

CHECKLIST

SUA EMPRESA ESTÁ
PREPARADA PARA
GERIR CRISES NAS
REDES SOCIAIS ?



COMUNICAÇÃO
INTEGRADA

O cenário da comunicação mudou. Com o advento das redes sociais e a maior proximidade entre usuários, clientes, consumidores e marcas, as empresas precisaram passar a investir muito além do que na produção de conteúdo, mas focar também na construção de uma presença digital sólida e de um relacionamento com os públicos prioritários.

Em um momento em que todos os usuários têm contato com as empresas através das redes sociais, uma empresa não pode estar no mercado sem ter um mapa de crise pré-definido, que considere o que poderia afetar seus negócios, antecipando como agir.

Minimizar arranhões à imagem, através da elaboração do mapeamento prévio, permite à equipe de comunicação se preparar para antecipar as crises, sabendo como agir quando ela for deflagrada.

Confira, nesse Checklist, se sua empresa está preparada para lidar com uma crise nas redes sociais. Responda sim ou não e ao final, obtenha um diagnóstico do grau de maturidade da sua empresa em relação ao gerenciamento de possíveis crises corporativas.

Vamos lá?





Estratégia digital

1 Há uma estratégia clara para uso das redes sociais, alinhada ao Planejamento de Comunicação Institucional?

Sim Não

2 Os conteúdos são planejados de acordo com indicadores estratégicos?

Sim Não

3 Há uma pesquisa de tendências e da concorrência antes da criação do cronograma editorial?

Sim Não

A person in a dark suit and blue striped tie is holding a tablet. Overlaid on the image is a network diagram with grey nodes and lines, and a world map in the background. The background is a blue grid pattern.

Mapeamento de riscos

4 Os principais riscos que envolvem seus produtos e serviços são identificados (Auditoria de vulnerabilidades)?

Sim Não

5 Existe um mapa de riscos, prevendo probabilidade e impacto deles ocorrerem?

Sim Não

6 Além desse mapa de riscos, há um plano de ação para cada público que poderia ser afetado caso o risco se concretizasse?

Sim Não



Planejamento preventivo

7 Há um plano de resposta à crise, incluindo componentes operacionais e de comunicação?

Sim Não

8 As lições de crises em redes sociais anteriores são analisadas, compartilhadas entre as equipes e delas extraídas pontos de melhoria para balizar novos planos?

Sim Não

9 Há um manual crises, incluindo redes sociais e um conjunto de perguntas e respostas (Q&A) para lidar de forma rápida com perguntas, dúvidas e comentários negativos envolvendo os temas críticos?

Sim Não



Equipes

10 São realizados treinamentos periódicos (media training, simulação de crises, orientações sobre uso de redes sociais)?

Sim Não

11 Sua empresa possui um Comitê de Crise, com papéis claros e bem definidos?

Sim Não

12 Os porta-vozes são treinados e bem informados sobre os temas sensíveis da empresa e tem conhecimento sobre os impactos das redes sociais na viralização de crises?

() Sim () Não

13 Há profissionais qualificados responsáveis pela produção e monitoramento de conteúdos?

() Sim () Não



Monitoramento

14 No processo de gestão das redes sociais, as palavras-chave relacionadas aos temas sensíveis (que devem constar no mapa de riscos) são monitoradas?

Sim Não

15 A presença digital da sua marca é analisada de forma frequente?

Sim Não

16 Os principais stakeholders já foram mapeados?

Sim Não

17 Detratores e embaixadores da marca são identificados?

Sim Não

18 Ferramentas de monitoramento são utilizadas para acompanhar postagens envolvendo temas críticos, reclamações e comentários negativos nas redes sociais?

Sim Não



SAC 2.0 e Perguntas e respostas

19 Há procedimentos claros e estruturados para atendimento via rede social? Esses procedimentos são compartilhados com todas as equipes da comunicação (redes sociais, assessoria de imprensa, marketing, comunicação com funcionários e etc)?

Sim Não

20 O SAC 2.0 já é uma prática adotada para ajudar clientes e consumidores a resolver problemas de forma mais rápida?

Sim Não



Agora analise os resultados

De 15 a 20 “nãos” respondidos- Sua empresa precisa com urgência investir em mapeamento de riscos e na criação de um plano de crises, focando em redes sociais

De 11 a 15 “nãos” respondidos- Sua empresa deve considerar o monitoramento das redes sociais e mapeamento de riscos uma prioridade, antes que sua imagem e reputação sejam afetadas.

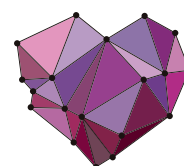
De 0 a 10 “nãos” respondidos- Sua empresa já tem conhecimento sobre o impacto que as redes sociais podem ter nas crises corporativas, mas é preciso estruturar procedimentos claros e envolver as equipes

De 0 a 5 “nãos” respondidos- Sua empresa está indo bem no caminho de construção de uma cultura de prevenção e usa as redes sociais para responder dúvidas, críticas e comentários no tempo certo, tom adequado e de forma transparente.

0 “nãos” respondidos- Sua empresa é um exemplo de preocupação com a imagem e reputação, pois tem procedimentos estruturados, regras claras e investe em monitoramento dos canais de atendimento e relacionamento com embaixadores e detratores da marca!

Para conferir mais checklists e materiais gratuitos, acesse:
<http://www.comunicacaointegrada.com.br/publicacoes/>

Curta também nossa página no Facebook
<https://www.facebook.com/comunicacaointegradaRJ/>



**COMUNICAÇÃO
INTEGRADA**