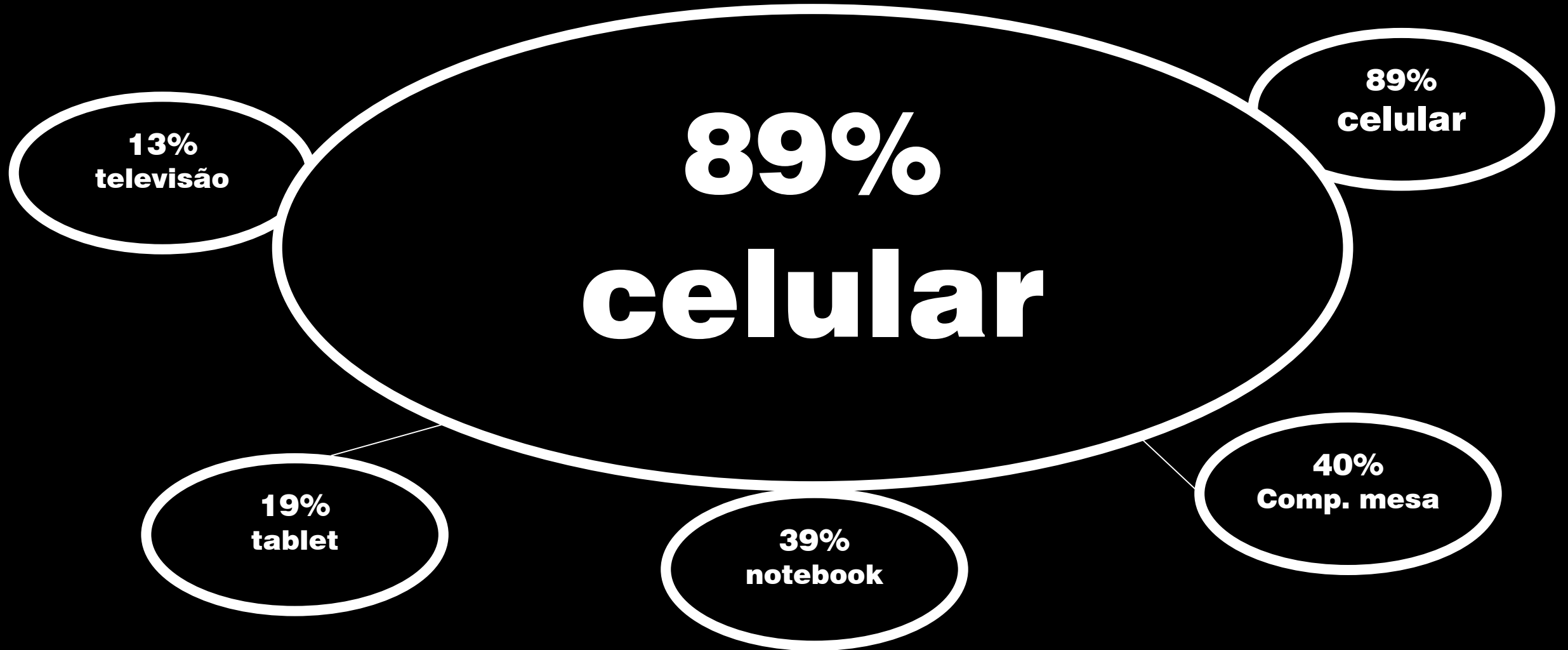
Estamos entre dois mundos

58% dos
Brasileiros
usam internet

42% dos
Brasileiros
NÃO
usam internet



Redes sociais: presença diária e ativa





Novas configurações das empresas de comunicação

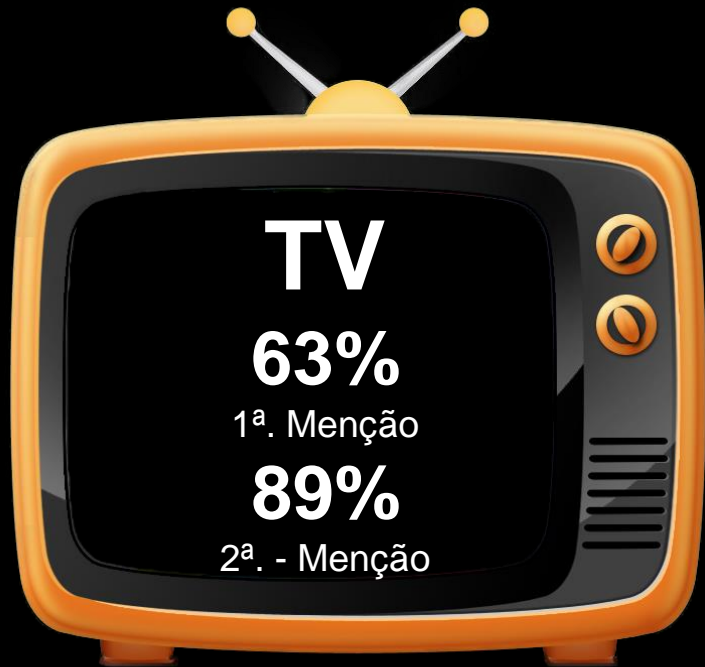
- 1 – Conglomerados de comunicação;
- 2 – Redução de jornais impressos
- 3 – Efeito manada

Quantos dias da semana, de segunda a domingo, o(a) sr.(a) lê jornais

Base: Amostra (15050)

1 dia por semana ou menos	10%
2 dias por semana	6%
3 dias por semana	4%
4 dias por semana	1%
5 dias por semana	2%
6 dias por semana	1%
7 dias por semana/ Todos os dias	8%
Nunca/ Não assiste/ ouve/ lê/ navega	67%
NS/NR	0%

Em que meio de comunicação o(a) sr(a) se informa mais sobre o que acontece no Brasil? E em segundo lugar?



Internet

26%
1ª. Menção
49%
2ª. - Menção

Rádio

07%
1ª. Menção
30%
2ª. - Menção



Jornal

03%
1ª. Menção
12%
2ª. - Menção

P06) Qual emissora de TV aberta ou paga o(a) sr(a) mais assiste? E a segunda emissora que o(a) sr(a) mais assiste? **(ESPONTÂNEA – ATÉ DUAS MENÇÕES)**

Base: para quem costuma assistir TV (14666)	1ª MENÇÃO	1ª+2ª MENÇÕES
Globo	56%	73%
SBT	11%	36%
Record	12%	32%
Band	3%	11%
Globo News	1%	2%
SporTV	1%	2%
Discovery Channel	1%	2%
Fox	1%	2%
RBS TV	1%	1%
Cultura	0%	1%

Redes sociais para lideranças

Realizar um diálogo em tempo real com a sociedade civil ;

Construir uma nova matriz online e interativa de militância;

Divulgar ações

**FERRAMENTA
DE
COMUNICAÇÃO**

Aumentar a eficácia das ações de comunicação e marketing, sociabilizando conteúdos e engajando audiência;

Aumentar a visibilidade da imagem da liderança

Fornecer informações e serviços

FERRAMENTA DE ORGANIZAÇÃO

- ✓ **Cadastro** de lideranças e apoiadores;
- ✓ Organizar **grupos por segmento**;
 - ✓ Comunicação ágil;
 - ✓ Mobilização permanente;
 - ✓ Feedback de opiniões.

**Comunicação
hegemônica**



**Comunicação
CONTRA
hegemônica**



Perfis nas redes sociais e suas diferenças

Perfil público (perfil ou fan page)

- Linguagem coloquial (utiliza regras de comunicação das redes)
- Posta de acordo com o movimento das redes;
- Divulga ações e estimula interação;
- Usa o perfil para divulgar questões comerciais ou institucionais

Perfil Institucional (fan page)

- Linguagem institucional em questões relevantes e linguagem coloquial para ações de divulgação;
- Divulga ações e estimula interação;
- Usa muita informações relevante para o seu público de outros sites e fan pages

Perfil Liderança

- Linguagem institucional em questões relevantes e linguagem coloquial para ações de divulgação;
- Divulga ações e estimula interação;
- Usa as redes para formação de quadros e direção política;

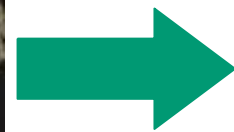
Mobilização e organização sindical

Para se tornar uma alternativa real para a organização dos trabalhadores é necessário atualização e formação permanente;

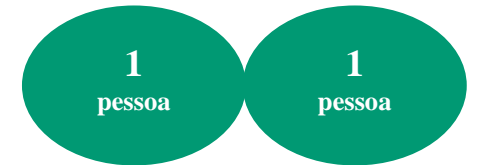
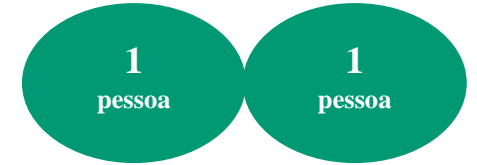
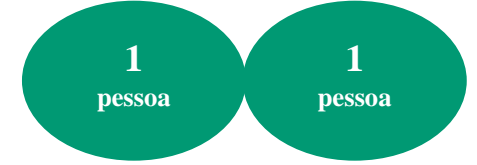
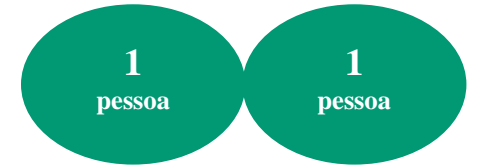
Mobilização social real é feita pela leitura da realidade e capacidade de direção;

Meios de comunicação são “elos”;

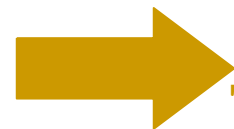
Exemplo de comunicação via WhatsApp



LISTA DE TRANSMISSÃO



GRUPO



LISTA DE TRANSMISSÃO

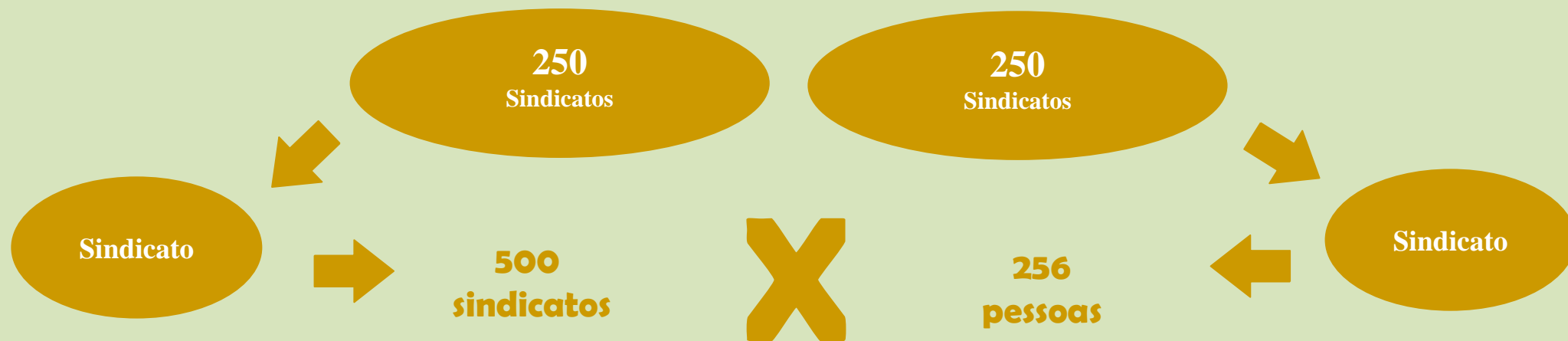


=

6.400



GRUPO



128.000



Facebook



Mail list



Twitter



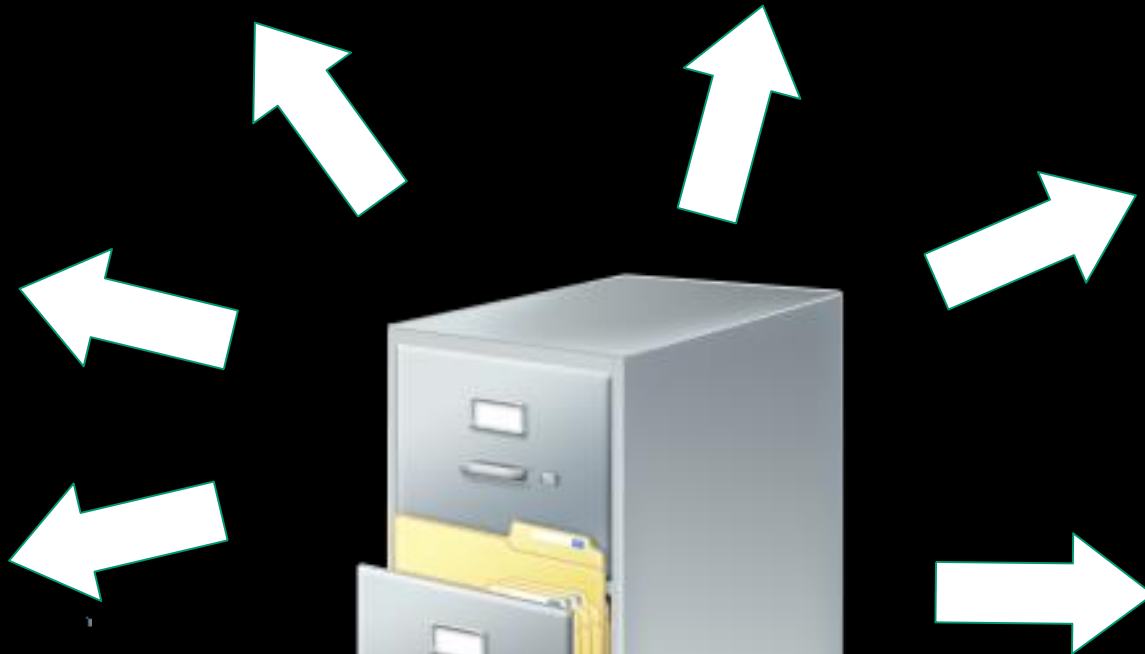
Instagram



Contato telefônico



Via correio



Em qual local o(a) sr(a) utiliza mais a internet? E em segundo lugar?



Casa

79%

1ª. Menção

93%

2ª. - Menção



Escola ou Universidade

01%

1ª. Menção

06%

2ª. - Menção

Casa dos amigos

01%

1ª. Menção

10%

2ª. - Menção



Rua

02%

1ª. Menção

16%

2ª. - Menção

Trabalho

13%

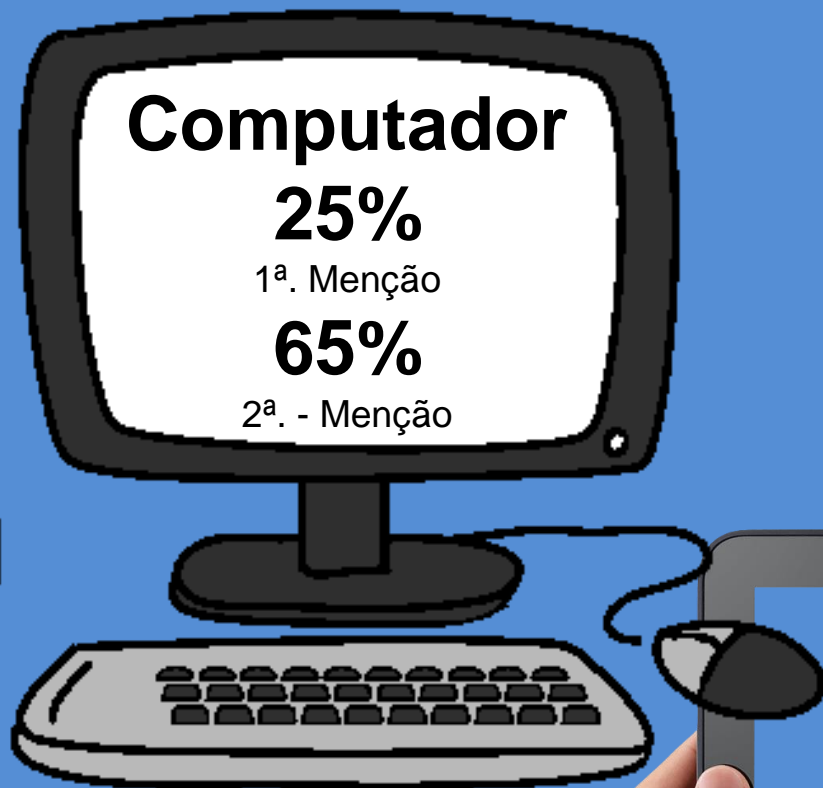
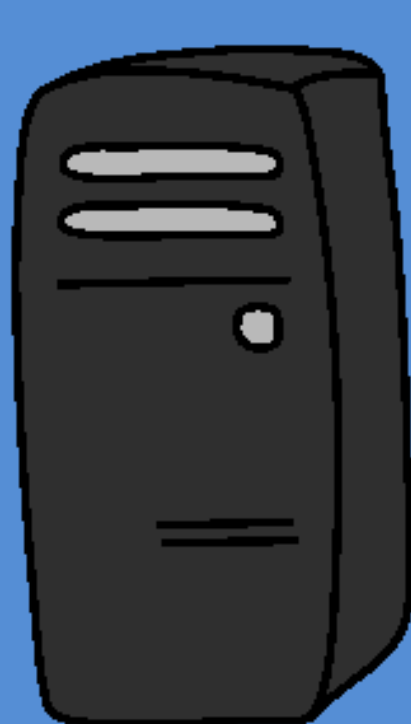
1ª. Menção

33%

2ª. - Menção



Como o(a) sr(a) costuma utilizar mais a internet: por computador, pelo tablet ou pelo telefone celular? E em segundo lugar?



Computador

25%

1ª. Menção

65%

2ª. - Menção



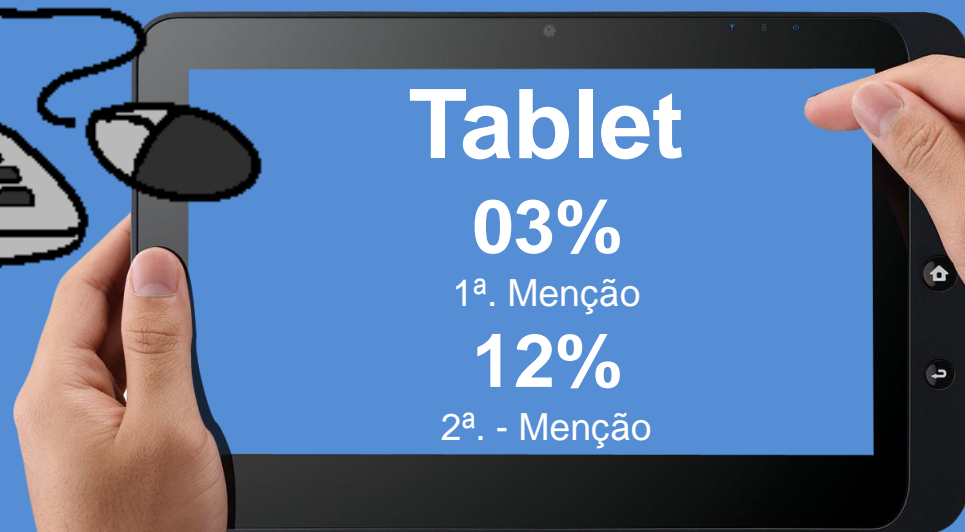
Celular

72%

1ª. Menção

91%

2ª. - Menção



Tablet

03%

1ª. Menção

12%

2ª. - Menção

Agora gostaria de saber quanto o(a) sr(a) confia nas notícias que circulam nos diferentes meios de comunicação. O(a) sr(a) confia sempre, confia muitas vezes, confia poucas vezes ou nunca confia:

Base: para quem assiste TV (14666)	Confia sempre	Confia muitas vezes	Confia poucas vezes	Nunca Confia	NS NR
A. Nas notícias na TV	28%	26%	38%	8%	1%
Base: para quem ouve rádio (9880)	Confia sempre	Confia muitas vezes	Confia poucas vezes	Nunca Confia	NS NR
B. E nas notícias de rádio	29%	28%	35%	6%	2%
Base: para quem lê jornal (4665)	Confia sempre	Confia muitas vezes	Confia poucas vezes	Nunca Confia	NS NR
C. Nas notícias dos jornais	29%	30%	36%	4%	0%
Base: p/ quem usa internet (9307)	Confia sempre	Confia muitas vezes	Confia poucas vezes	Nunca Confia	NS NR
E. Nas notícias de sites	6%	14%	62%	16%	2%
F. Nas notícias de blogs	4%	7%	54%	29%	6%
G. Nas notícias de redes sociais	5%	9%	63%	21%	1%

Quando o(a) sr(a) está assistindo TV, quais destas atividades faz ao mesmo tempo mais frequentemente? Mais alguma? Alguma outra?



Troca mensagens instantâneas
16%



Usa internet
24%

Conversa com outra pessoa
24%



Comendo algo
35%



Faz alguma atividade doméstica
19%

Usa o celular
35%



“Habitualmente uso
mais de um meio ao
mesmo tempo”

(Jovens 61%; Total 56%)



Afinal, o que são elas?

10

**dicas para AUMENTAR o engajamento
nas suas Redes Sociais**



CSB
CENTRAL DOS SINDICATOS
BRASILEIROS

1

Utilize todos os formatos de conteúdo

Use todas as formas de atualização de status: links, texto, vídeo e imagens.

Variedade incrementa o alcance e o engajamento dos usuários.

Use seu Facebook Insights para saber que tipo de conteúdo gera mais alcance e qual gera mais engajamento.

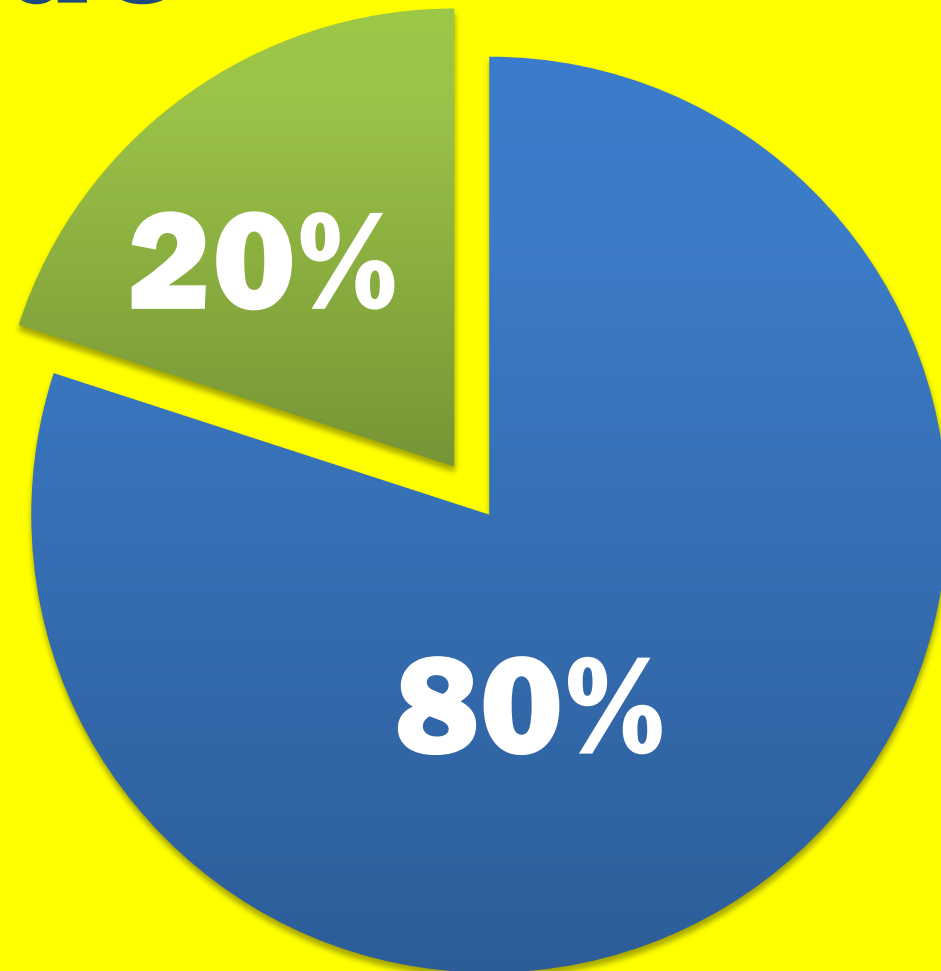


Use a regra 80/20 em seu conteúdo

Use a regra dos 80/20:

80% das mensagens precisam gerar valor para o usuário, 20% das atualizações podem ser promocionais.

Em linhas gerais, a cada 10 posts da sua empresa no Facebook, reserve 2 para divulgar seus serviços e produtos e 8 para gerar engajamento e conteúdo.



2

Humanize seu conteúdo

Linguagem mais humanizada pode gerar conversas e maior relacionamento.

Dependendo do seu segmento, criar um personagem ou falar uma linguagem próxima do seu público pode ser viável.

Um caso clássico é o do Ponto Frio, que usa um personagem e tem uma linguagem criada e em sintonia com seu público (pelo menos nas redes sociais).



3

Responda os comentários

4



Responda as pessoas quando elas comentarem alguma atualização sua empresa.

Isso aumenta o engajamento e a percepção da sua marca como preocupada em atender sempre seus consumidores.

5

Seja simples e fuja de termos muito técnicos

Evite palavras ou frases complicadas. As pessoas interagem mais em linguagem simples.

Mesmo que seu conteúdo seja técnico e direcionado a um público específico, lembre-se que ele pode atingir mais pessoas que podem não entender uma palavra do que você publicou.



Faça textos curtos

**Use atualizações curtas.
Entre 10 palavras ou menos
quando possível.**

**Como o volume de conteúdo
no Facebook é muito grande,
nem todos têm tempo para
ler atualizações longas.**

**Se precisar falar mais,
publique a informação em
seu blog, por exemplo e
poste o link para mais
informações**



6

Não há lovers sem haters

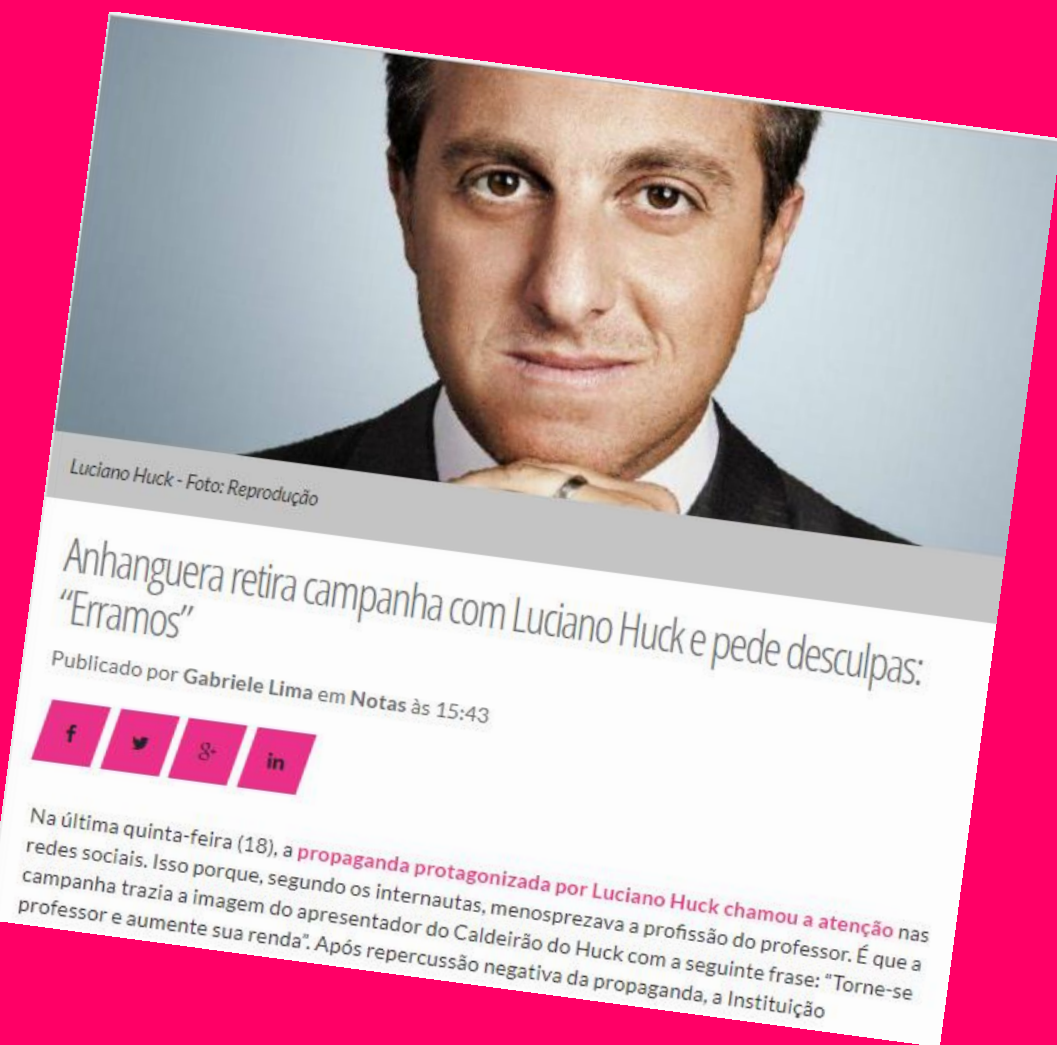
7



As pessoas se aglomeram em redes sociais por objetivos em comum. E são absolutamente xiitas com opiniões contrárias. Quando uma marca tenta falar com todos os grupos da mesma forma é muito ruim. E quanto tenta falar de formas diferentes com todos os grupos, também é muito ruim. Essa marca fala uma coisa para um e outra para a outra. É preciso ser autêntico.

8

Todo mundo erra, mas é preciso entender que nas redes sociais é necessário cada vez mais humanizar seu conteúdo. Se errou peça desculpas e conserte o mais rápido possível o erro.

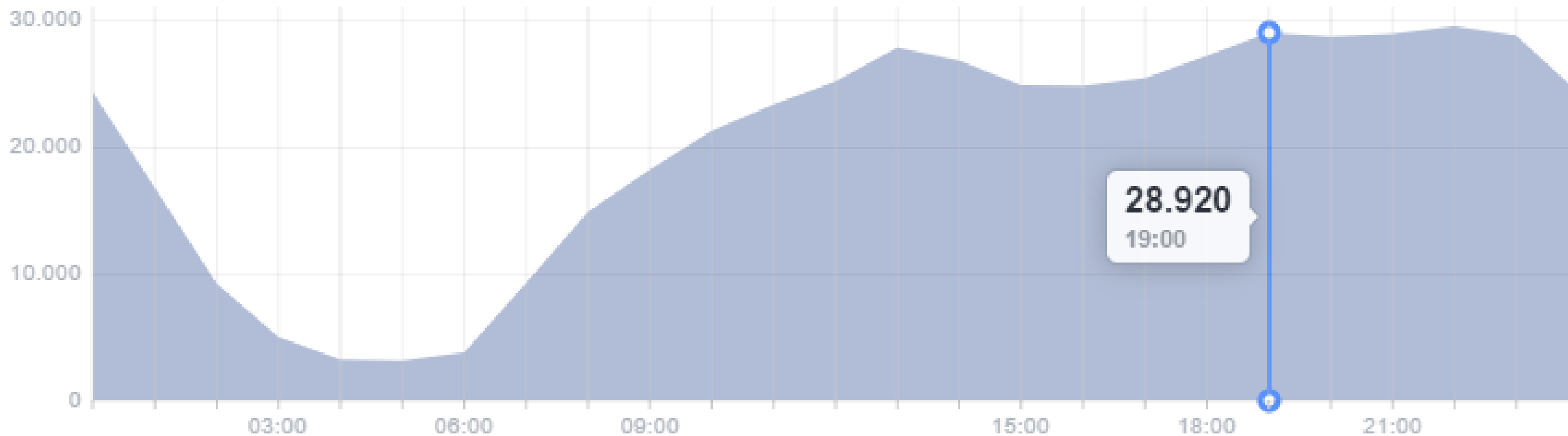


Se errar conserte o mais rápido possível

9

Conheça o melhor horário para postar

HORAS



10

Celebre datas comemorativas



Neste 15 de outubro, dê um abraço naquele que prepara campeões para a vida:
O professor de Educação Física!



Celebre feriados e dias especiais.

Use um calendário de datas comemorativas e, de acordo com seu público, comemore esses dias.

VALEU!

#TamoJunto



Marcio Carvalho

Facebook: Marcio Carvalho

Whats: (041) 98747 4784