

PLANO DE COMUNICAÇÃO

PLANO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL PARA A VIRTUALLINK

- Equipe de Comunicação Multimídia e Relações Públicas:

Márcio Lobato

Nyanne Pacheco

1. - OBJETIVO:

A presente proposta objetiva estruturar e organizar o funcionamento do setor de Comunicação Social da VirtualLink, delimitando tarefas, funções e finalidades do setor, que é composto pelas áreas de Multimídia e Relações Públicas. O objetivo principal deste planejamento é dar visibilidade ao trabalho da instituição através da repaginação e implantação de canais de comunicação e produtos de mídia, bem como suas estratégias de comunicação.

2. - PLANO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL:

Tem a finalidade de estruturar concretamente as principais idéias e programações para todas as atividades do setor de Comunicação. A implantação do plano objetiva atender as demandas da Instituição e trabalhar a comunicação como um todo, na perspectiva interna e na externa.

2.1- Funções básicas de Relações Públicas:

- Gerencia as mais eficazes ferramentas para promover a boa imagem da instituição.
- Segmentação dos diversos públicos da Instituição.
- Criação e elaboração de matérias jornalísticas da empresa para os canais de comunicação institucionais e imprensa.
- Divulgar informações sobre a instituição e manter sempre um canal aberto com seu público interno.
- Arquivar as notícias de interesse da instituição veiculadas na imprensa através do clipping diário.
- Manter o cadastro atualizado de endereço de jornalistas, colunistas, radialistas, coordenadores de Faculdades, Secretarias da Prefeitura e do Governo e potenciais empresas para parcerias.
- Criar e firmar novas parcerias entre a Empresa e Empresas ou Órgãos de Belém e Região Norte.

- Planejamento nos dois principais eventos que a empresa promove; o WinLinux Day e o Castanhal Tech.
- Monitoramento dos Eventos de Tecnologia Nacionais e internacionais e elaboração de um calendário anual de eventos de Tecnologia.
- Manter o bom relacionamento com as Instituições de Ensino Superior com cursos de Tecnologia, para incentivar e organizar eventos de que reúnem assuntos pertinentes à academia e mercado.
- Organizar e manter atualizado o arquivo de notícias, fotografias e filmagens da instituição e dos eventos que ela promove e participa.
- Alimentar o site da instituição, com informações atuais e de interesse público.
- Alimentar as Redes Sociais, murais, intranet, comunidades de Software Livre e Interoperabilidade.
- Acompanhar os formulários de satisfação da Empresa e seus Eventos;
- Promover eventos periódicos com o quadro funcional da Instituição, com o intuito de aumentar a integração entre seus membros.
- Manter um permanente contato com os demais públicos internos e externos da instituição.

2.2- Funções Básicas de Multimídia:

- Cuidar da boa imagem da empresa perante o público interno e externo, através da criação de peças publicitárias;
- Trabalhar na edição de imagens, vídeos e áudios, que auxiliem na apresentação da empresa e também para na padronização da comunicação interna;
- Utilizar as mais eficazes ferramentas para promover a boa imagem da instituição;
- Apresentar ferramentas para auxiliar na segmentação dos diversos públicos da Instituição;
- Criação e elaboração de material gráfico e de vídeo que incentivem a boa imagem da empresa para os canais de comunicação institucionais e imprensa;
- Arquivar materiais gráficos e audiovisuais para constituir um banco de imagens e referências;
- Manter o cadastro atualizado e relacionamento com fornecedores, como: gráficas, produtoras, radialistas, emissoras de televisão, agencias;
- Planejamento de mídia e identidade visual nos dois principais eventos que a empresa promove; o WinLinux Day e o Castanhal Tech.

3 - Funcionamento do Prédio-sede:

Andar Térreo: Recepção, Setor de Vendas, Departamento de Relações Públicas, Laboratório de Treinamento em Linux e Copa.

1º Andar: Diretoria, Administração, Financeiro, Relacionamento com o Cliente, Publicidade, TI e Laboratório de Treinamento em Linux.

4.- PÚBLICOS DA VIRTUALLINK:

→ 4.1- Público Interno:

- Corpo Funcional.

→ 4.2- Público Externo:

- **Clientes:** Divididos em clientes de serviços, caracterizados em pessoa jurídica, onde são implantadas soluções inteligentes na área de TI, clientes de software e produtos, que podem ser composto tanto por pessoa jurídica como pessoa física e cliente de treinamento, que é composto por pessoa física, clientes de eventos, caracterizado por pessoa física que pode ou não ter vínculos com a empresa.

- **Parceiros e colaboradores** que contribuem através de parcerias para o trabalho da VirtualLink.

- **Imprensa.**

5- DIAGNÓSTICO:

A Comunicação na VirtualLink é responsabilidade de todos nós. Quando conseguimos nos comunicar efetivamente, construímos nosso próprio marketing interno, o que possibilita uma divulgação espontânea das nossas próprias ações. Apesar de termos consciência disso, a comunicação não flui como deveria. E muitas vezes, somos surpreendidos com erros e desencontros nas informações que partem da má comunicação interna e conseqüentemente para a externa.

O grande problema é que a Comunicação na VirtualLink não é integrada. Os setores que deviam estar diretamente ligados à comunicação não atuam de forma sinérgica, harmoniosa.

Surge, então, a necessidade de se criar um Plano de Comunicação interna e externa da VirtualLink, buscando traçar medidas que possibilitem uma maior interação entre os diversos setores existentes e por fim, fortalecer e consolidar a boa imagem da VirtualLink diante da sociedade.

6- JUSTIFICATIVA:

Diante destas questões, apresentamos uma sugestão que possa gerar a solução para a problemática: a criação de um Planejamento no setor de Comunicação, que envolva as áreas de Relações Públicas e Multimídia que funcionaria como um pólo gestor, que ficaria responsável por coordenar as ações de todos os setores que envolvem a

comunicação direta com a VirtualLink.

O setor de Comunicação receberia contato direto com os demais setores da instituição, orientando-os para que haja uma unidade em tudo o que for feito.

As informações passariam a ser compartilhadas e todos os setores responderiam a este setor, que cuidaria de estabelecer um **padrão de comunicação** na instituição.

O setor de Comunicação assumiria uma **função estratégica**, pois estaria ligado à Diretoria e envolvido nas principais discussões para tomada de decisões na instituição. Para conquistar credibilidade, **a VirtualLink precisa fazer um grande esforço de comunicação integrada**, portanto nada mais adequado do que usar as ferramentas existentes e novas ferramentas de forma estratégica para vencer esse desafio.

7- Propostas de Ações de Relações Públicas e Multimídia para a VirtualLink:

A Assessoria de Comunicação é o setor responsável por realizar a comunicação interna e externa da VirtualLink, bem como cuidar do relacionamento com a sociedade em geral. As atividades que propomos desempenhar são:

→ Relações Públicas

* Divulgação institucional periódica no site da VirtualLink com assuntos relevantes a área de atuação da empresa, bem como ações, eventos, convênios, parcerias e outras notícias ligadas à instituição e demais parceiros interessados, inclusive com a elaboração de matérias externas.

* Alimentar e monitorar as redes sociais e seus demais meios de comunicação.

* Assessoria de Imprensa (divulgação das ações desenvolvidas pela VirtualLink na mídia, envio de **releases** com sugestões de pauta e de notas).

* Realização do clipping impresso e eletrônico, recortando as notícias da VirtualLink que são veiculadas na imprensa e meio digital, arquivando nossas cópias e disponibilizando-as, quando necessário, no site da instituição.

* Mapeamento de empresas parceiras em potencial para buscar firmar parcerias.

* Organizar o acervo virtual de fotografias dos eventos da instituição.

* Planejamento e organização dos eventos realizados pela Empresa.

* Mapeamento de parceiros em potenciais dos eventos.

* Envio de convites de eventos da VirtualLink por meio de e-mail marketing.

* Elaboração de um Calendário semestral dos eventos que acontecem no país, com a devida divulgação para todos os setores internos e externos ligados à Empresa.

* Incentivar a participação e divulgação da VirtualLink em todos os eventos de Tecnologia, bem como: encontros, jornadas, congressos, feiras e demais eventos festivos, culturais, acadêmicos e outros afins.

* Além de campanhas beneficentes e outros que possam promover a boa imagem da

instituição perante a sociedade, imprensa e demais autoridades formadoras de opinião.

* Realização de Cerimonial (organização das nominatas dos componentes da mesa oficial, treinamento de recepcionistas e contato prévio com os participantes do evento, homenageados e representantes de outros). Além de organizar o transporte de equipamentos e materiais de divulgação e montagem e desmontagem do estande da VirtualLink (quando necessário).

→**Multimídia:**

- Elaborar todos os tipos de campanhas voltadas para as necessidades organizacionais e sociais da empresa.
- Criar campanhas nos meios Digital, através de revistas eletrônicas, banners,
- Trabalhar princípios de elaboração conceitual para cada campanha.
- Criação de Slogan.
- Vídeo institucional da VirtualLink:
- Planejar e criar comerciais de TV.
- Spot de Rádio – Adequar o áudio do vídeo, e criar um spot pra ser veiculado nas Rádios.
- Elaborar artes para serem vinculados na mídia impressa e digital.
- E-mail Marketing – Elaborar artes variadas para E-mail marketing para ser enviado à base de contatos da empresa.
- Mídia Indoor – Reforçar parceria com empresas e veicular vídeos da VirtualLink em seus terminais.
- Criação de estratégias de fidelização de clientes como o Cartão Linux Club. Um cartão de descontos, que seria concedido aos que comprassem ou adquirissem um produto/serviço na rede conveniada de parceiros já existentes da VirtualLink. Este cartão daria direito ao cliente de receber descontos em empresas parceiras da VirtualLink.
- Criação de adesivos personalizados para o cliente da VirtualLink, caracterizado como marketing de guerrilha, onde o próprio aluno estará fazendo a divulgação da marca da empresa.
- Criação de produtos personalizados, como: Pen-drives; Bottons, Chaveiros; Camisas; Mouse Pads; Adesivos de vários formatos, estilos e tamanhos para as mais diversas aplicações; Ecobags e mochilas; Uniforme; Crachá de Identificação.
- Proposta de reorganização do espaço físico, a fim de reorganizar o Hall da sede. O exemplo segue abaixo:

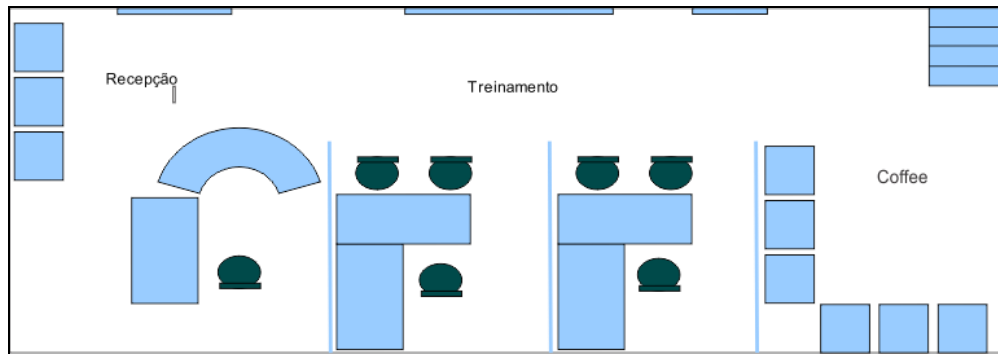


Figura 31 - Fonte: Acervo VirtualLink 2011/2012.

- Mudança da Fachada, com a substituição da antiga pela nova logomarca pela nova e atual.
- Reformular o site da VirtualLink.
- Disponibilizar ferramentas de integração entre a empresa e seus clientes como: Moodle; atendimento online; formulários online para solicitações dos serviços da empresa.
- Premiar os alunos destaques de cada turma como forma de reconhecimento, dentre as opções de premiação estão: Brindes; Equipamentos de informática; Licenças de programas (Kaspersky); Conceder um cargo de monitoria nas turmas com forma de maior aprendizado; Criação de um blog cujo quem alimentaria das informações seriam os próprios alunos.

8 - CANAIS DE COMUNICAÇÃO DA VIRTUALLINK:

8.1- Comunicação Externa:

- SITES:

- Site da VirtualLink: que atinge os públicos internos da instituição e a sociedade em geral.
- Moodle
- Newsletter
- Atendimento Online

- MÍDIAS SOCIAIS:

- Blog
- Facebook
- Twitter
- Linkedin
- Youtube

- COMUNIDADES:

- Pará Linux
- WinLinux

- Software Livre

8.2 - Comunicação Interna:

1- **Folder Institucional atualizado:** elaborar um novo folder institucional da VirtualLink, com as devidas atualizações.

2- **Clipping Eletrônico:** que abrange todas as informações veiculadas na imprensa a serem repassadas por e-mail para todos os públicos internos da VirtualLink.

3- **Intranet:** onde serão divulgadas as principais informações para a realização das atividades da instituição.

4- **Mural de Avisos:** Informações internas, de promoções e eventos relacionados à empresa.

5- **Informativo Digital:**

- **Matéria de Capa:** veiculando a notícia ou evento mais importante do mês.

- **Editorial:** com a mensagem do Diretor que seria veiculada todo mês.

- **Artigo do Mês:** seria escolhido um colaborador para divulgar um artigo sobre a sua área de atuação.

- **Notícias do Mês:** com a divulgação das matérias mais importantes que foram divulgadas no site.

- **Aniversariantes do Mês:** dos colaboradores.

- **Agenda:** com a veiculação dos eventos que irão acontecer no mês seguinte.

- **Fique por Dentro:** com curiosidades sobre a VirtualLink.

Assessoria de Comunicação

Nayanne Pacheco – Relações Públicas

Márcio Lobato – Multimídia