



DADOS DO PROJETO E DO AUTOR

Autor do Projeto: Giovani Corrêa Passoni

Área de Formação: Empresário; Administrador de Empresas; Fotógrafo Profissional.

Grupo Escoteiro: Tropeiros, 202º PR.

Data de Conclusão do CA: 04/11/2018.

Diretor do Curso: Renato Eugênio de Lima.

Formação Escoteira: CB Ramo Sênior, CA Ramo Sênior (em conclusão).

Cargos: Diretor Técnico do GE; Chefe de Seção do Ramo Sênior.

Título da Ação: Guia Prático: Como divulgar o seu Grupo Escoteiro.

Tutor do Projeto: Sylvio Ronaldo Pinheiro (APF).

GUIA PRÁTICO: DIVULGADO SEU GRUPO ESCOTEIRO

Nos dias atuais, a internet é uma realidade cada vez maior dentro do movimento escoteiro. Nossos jovens e adultos estão conectados nas mais diversas formas, seja através de grupos no WhatsApp ou em nossos aplicativos de progressão. Estar nas mídias sociais se tornou quase uma obrigação para as nossas UEL's. As facilidades que a rede proporciona para a divulgação e interatividade devem ser aproveitadas ao máximo. A internet fornece uma ferramenta poderosa para a divulgação de nossas atividades. Mas essas ações devem ser cuidadosamente preparadas para que o tema abordado não seja distorcido e a informação chegue corretamente para o nosso público alvo. Esse guia prático irá esclarecer muitas dúvidas e ajudar você, escotista, a alcançar um grau satisfatório de divulgação. Nele vocês irão encontrar os 4 passos primordiais para que a sua divulgação seja executada da maneira correta.

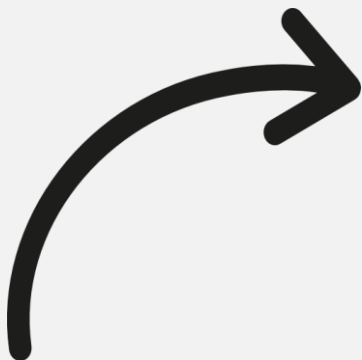
Toda estratégia precisa de um norte, um caminho para qual seguir. E com redes sociais não seria diferente. Um dos grandes erros que as UEL's cometem ao utilizar estes canais na estratégia de conteúdo, está em não focar diretamente em um objetivo para os canais. Assim, existe uma constante impressão de que as divulgações não trazem resultado e, muitas vezes, uma visão oscilante que altera os objetivos das redes sociais com frequência.

Para estabilizar esta busca por números satisfatórios, é necessário partir para o primeiro passo de um planejamento que é definir **qual vai ser o foco** das suas redes sociais. Todo conteúdo é bem-vindo, desde que ele não fuja da temática escoteira e esteja dentro dos nossos manuais de **Identidade Visual** e **Redes Sociais**. Nós produzimos basicamente todo o material de divulgação que precisamos: vídeos, fotos, etc. Mas a UEB fornece em seus canais um vasto material de apoio, então não tenha medo de utilizar e reutilizar.

Nosso principal motivo em estar nas redes sociais, como pessoas é: ser visto e principalmente, ser lembrado. Com as UEL, não é diferente. Um dos principais problemas que as UEL apresentam é a divulgação de suas atividades. Quando existe, ela é praticamente nula e não exerce um verdadeiro poder de mudança e expansão. Uma boa divulgação pode gerar grandes frutos para o seu grupo escoteiro, então trate com carinho esse assunto que está se tornando a cada dia mais primordial.

A necessidade em estar conectado tornou-se tão forte que as pessoas acordam, caminham, se alimentam e, muitas vezes dormem mal para fazer o uso das redes sociais. Chegamos ao momento perfeito para conectar o nosso movimento cada vez mais, seja através de sites, instagram, facebook, etc.

Use esse guia a favor de seu grupo escoteiro e ajude o movimento a ser cada vez mais visível ao público em geral, mãos a obra!



PRIMEIRO PASSO:

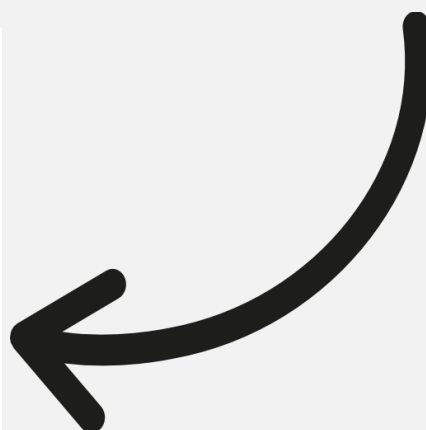
A escolha: Identificar qual a rede social que a sua UEL quer ter destaque. Uma forma eficiente de fazer isso é perguntar aos jovens quais redes sociais estão em destaque no momento.

De acordo com a pesquisa Digital in 2017, realizada pelo We Are Social, há 2,7 bilhões de usuários ativos nas redes sociais no mundo todo.

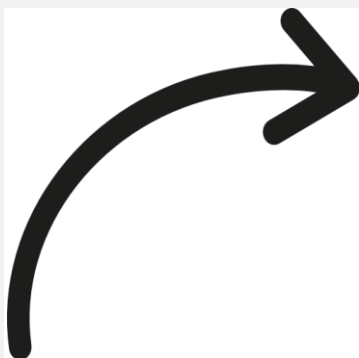
No Brasil, a pesquisa mostra que **58% da população** do país acessa as redes sociais ao menos uma vez por mês. Esses dados mostram que os jovens e adultos estão a cada dia mais presentes no mundo virtual, o que torna quase que obrigatória a nossa presença nesse meio.

SEGUNDO PASSO:

Conteúdo relevante: é claro que para ganhar destaque é muito importante oferecer algo novo e relevante. Um lado positivo das redes sociais é a grande rapidez que ela proporciona aos internautas, porém a facilidade de acesso a esse conteúdo é quase incontrolável. Então é muito importante que o responsável por essas páginas tenha conhecimento do **Manual de Identidade Visual** e do **Manual de Redes Sociais**.



Identifique quais são as necessidades e interesses do seu público-alvo para que você possa produzir um conteúdo que seja realmente atraente para estas pessoas. Quanto mais você conhece o seu público, mais eficientes serão suas publicações e mais resultados virão.



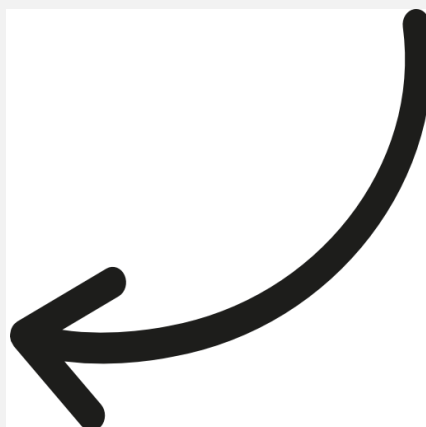
TERCEIRO PASSO:

Interação com o público: Quando é criado um perfil em uma rede social, é preciso alimentá-lo com regularidade. Não adianta criar e esquecer. Na verdade, a rede social nada mais é do que um meio onde as pessoas se comunicam constantemente usando ferramentas online, se você não marca presença logo será esquecido. Invista em redes sociais, há diversas estratégias para ser visualizado com regularidade pelo seu público-alvo.

Esse passo é o mais importante, ele é um fator determinante para o sucesso de suas divulgações. Procure sempre estimular a participação do seu público, busque em sua UEL opiniões diversificadas de quais assuntos devem ser abordados e os temas com relevância para o momento.

QUARTO PASSO:

Acompanhamento e atenção: É fundamental que quando seu grupo estiver conectado com as redes sociais, dar atenção ao público, principalmente em redes sociais como **Facebook e Instagram**, onde as atualizações são vistas com frequência e rapidez.



Responda sempre que perguntado, seja claro nas suas respostas e aproveite esse momento para tirar todas as dúvidas do público. É essencial que você converse com os seguidores de maneira cordial. Ninguém fica confortável caso sinta que está conversando com um robô. As respostas devem ser personalizadas para cada usuário e situação.

DICAS FUNDAMENTAIS

Disponibilizar
informações

Não deixe de disponibilizar o endereço e contato da sua UEL. A correta informação para encontrar o local onde as atividades são realizadas irá facilitar a chegada dos novos membros!

Converse com a sua diretoria e estabeleça qual faixa etária o grupo tem a necessidade em fortalecer. Faça postagens específicas para esses ramos e assim você atingirá com mais facilidade seu objetivo de crescimento!

Estabeleça
qual será o
seu público

Conteúdos
relevantes

Nosso objetivo principal com o uso das redes sociais é expandir a nossa rede de seguidores e mostrar ao público em geral, quem nós somos. É fundamental que o conteúdo apresentado seja interessante e desperte nas pessoas a vontade em fazer parte do nosso movimento!

Tenha uma identidade e mantenha esse padrão. As redes sociais são ambientes feitos, de forma geral, para promover a conversa entre pessoas. Digamos que, de certa forma, sua UEL é quase que uma "intrusa" nesse ambiente. Por isso, tente ser o mais "humano" possível ao interagir com outras pessoas.

Tenha
cuidado!

Seja criativo

Uma imagem vale mais que mil palavras. Tão clichê e tão verdade! GIFs, memes, fotografias, figuras, gráficos e vídeos possuem muito mais engajamento do que textos. Claro, sempre respeitando a privacidade e a imagem dos envolvidos!

Frequência de postagens nas mídias social é um assunto que nunca tem fim. Não há uma frequência universal que funcione para todos. Observe também em quais horários seu público interage mais com a internet.

Na medida certa

Procure por reações

Publicações que transmitem emoções positivas como felicidade, surpresa, alegria, esperança, emoção e admiração são compartilhados com mais frequência nas mídias sociais.

A parte mais prazerosa de qualquer projeto é o seu resultado. E para chegar até ele é um caminho longo e as vezes com muito obstáculos. Não tenha medo de errar, mas aprenda a melhorar e redefinir as prioridades do seu perfil quando as coisas não estiverem corretas. Boa sorte!

O resultado



**QUAL REDE
SOCIAL EU DEVO
CRIAR PARA O
MEU GRUPO?**

Como foi dito anteriormente, escolher uma rede social requer um conhecimento prévio de qual será o público alvo que sua UEL quer atingir. Mesmo que o objetivo ao criar a rede social não seja a captação de novos membros, é importante escolher com carinho o meio de comunicação que vai mostrar quem somos ao mundo.

A seguir, algumas dicas para auxiliar nessa importante decisão:



É um das redes sociais que mais cresce no mundo, é possível compartilhar fotos e vídeos acompanhados de textos, e por meio das hashtags, tornar o conteúdo facilmente encontrado por aqueles que se interessam pela informação que você está oferecendo. Também pode ser utilizada para enquetes e sorteios, o que a torna muito dinâmica e de uso fácil.



É uma das redes sociais mais utilizadas pelos grupos escoteiros. Por meio da fanpage, é possível interagir através de conteúdos atraentes, mesclando imagens, textos e vídeos. É uma rede social gratuita, mas existe a possibilidade de monetizar para aumentar o alcance das postagens.



O site institucional, ainda é uma forte ferramenta para a divulgação. O único obstáculo e que muitas vezes afasta os grupos escoteiros é o fato de ser um serviço pago e que precisa de uma manutenção periódica. É uma ferramenta que tem a capacidade de atingir a todos os públicos e com uma vasta possibilidade de criação.



Há algum tempo essa rede social é uma das mais importantes devido a sua versatilidade. O conteúdo deve ser muito bem produzido para ser atrativo, mesclando a participação de membros do seu grupo escoteiro e vídeos institucionais. Também requer que o grupo tenha um chefe com mais desenvoltura em frente as câmeras.



Muitas vezes precisamos nos comunicar de forma mais formal com nossos associados e outras instituições parceiras. A padronização de e-mails é uma aliada muito poderosa nessa comunicação. O Google é um dos mais recomendados, pois oferece diversos produtos adicionais além do email, como Drive, armazenamento de fotos, etc.

Vale lembrar que é importante que as redes sociais utilizadas pelos grupos escoteiros, tenham coerência entre si e periodicidade na veiculação de conteúdo. É importante que o grupo assuma uma identidade visual em todas as redes sociais em que estiver presente e que, cada rede social tem a sua linguagem própria, o que torna essencial estudar uma a uma, antes de utilizá-las. E não podemos esquecer a importância de conhecer anteriormente os nossos manuais de Identidade Visual e Redes Sociais. Independentemente de qual rede social for ideal para sua empresa, saiba que ela só revelará seu potencial se você investir em conteúdo. Se o seu público alvo gosta de acompanhar sua marca no YouTube, faça vídeos de qualidade com uma câmera de boa qualidade e com assuntos interessantes. Conteúdo de boa qualidade é o segredo do sucesso!