

Guia de Redes Sociais para Clubes e Regiões

Use o poder das redes sociais!

- Visão geral
- Política de redes sociais
- Redes sociais que funcionam para organizações sem fins lucrativos
- Aproveite ao máximo as redes sociais para o seu clube
- Visibilidade por meio das redes sociais
- Interação com as associadas por meio das redes sociais
- Compartilhe conosco
- Siga-nos

Visão geral

As redes sociais mudaram a forma como nós compartilhamos informações e nos comunicamos com outras pessoas. Caso o seu clube não tenha uma presença nas redes sociais, agora é a hora de criar uma!

- Saiba o que seus apoiadores estão dizendo sobre sua organização
- Direcione tráfego para o seu website ou páginas de eventos
- Direcione visitantes para páginas de doações on-line e de arrecadação de recursos
- Permita que os apoiadores compartilhem mensagens sobre sua organização em suas mídias sociais
- Capacite seus mais entusiasmados e influentes apoiadores a promover sua organização
- Humanize a sua organização, não se limitando as comunicações aos métodos ou mensagens tradicionais.
- Adquirir novos contatos e apoiadores

- Aumente a confiança e lealdade de seus apoiadores, permitindo que eles compartilhem sua voz

Muitos de nossos clubes/regiões usam as mídias sociais de várias maneiras, incluindo:

- Interação com associadas localmente e em todo o mundo
- Visibilidade aos Programas de Sonhos e seu impacto
- Promoção de atividades, projetos e eventos do clube/região
- Angariação de fundos para iniciativas do clube/região
- Compartilhamento de notícias e informações da sede da SIA
- Atração de novas sócias.

Política de Redes Sociais

Quando o seu clube decide usar as mídias sociais, é importante manter certos padrões em mente, especialmente quando usando o nome e a marca da Soroptimista. Qualquer coisa que você postar ou compartilhar reflete sobre a Soroptimista. Antes de postar, considere as seguintes recomendações.

Seja consciente da marca

Seja quem nós dizemos ser. É importante que a marca Soroptimista brilhe através de sua presença online. Cada parte do conteúdo que você compartilha deve apoiar a marca Soroptimista e nossa missão. Por favor, use os identificadores de marca da Soroptimista, incluindo o logotipo da marca registrada, como parte da sua foto de perfil. Veja o [Guia de Branding e Estilo da SIA](#) para mais informações.

Seja responsável

A mídia social é “vida real”. Sua comunicação nas redes sociais não é diferente de se comunicar em um fórum público - exceto que seus posts se tornam uma parte permanente do universo da internet. Qualquer coisa considerada imprópria off-line também é inapropriada on-line. Sempre pense duas vezes antes de postar. Em caso de dúvida, é melhor prevenir do que remediar!

Seja atenciosa

A Soroptimista é composta por sócias e amigos de mais de 100 países do mundo inteiro. Esteja atenta ao que

é considerado comportamento apropriado em seu país e cultura e como suas palavras, ações e imagens podem ser percebidas. Conheça o seu público e pense antes de postar.

Seja respeitosa

A mídia social fornece um lugar para estimular a comunidade e a conversação. Conteúdo positivo e negativo são partes legítimas de qualquer conversa. Não há problema em aceitar o bom e o ruim, mas não o que é mau e agressivo.

Esteja atenta aos relacionamentos

Pense bem quando criar conexões de amigos / fãs / seguidores. Muitas vezes você não pode controlar alguém compartilhando seu conteúdo ou adicionando você a suas conexões, e assim, obtendo acesso ao seu conteúdo.

Seja não partidária

A Soroptimista não assume posições políticas. Você pode usar a mídia social para discutir autoridades públicas, candidatos, leis ou legislação, desde que essas mensagens não sugiram apoio ou oposição a autoridades públicas ou candidatos.

Sites de Mídia Social que Funcionam para Organizações Sem Fins Lucrativos

Organizações sem fins lucrativos tiveram grande experiência com todos os tipos de diferentes plataformas sociais. Os clubes/regiões Soroptimistas podem ser encontrados em muitos sites, incluindo Facebook, Twitter, Instagram, YouTube, LinkedIn, Snapchat e Pinterest. O uso do site de mídia social varia de acordo com o país. Use os sites de mídia social que funcionam melhor para você e geram mais envolvimento dentro de sua comunidade on-line. Abaixo estão os sites que a SIA usa, e que também podem ser vantajosos para o seu clube/região. **Observação:** os clubes devem usar um perfil institucional, e não um perfil pessoal ou de um grupo.

Facebook

O Facebook é sem dúvida a maior plataforma de mídia social, com 2.27 bilhões de usuários ao redor do mundo. De todos os sites de mídia social usados pela SIA, o Facebook tem o maior número de seguidores, e é onde atualmente a SIA gasta a maior parte do “tempo da mídia social”. O Facebook oferece às

organizações sem fins lucrativos ferramentas e ideias para envolver as pessoas em suas causas e ampliar suas metas. O Facebook é um ótimo lugar para compartilhar notícias sobre projetos de clube/região, eventos e angariação de fundos. Use fotos e vídeos o máximo que puder, pois eles tornam suas postagens mais visíveis e envolventes. Se o seu clube não tiver o conhecimento ou tempo para criar e manter um site do clube, o Facebook é uma ótima maneira de mostrar os esforços do seu clube. Você também pode compartilhar postagens diretamente das páginas do Facebook da [SIA](#) e [LiveYourDream.org](#).

Caso o seu clube já não tenha uma página no Facebook, veja aqui [como criar uma página institucional em oito passos fáceis](#).

Instagram

Instagram é tudo sobre ser visual. Instagram é de propriedade do Facebook e é mais popular com gerações mais jovens. O Instagram também fez um nome para si mesmo - não apenas como um lugar para postar imagens, mas como uma plataforma crucial para as empresas compartilharem seus produtos, cultura da empresa e histórias. Organizações sem fins lucrativos podem usar o Instagram para compartilhar sua missão, pedir apoio, solicitar doações e mostrar impacto usando a mídia visual.

Twitter

Twitter é um site de rede de micro blogues, onde as pessoas se comunicam em mensagens curtas chamadas tweets. Cada tweet é limitado a 280 caracteres ou menos. Isso torna tudo muito fácil de navegar, por isso é ideal para o nosso mundo de curta atenção. Por outro lado, o limite de caracteres dificulta o compartilhamento de uma história convincente sem ter um link a um outro site.

YouTube

Instagram é para fotos como o YouTube é para o vídeo. O YouTube é um serviço de compartilhamento de vídeos no qual os usuários podem assistir, curtir, compartilhar, comentar e fazer upload de seus próprios vídeos. Você pode compartilhar seus vídeos do YouTube diretamente a página do seu clube/região no Facebook. Observação: O seu clube/região pode usar o Facebook como sua plataforma para compartilhar vídeos e reduzir o número de sites de mídia social que você usa.

LinkedIn

O LinkedIn é um site para indivíduos profissionais e de carreira empresarial interagirem. Muitas organizações sem fins lucrativos também usam o LinkedIn. De fato, vários clubes Soroptimistas têm páginas no LinkedIn.

Como o LinkedIn tem como alvo o público profissional, pode ser uma plataforma valiosa para o seu clube/região impulsionar alguns dos benefícios de desenvolvimento de liderança de ser uma Soroptimista. A página do SIA no LinkedIn é voltada para o desenvolvimento de liderança e compartilha alguns de nossos recursos e conhecimentos sobre o assunto.

Como você pode ver, há várias redes sociais disponíveis. Escolha aquelas que se funcionem melhor para o seu clube/região.

Aproveite ao máximo as redes sociais para o seu clube

Para aproveitar ao máximo as redes sociais para o seu clube, é bom criar um plano. Ter um plano de ataque pode ajudar você a atingir seus objetivos nas redes sociais.

Monte a sua estratégia

Como você planeja usar as mídias sociais? Quais são seus objetivos? Como mencionado acima, os clubes/regiões podem usar as mídias sociais de várias maneiras. Determine o que funciona melhor para você.

Determine quais sites de mídia social você vai usar

Você pode usar quantos sites sociais quiser, mas não se comprometa demais. O tempo é sempre um fator para organizações sem fins lucrativos/sócias, portanto, lembre-se disso ao se inscrever em vários sites de mídia social. É melhor postar informações informativas e envolventes em apenas alguns sites, em vez de tentar acompanhar uma dúzia de plataformas diferentes.

Estabeleça um comitê de mídia social

Não precisa ser uma só pessoa para fazer todas as postagens, especialmente se o seu clube tiver várias páginas de mídia social. Crie uma equipe e determine quem irá postar e onde.

Crie um calendário

Algumas postagens serão espontâneas e baseadas no que está acontecendo em tempo real. É isso que é a mídia social! Mas o seu clube/região pode planejar outras coisas que você sabe que estão se aproximando. Por exemplo, agende uma postagem sobre o prazo de inscrição para o Prêmio Viva o Seu Sonho ou o projeto

Sonhe, Realize. Se você mapear com antecedência, poderá se organizar e garantir que suas páginas sempre tenham conteúdo novo.

Seja consistente

Com que frequência você deve postar? Tente postar pelo menos uma vez por dia em cada plataforma. Se puder postar com mais frequência, vá em frente. Todavia, a chave para o envolvimento da mídia social é a consistência, portanto, defina uma programação de frequência que você possa seguir. É por isso que é útil ter uma equipe de mídia social. Uma regra prática a ser lembrada é que, se você postar várias vezes por dia na mesma página, tente postar as mensagens com pelo menos algumas horas de intervalo.

Visibilidade por meio das redes sociais

A melhor maneira de aumentar o reconhecimento da nossa marca é participar e promover os Programas de Sonhos. Os programas são a essência do que as Soroptimistas representam e do nosso trabalho. A promoção dos programas também ajuda a ampliar nosso alcance, atraindo mais candidatas, e despertando o interesse das pessoas que desejam causar impacto doando para uma boa causa, além de promover a organização junto ao público, o que ajuda a aumentar nosso reconhecimento global. As redes sociais são mais uma ferramenta para promover esses programas.

Benefícios do uso de redes sociais para visibilidade

Uma das principais maneiras pelas quais as pessoas usam as redes sociais é como fonte de notícias. Os meios de comunicação, por sua vez, usam as redes sociais para compartilhar e promover notícias porque sabem que é lá que seus públicos estão.

Um dos desafios enfrentados por vários clubes é conseguir visibilidade na mídia. Embora as notícias do clube sejam importantes, muitas vezes outras notícias têm prioridade nos jornais locais. Essa é a natureza da mídia tradicional. O seu clube precisa que um repórter cubra a sua história. Mas quando se trata de mídia sociais, os clubes têm mais chances de que mais pessoas vejam o seu conteúdo sem ter que se preocupar com os desafios da mídia tradicional. As redes sociais são muito mais interativas, incentivam a comunicação bidirecional e possibilitam ter um grupo de seguidores que estão interessados em ver suas informações.

Promovendo o seu clube nas redes sociais

Compartilhar os projetos do seu clube nas mídias sociais é sempre uma ótima maneira de aumentar a visibilidade. Considerando os eventos recentes, ficou bastante difícil fazer projetos mais práticos. Mas isso não impediu que os clubes ajudassem mulheres e meninas em suas comunidades. As mulheres e meninas que servimos precisam de nossa ajuda agora mais do que nunca. Os clubes continuam a garantir que mulheres e meninas tenham apoio, adaptando suas atividades e a maneira como trabalham.

Algumas ideias para promover as Soroptimistas, o seu clube e os nossos Programas de Sonhos nas redes sociais:

➤ **Compartilhe como o seu clube se adaptou e está trabalhando de maneira diferente para ajudar mulheres e meninas na comunidade**

As atividades abaixo, por exemplo, são muito interessantes e merecem ser promovidas:

- Apresentação de prêmios e certificados às ganhadoras do *Prêmio Viva o Seu Sonho* cumprindo com o distanciamento social.
- Ir além do prêmio em dinheiro e oferecer apoio contínuo de diversas formas às ganhadoras do *Prêmio Viva o Seu Sonho*.
- Realização de uma comemoração virtual de premiação em homenagem às ganhadoras.
- Interagir com as participantes do programa *Sonhe, Realize* via Zoom.
- Transformar um evento de arrecadação de recursos em um evento virtual (veja os recursos sobre arrecadação de recursos para ferramentas on-line).

Publique fotos e compartilhe as histórias por trás desses tipos de atividades em suas páginas nas redes sociais. Os pontos acima não apenas destacam o excelente trabalho que seu clube está fazendo. Eles também mostram a sua perseverança e dedicação em ajudar mulheres e meninas, aconteça o que acontecer.

➤ **Envolva a mídia local**

A mídia sabe que seu público está nas redes sociais, onde mantém forte presença. Tente as dicas abaixo para envolver a mídia local e incentivar que suas histórias e sejam promovidas e compartilhadas:

- Marque a mídia local em postagens interessantes. Normalmente, ao enviar um comunicado de imprensa tradicional a um jornal tradicional, consultamos o repórter que aborda esse tópico e lhe enviamos o comunicado diretamente. No mundo as redes sociais, em vez de enviar um comunicado à

imprensa, escrevemos uma postagem curta com foto, marcando o repórter e o jornal na postagem, para que prestem atenção à sua notícia. Veja como marcar uma pessoa, organização ou empresa em sua postagem: <https://www.ocreative.design.com/using-hashtags-tagging-social-media-strategy/>.

- Curta/siga as páginas de os veículos de mídia locais e compartilhe os projetos do clube nas páginas deles nas redes sociais.
- A mídia local usa certas hashtags para reunir alguns assuntos? Descubra quais são consultando suas páginas nas redes sociais e use as mesmas hashtags em suas postagens. Por exemplo, uma emissora pode usar uma hashtag para promover boas notícias ou compartilhar o que está acontecendo na comunidade (por exemplo, #GoodNewsCincinnati). Abaixo seguem mais informações sobre hashtags.

➤ Use hashtags para ampliar sua mensagem

As hashtags são uma ótima ferramenta para promover a sua mensagem e dar visibilidade a uma causa ou evento (por exemplo, ##SoroptimistasAoTrabalho, #SIAConv2020). Elas não servem apenas para atrair os veículos de mídia. Eles são úteis para quem procura informações sobre um assunto ou tendência.

- Criar um burburinho em torno do seu clube é seguir as tendências locais. Hashtags como #LocalGov, #Engage2Act, #ShopLocal e #eParticipation já geram muita atenção. Ao usar essas hashtags, o trabalho na sua comunidade pode ser vinculado a um assunto do momento e chamar a atenção de mais pessoas.
- A sua cidade usa uma hashtag especial? Veja que outras hashtags e tendências são populares em sua comunidade e inclua-as em suas postagens ao compartilhar notícias do clube. Consulte o site da prefeitura local ou as páginas nas redes sociais para saber quais são.

As hashtags que a SIA normalmente usa incluem: ##SoroptimistasAoTrabalho #SoroptimistDreamPrograms #LiveYourDreamAwards #DreamItBelt #SlightlightSoroptimist # SIAConv2020

Material:

- Como usar hashtags para tornar que seu conteúdo apareça nas pesquisas: <https://www.postplanner.com/how-to-use-hashtags-on-facebook/>

➤ **Interaja com seus seguidores**

Conheça melhor seus seguidores nas redes sociais e deixe que eles conheçam você. Lembre-se: as redes sociais são uma via de mão dupla.

- Poste perguntas para saber o que seus seguidores pensam sobre vários assuntos.
- Apresente atividades divertidas para os seguidores. Todos gostam de compartilhar suas coisas favoritas. Peça que compartilhem uma foto de seus animais de estimação, um livro que estejam lendo no momento ou uma receita que fizeram recentemente.

➤ **Use vídeo**

Os vídeos são uma das maneiras mais eficazes de interagir nas redes sociais, atraindo mais atenção do que fotos ou texto de forma isolada. Criar conteúdo de vídeo ao vivo é tão simples quanto usar a câmera do seu telefone celular. Além disso, as pessoas podem gravar a si mesmas sem ter que se preocupar com o distanciamento social.

Algumas ideias para aproveitar o impacto do vídeo em suas páginas nas redes sociais:

- Publique um vídeo de uma ganhadora compartilhando sua história.
- Tem algum evento que se aproxima? Grave um vídeo rápido falando sobre o evento, quando e como as pessoas podem participar.
- Faça vídeos sobre as associadas. Por exemplo:
 - Uma nova associada está entrando para o clube? Peça que ela se apresente com um vídeo curto: *"Olá, meu nome é Maggie e estou feliz em entrar para as Soroptimistas porque..."*
 - Entreviste as associadas que estejam comemorando um marco significativo como associadas ao clube.
 - Peça às associadas gravem vídeos falando sobre seus sonhos para as mulheres e meninas do mundo.
 - Peça às associadas que gravem um vídeo curto sobre o que elas mais gostam em ser Soroptimistas.

➤ **Ao usar as redes sociais para visibilidade, não se esqueça de**

- Verificar se a conta do clube nas redes sociais está atuando como uma extensão da marca Soroptimista.

- Usar as redes sociais de forma constante.
- Publicar notícias oportunas.
- Compartilhar fotos e vídeos para tornar as suas postagens mais atraentes.
- Usar hashtags quando puder.
- Marcar veículos de notícias em suas postagens.

Interagir com as associadas por meio das redes sociais

Agora, mais do que nunca, queremos e precisamos conseguir interagir com facilidade e rapidez com nossas associadas e clubes. Como as redes sociais permitem a comunicação de mão dupla, essa interação fica tão simples! Seguem estão algumas ideias para você começar.

➤ **Compartilhe notícias e novidades das associadas, destaques com vídeos e conheça seus seguidores, oferecendo atividades divertidas**

- Compartilhe notícias e novidades das associadas.
- Mencione as associadas na página do seu clube nas redes sociais quando fizerem algo bom na comunidade.
- Reconheça as associadas em eventos importantes, como aniversários, aniversário de associação ao clube ou quando receberem um prêmio.
- Os vídeos são uma das maneiras mais eficazes de envolver as pessoas nas redes sociais. Faça um vídeo com as associadas. Por exemplo:
 - Uma nova associada está entrando para o clube? Peça que ela se apresente com um vídeo curto: *"Olá, meu nome é Maggie e estou feliz em entrar para as Soroptimistas porque..."*
 - Entreviste as associadas que estejam comemorando um marco significativo como associadas ao clube.
 - Peça às associadas gravem vídeos falando sobre seus sonhos para as mulheres e meninas do mundo.
 - Peça às associadas que gravem um vídeo curto sobre o que elas mais gostam em ser Soroptimistas.
- Poste perguntas para saber o que seus seguidores (inclusive as associadas) pensam sobre vários assuntos.

Apresente atividades divertidas para os seguidores. Todos gostam de compartilhar suas coisas favoritas. Peça que compartilhem uma foto de seus animais de estimação, um livro que estejam lendo no momento ou uma receita que fizeram recentemente.

Compartilhe conosco

A SIA gostaria de saber quais redes sociais o seu clube/região usa. Envie os links para as suas páginas nas redes sociais para o e-mail sianetwork@soroptimist.org para que possamos seguir vocês!

Siga-nos

Também siga a SIA e o LiveYourDream.org em nossas redes de mídia social!

SIA

[Facebook](#)

[Instagram](#)

[Twitter](#)

[LinkedIn](#)

[YouTube](#)

LiveYourDream.org

[Facebook](#)

[Instagram](#)

[Twitter](#)

[YouTube](#)

[Pinterest](#)