

CHECKLIST

SUA EMPRESA ESTÁ  
PREPARADA PARA  
**GERIR CRISES** NAS  
**REDES SOCIAIS ?**



COMUNICAÇÃO  
INTEGRADA

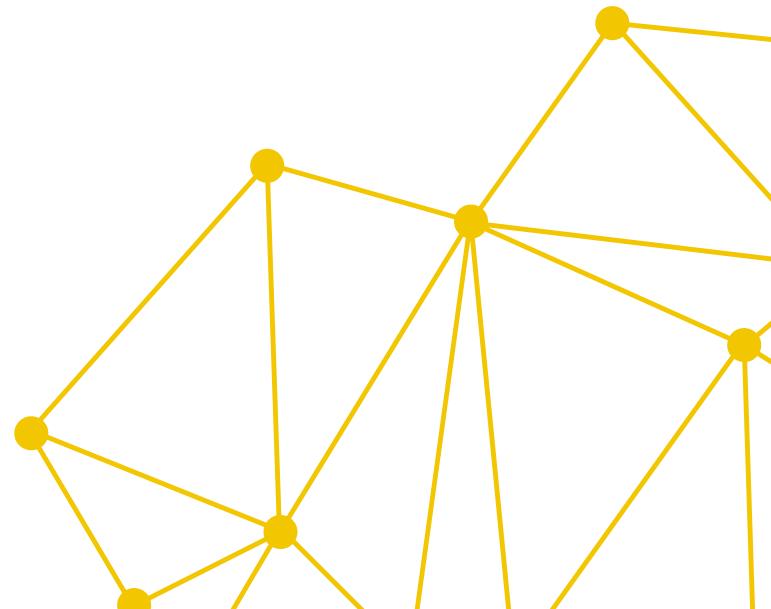
O cenário da comunicação mudou. Com o advento das redes sociais e a maior proximidade entre usuários, clientes, consumidores e marcas, as empresas precisaram passar a investir muito além do que na produção de conteúdo, mas focar também na construção de uma presença digital sólida e de um relacionamento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



## 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**