

ELABORAÇÃO DE UMA CHECKLIST PARA GESTÃO DE MÍDIAS SOCIAIS

As bibliotecas têm criado perfis nas mídias sociais com o objetivo de se aproximarem e interagir com seus usuários, no entanto, muitas o fazem sem definir uma estratégia. Devido ao fato de já desenvolver durante alguns anos o trabalho mídias sociais em bibliotecas, até hoje nos questionamos com frequência se a nossa estratégia nas mídias sociais está sendo eficiente e se a comunicação com nossos seguidores é eficiente. Por conta dessa experiência própria, sabe-se que não é fácil para uma empresa iniciante nas mídias sociais a definição de questões como a frequência de publicação, o tipo de conteúdo a ser postado, a abordagem (formal ou informal) as métricas a analisar e etc.

A *checklist* foi elaborado como produto da dissertação intitulada “Retorno sobre o investimento em ferramentas de mídias sociais: um estudo exploratório na biblioteca universitária da Faculdade de Letras – UFRJ” realizada pela bibliotecária Margarete Gomes Borba e apresentado ao Programa de Pós-Graduação em Biblioteconomia (PPGB) da Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro (UNIRIO), onde apresenta-se tópicos importante para ser pensado na etapa de gerenciamento de mídias sociais afim de ser uma ajuda, um guia para quem deseja montar uma estratégia. (Ver apêndice A e B).

Uma *checklist* é um instrumento de controle, composto por um conjunto de condutas, nomes, itens ou tarefas que devem ser lembradas e/ou seguidas. Nessa *checklist* abordamos quesitos de uma maneira geral, pois o primeiro passo seria definir em quais mídias sociais faz sentido para a sua biblioteca estar presente. No entanto, não focamos em nenhuma mídia social específica, pois sabemos que cada uma tem suas características próprias.

O primeiro passo é definir sua persona e identificar em quais mídias sociais elas estão, para saber em quais dessas plataformas faz mais sentido investir. Em relação a algumas mídias sociais, como o *Facebook*, por conta do volume de acesso no Brasil e abrangência é quase imprescindível estar presente.

Mas como quesitos básicos para todas as mídias sociais elencou-se doze pontos que precisamos ser observados na gestão das mídias sociais por parte dos responsáveis por esse tipo de atividades nas bibliotecas.

APÊNDICE A – CHECKLIST PARA GESTÃO DE MÍDIAS SOCIAIS

□ PLANEJAR SUAS AÇÕES

Antes de criar qualquer conta em uma mídia social é preciso planejar, pois é por meio do planejamento que a empresa define fatores como o objetivo da marca/empresa, forma de atuação, tipo de abordagem e estratégias que vai utilizar.

□ CRIAR UMA CONTA

Crie uma conta na(s) mídia(s) social(ais) de maior valor para sua empresa/organização

□ PERSONALIZAÇÃO

Invista em um logo da sua marca/empresa/projeto e uma imagem de personalização que mostre bem o que você tem a oferecer e siga as medidas-padrão de cada mídia social.

□ CONVIDAR

Convide seus amigos e envolvidos na empresa com o tema pela própria ferramenta e incorpore o link, a URL da rede social em seu site, blog e assinatura de e-mail para atrair mais fãs sem custo.

□ DEFINIR POLÍTICA DE CONTEÚDO

Prepare um calendário de publicações, linguagem e agendamento dessas informações. O conteúdo é fundamental para criar um relacionamento com as pessoas, e deve ser relevante.

□ CRIAR CALENDÁRIO DE POSTAGENS

Estabeleça uma frequência de postagem Crie um calendário de publicação de preferência bimestral anotando a cada dia o tema da postagem, baseado no seu tipo e objetivo de negócio, sazonalidade, observando as datas comemorativas e contextos da sociedade

□ BUSCAR INSPIRAÇÕES

Escolha outros canais para seguir e te inspirar a desenvolver outros conteúdos. Caso queira copiar o conteúdo, dê sempre os créditos.

□ EXPLORAR OS RECURSOS

Utilize todos os recursos disponíveis para fazer seu conteúdo: vídeos, gifs, fotos, textos. Tenham uma variação mediante um padrão de comunicação: cores, logo, tipos de textos, *hashtags*. Cada mídia social oferece recursos próprios.

□ INTERAGIR

Sempre interaja com seus fãs/seguidores e curta e/ou comente seus comentários e resposta suas mensagens o mais rápido possível.

□ USE BOAS FERRAMENTAS

Faça uso de ferramentas online para te ajudar no progresso de gestão de mídias sociais seja para edição de imagem, agendamento de conteúdo etc. Atualmente existem várias delas gratuitas e de fácil manuseio.

□ **SEJA ÉTICO E TRANSPARENTE**

Adote medidas preventivas para evitar as crises com a moderação de comentários. Se houver, acate o erro, se desculpe; se não houver erro, procure explicar sem arrogância ou desdém. Encare as crises como oportunidade de fazer diferente e surpreender.

□ **ANALISAR MÉTRICAS**

Acompanhe as estatísticas do seu canal e verifique se o conteúdo produzido está alinhado com o gênero, a idade e a localização deles e se for necessário revise estratégias.

APÊNDICE B - CHECKLIST PARA GESTÃO DE MÍDIAS SOCIAIS – VERSÃO INFOGRÁFICO

CHECKLIST PARA GESTÃO EM MÍDIAS SOCIAIS

PLANEJAR SUAS AÇÕES

Antes de criar qualquer conta em uma mídia social é preciso planejar, pois é por meio do planejamento que a empresa define fatores como o objetivo da marca/empresa, forma de atuação, tipo de abordagem e estratégias que vai utilizar.

CRIAR UMA CONTA

Crie uma conta na(s) mídia(s) social(ais) de maior valor para sua empresa/organização.

PERSONALIZAÇÃO

Invista em um logo da sua marca/empresa/projeto e uma imagem de personalização que mostre bem o que você tem a oferecer e siga as medidas padrão de cada mídia social.

CONVIDAR

Convide seus amigos e envolvidos na empresa com o tema pela própria ferramenta e incorpore o link, a URL da rede social em seu site, blog e assinatura de e-mail para atrair mais fãs sem custo.

DEFINIR POLÍTICA DE CONTEÚDO

Prepare um calendário de publicações, linguagem e agendamento dessas informações. O conteúdo é fundamental para criar um relacionamento com as pessoas, e deve ser relevante.

CRIAR CALENDÁRIO DE POSTAGENS

Estabeleça uma frequência de postagem. Crie um calendário de publicação de preferência bimestral anotando a cada dia o tema da postagem, baseado no seu tipo e objetivo de negócio, sazonalidade, observando as datas comemorativas e contextos da sociedade.

BUSCAR INSPIRAÇÕES

Escolha outros canais para seguir e te inspirar a desenvolver outros conteúdos. Caso queira copiar o conteúdo, dê sempre os créditos.

EXPLORAR OS RECURSOS

Utilize todos os recursos disponíveis para fazer seu conteúdo: vídeos, gifs, fotos, textos. Tenham uma variação mediante um padrão de comunicação: cores, logo, tipos de textos, hashtags. Cada mídia social oferece recursos próprios.

INTERAGIR

Sempre interaja com seus fãs/seguidores e curta e/ou comente seus comentários e resposta suas mensagens o mais rápido possível.

UTILIZAR BOAS FERRAMENTAS

Faça uso de ferramentas online para te ajudar no progresso de gestão de mídias sociais seja para edição de imagem, agendamento de conteúdo etc. Atualmente existem várias delas gratuitas e de fácil manuseio.

SEJA ÉTICO E TRANSPARENTE

Adote medidas preventivas para evitar as crises com a moderação de comentários. Se houver, acate o erro, se desculpe; se não houver erro, procure explicar sem arrogância ou desdém. Encare as crises como oportunidade de fazer diferente e surpreender.

ANALISAR MÉTRICAS

Antes de criar qualquer conta em uma mídia social é preciso planejar, pois é através do planejamento a empresa define fatores como o objetivo da marca/empresa, forma de atuação, tipo de abordagem e estratégias que vai utilizar.