

Como gerenciar uma crise nas redes sociais?

- Determine o tipo de crise, impactos e dimensões
- Defina a ferramenta de monitoramento principal a ser utilizada
- Faça um levantamento de informações com setores estratégicos
- Aprofunde seus conhecimentos sobre o tema crítico em questão
- Identifique os influenciadores, classificando-os em embaixadores e detratores da marca
- Crie uma mensagem-chave
- Mensure o impacto da publicação dos esclarecimentos na rede em que a crise começou
- Continue monitorando e atualizando a lista de palavras-chaves relacionadas à temas críticos
- Pratique o social listening

