



Covid-19

16 de março de 2020

fsbinteligência

PRESENÇA DIGITAL DAS MARCAS EM TEMPOS DE COVID-19



O que fazer nas redes sociais?

Medidas imediatas:



1. Conteúdo diz muito sobre você. Reveja a grade completa de conteúdos previstos para publicação nas próximas semanas.

- Conteúdos que sejam promocionais, comemorativos ou até mesmo eletivos precisam ser revistos e/ou adiados.
- Faça auditoria de todas as práticas que sua empresa está adotando sobre o Covid-19. Tanto para o público interno quanto para externo.
- Com base nos dados levantados (acima), alinhe a produção de conteúdo.
 - Se for sobre Covid-19, busque tom de voz informativo e sóbrio
 - Se for sobre temas gerais da marca/empresa (serviços, institucional, comercial), ajuste o tom de voz para não parecer excessivamente fora do "mood" geral
- Caso não tenha conteúdos suficientes, faça-os com menor frequência. Ou, mesmo, nem faça postagens. É melhor do que parecer alienado ao momento que vivemos.



3. Monitoramento Mão no pulso da conversa social

- Reveja o seu monitorando nas redes sociais e acrescente palavras-chave que se relacionem ao impacto do Covid-19 para a empresa, a marca, setor e gestores.
- Dessa forma você pode ter um bom acompanhamento de possíveis crises e também como seu nome e/ou marca estão envolvidos na conversa social nesse momento.



4. Informação e transparência. Palavra de ordem é colaborar

- Uma sugestão é ter um ambiente especial (landing page) mostrando o que a empresa/marca está fazendo no contexto do coronavírus.
- Use infográficos e estimule a proteção das pessoas com dicas.
- Use sua rede social proprietária (Twitter, Facebook, Instagram, LinkedIn) para divulgar seu ambiente especial e suas informações.
- Use tom de voz informativo e sóbrio e, se precisar, cite fontes confiáveis e checadas



2. Mídia Digital. Visibilidade é boa. Mas é preciso atenção.

- Reveja o que já está programado de campanha de mídia: conteúdo, públicos, regiões. A grade de anúncios e posts impulsionados deve seguir a mesma lógica do item 1.
- Avaliar se não é o caso de pausar a mídia digital, caso o conteúdo esteja muito fora da conversa digital da semana.



QUE NARRATIVAS ADOTAR NESSE MOMENTO?

Temáticas adequadas para momentos de crise e para ajudar a evitar Fake News.



• **Serviços:** as pessoas não querem saber sobre institucional. Divulgue seus serviços. Especialmente se forem remotos. Ex: entregas rápidas, atendimento por call center e e-commerce, horários de menor pico de pessoas.



• **Análises:** as pessoas querem fontes confiáveis. Use seu ecossistema digital e seus porta-vozes para divulgar artigos e análises sobre o setor que está inserido



• **Lidere campanhas:** crie uma campanha digital informativa com dicas diárias. Você é uma marca respeitada e todos vão se interessar. Use fontes confiáveis.



• **Sua empresa pode fazer a diferença.** Sua empresa está prestando algum tipo de auxílio ou dando suporte? Divulgue e ajude. Não é sobre não pegar. É sobre não passar.

Em caso de dúvidas, procure o time da FSB. Podemos ajudar em casos específicos. O cenário deve ser avaliado diariamente de acordo com a evolução dos fatos

comex.digital@fsbholding.com.br