

Embasamento para a produção da Swot e Planejamento Estratégico 2020

1. Apresentação

A Análise Swot e o Plano de Comunicação Crea-SP foram elaborados a partir de uma série de pesquisas realizadas pela equipe CDI. Esses dados vieram de ferramentas de monitoramento (Stilingue, Google Analytics, Empauta, Newsmonitor, sondagem da equipe de atendimento nos canais de do órgão e entrevista entre os profissionais atuantes na instituição), justamente, para que tivéssemos um panorama retroativo mais assertivo da imagem do Crea-SP, tendo como base as redes sociais e a mídia como um todo.

Levamos em consideração a pesquisa através de ferramentas de monitoramento porque o período que tínhamos para fazer a análise, dezembro e janeiro, é bastante atípico. Além disso, percebemos previamente que o Crea-SP ainda não tem uma visibilidade na sociedade em geral. O que impactaria de forma negativa nos resultados e, possivelmente, na adoção de novas estratégias de comunicação.

Diante disso, separamos nossas pesquisas em duas partes: uma mostra para avaliar os diálogos referentes ao Crea-SP nas mídias sociais. E, em um segundo momento, uma avaliação entre os meses de janeiro de 2019 até janeiro deste ano para entender a percepção de imagem do Crea-SP na mídia incluindo TV, rádio, mídia impressa e digital - inclusive veículos regionais do interior de São Paulo.

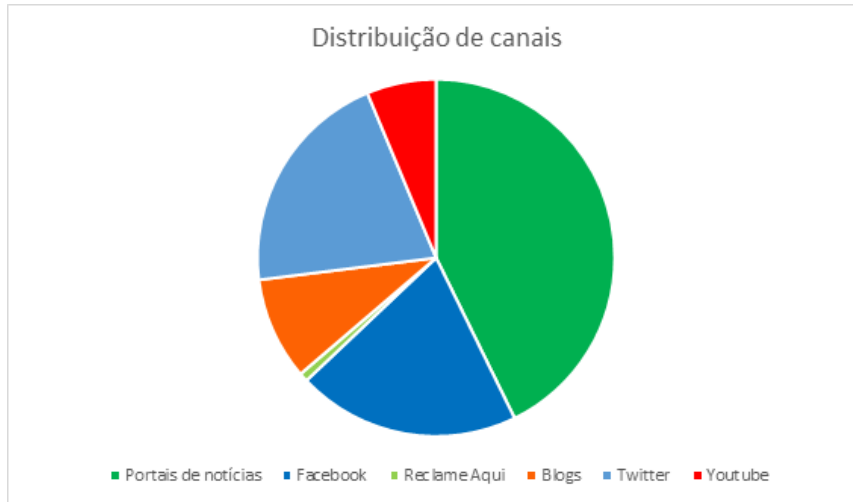
Com base nos resultados obtidos a partir das pesquisas quantitativas e qualitativas, pudemos compreender as oportunidades e necessidades para ampliar a comunicação da instituição. Constatamos a ausência de estratégias de comunicação interna e atuação no Twitter.

Abaixo, seguem as conclusões sobre o cenário da imagem do Crea divididos entre os universos Digital e Relações com a Mídia.

2. Digital

Para compreender o âmbito digital, foram realizadas pesquisas da seguinte forma: um recorte dos temas relacionados ao Crea-SP e, na sequência, uma análise retroativa quantitativa do conteúdo publicado pelo Conselho nas plataformas on-line (Facebook, Instagram e Youtube). Além dos posts, foram avaliadas as interações do público da fanpage e seguidores.

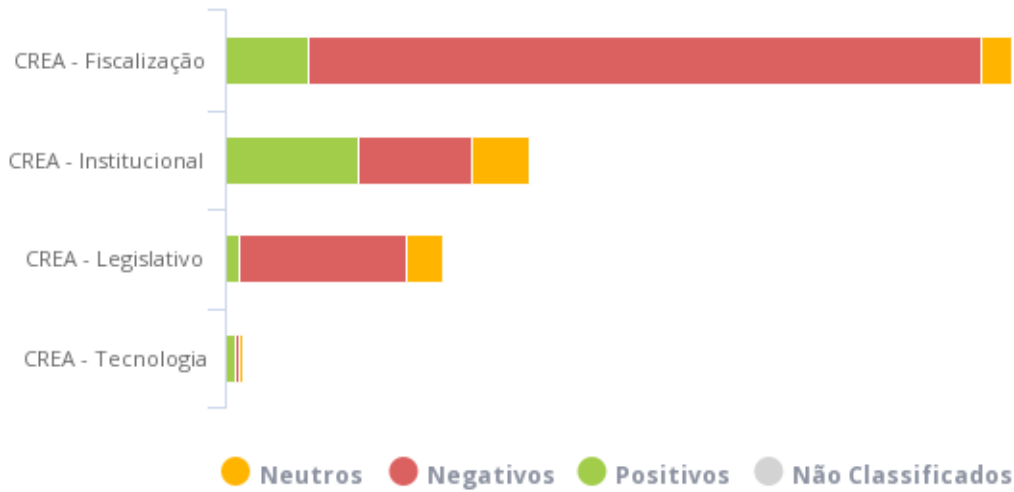
O gráfico abaixo ilustra em quais canais estão presentes as conversas relacionadas ao Crea-SP:



Abaixo, seguem a nuvem de palavras que correspondem ao universo digital do Crea-SP:

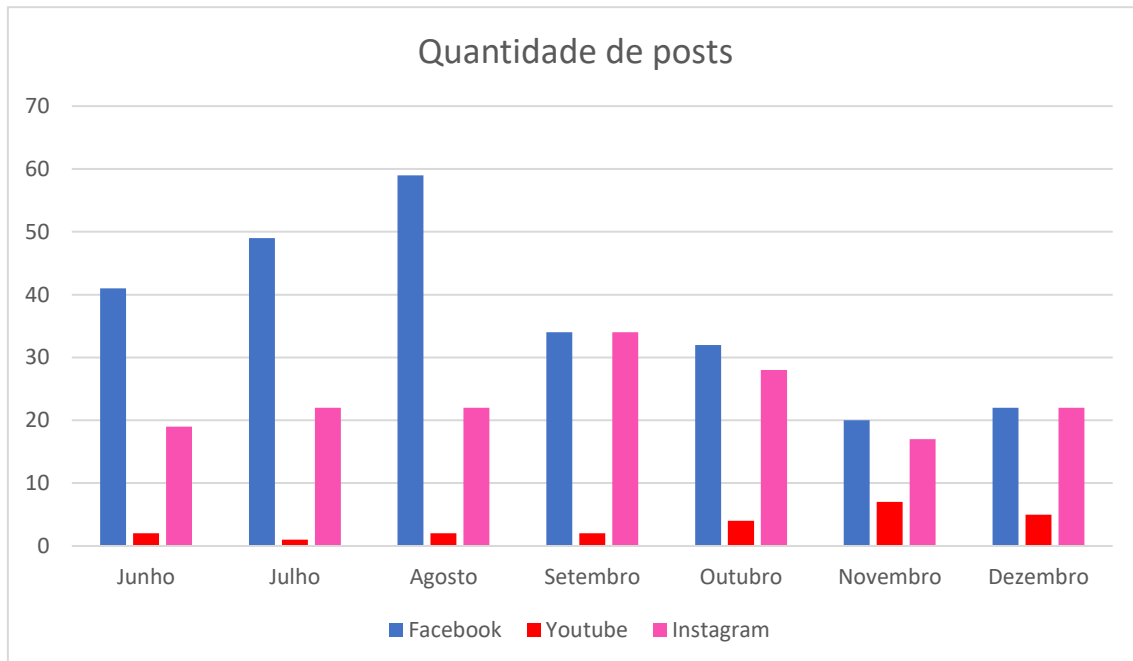


As análises quantitativas e qualitativas, feitas por meio de ferramenta de monitoramento, mostram o universo dos temas pertinentes ao Crea-SP:



O gráfico à cima corresponde ao universo geral dos temas de interesse do Crea-SP. No tema fiscalização, a maioria das publicações foi considerada negativa. Entretanto o tema engloba fiscalização realizada durante a obra e vistoria após um acidente.

Número de publicações de junho a dezembro 2019 (Facebook, Youtube e Instagram):



De junho a dezembro, houve diminuição na quantidade de conteúdo postado e mudança na linha editorial das publicações do Crea-SP no Facebook.

Nos primeiros meses analisados, havia publicações de outros sites - Engenharia 360, Engenharia E, Estágio Online, Hypecess e Techtudo - que traziam tendências de mercado,

curiosidades e notícias sobre a área. No geral, nas publicações com esse teor, os comentários eram, na maioria, positivos.

Com o tempo, cobertura de eventos, agenda do presidente e fiscalizações ganharam espaço - e a interatividade por parte do usuário passou a ser negativa. Como solução, a ideia é mesclar a linha editorial dos canais digitais com a criação de conteúdos proprietários nas áreas de curiosidades pautas nos pilares de tecnologia, fiscalização e institucional.

Já no Instagram, as publicações em vídeo performam melhor do que as demais. Os números de visualizações, em regra, são maiores do que o de curtidas nos posts estáticos. Muito do que é publicado no Facebook é replicado no Instagram, o que ajuda a explicar o desempenho de algumas publicações.

No Youtube, vídeos institucionais, de agendas e de esclarecimentos (O que é registro profissional, o que é certidão de acervo técnico e funções do conselho) formam a maior parte do conteúdo. Destaca-se o vídeo “Empreendedorismo e Inovação Tecnológica nas Engenharias - Crea-SP, Unesp e Univesp”, sobre inscrições para curso piloto de especialização Lato Sensu, que teve alto número de visualizações. É o tipo de conteúdo que agrada os seguidores do Crea-SP na mídia.

3. Presença no Crea-SP na mídia

Para extrair a percepção da visão do Crea-SP na mídia, foi feito um recorte de avaliação das matérias publicadas nos veículos on-line, impresso, TV e rádio correspondentes ao período de janeiro de 2019 até janeiro de 2020.

PRINCIPAIS PUBLICADORES



A percepção é que o Crea-SP é um órgão bem avaliado pela imprensa. Não são encontrados grandes desvios da imagem do Conselho e as pautas mais comuns identificadas são referentes a fiscalização e institucional.

4. Perfis dos veículos

SBT Interior - Há mais de 25 anos em plena atividade, o SBT Interior tem emissoras nas cidades de Araçatuba, Presidente Prudente e São José do Rio Preto, com sinal de qualidade para 199 municípios, abastecendo de entretenimento e informação mais de 3,3 milhões de pessoas.

Beto Ribeiro Repórter - Portal de notícias, fundado em 2015 e sediado em Araras/SP. O site atualiza suas informações minuto a minuto, 24 horas por dia, sete dias por semana.

Portal Terra - O Terra atua como portal de notícias, além de aplicativos de celular, publicidade e outros serviços digitais. Em agosto de 2017, passou a funcionar somente no Brasil e, em 2018, fechou parceria com o Grupo Estado para aumentar a produção de conteúdo de notícias.

A Província - É um jornal eletrônico destinado à preservação e valorização da história e memória de Piracicaba, assim como ao estímulo, produção e divulgação da cultura local.

Portal Mix Vale - Portal de notícias, que usa como fonte agências de notícias como Governo do Estado de S.Paulo, Crea-SP, Agência Brasil, entre outras fontes.

SBN Notícias - Portal de Notícias da rádio Brasil AM 690 KHZ, com sede em S. Bárbara do D'Oeste, e transmitida na Região Metropolitana de Campinas.

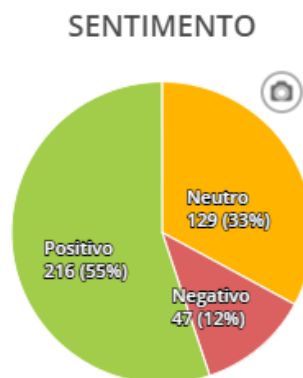
Urgente News Cuiabá - Portal que replica matérias, tendo como fontes sites de agências de notícias e portais de governo de diversos estados brasileiros.

Governo do Estado de S.Paulo - Portal que noticia as principais iniciativas do governo do estado de S.Paulo para a população.

Temas relacionados:



A conotação é predominantemente positiva e os temas mais sensíveis surgem em situações de acidentes, quando fiscalização do Crea-SP se faz necessária para verificação de documentação referente a obra.



Mesmo o Crea-SP tendo uma ampla atuação na área de fiscalização no estado, a avaliação é que a de exposição na mídia não representa o grau de importância do Conselho. Sendo assim, com uma agenda positiva bem estruturada há oportunidade de ampliação do espaço do Conselho nos veículos de mídia consolidando assim a relevância do órgão frente à sociedade.

Análise SWOT

Com base no levantamento de informações, análise do ambiente e dos cenários internos e externos identificados durante a execução dos trabalhos realizados e do monitoramento realizado no período na mídia e nas redes sociais. Apresentamos o relatório analítico da matriz swot (pontos fortes e pontos fracos do CONTRATANTE e ameaças e oportunidades) de suas temáticas que foram adotadas na elaboração o plano de ação de comunicação corporativa do CREA-SP 2020.

FORÇAS

- > História consolidada - 1º Conselho Profissional do Brasil
- > Capilaridade da atuação do Conselho no estado de São Paulo
- > Bom relacionamento com o Governo Estadual e com as principais prefeituras do estado.
- > A evolução expressiva no aumento das fiscalizações nos últimos 2 anos.
- > Reputação consolidada que facilita a parceria com instituições e especialistas.
- > Forte relacionamento com profissionais especializados, com amplo conhecimento técnico em sua área e boa desenvoltura para serem instituídos como porta-vozes.
- > Profissionais na equipe de comunicação com histórico do conselho, conhecimento dos processos e estrutura organizacional.

FRAQUEZAS

- > Falta de conhecimento sobre a relevância da história e atuação do Conselho em prol da sociedade em geral.
- > Ausência de protagonismo da comunicação do Crea-SP com seus públicos alvo em todo estado.
- > Demora no levantamento de informações estratégicas, como o número consolidado de fiscalizações realizadas dentro de um período, de emissão de ART's, entre outros.
- > Ausência de definição dos principais porta-vozes da instituição por segmento e região.
- > Falta a integração das diversas áreas do Crea-SP com a equipe de comunicação.
- > Deficiência na comunicação e atendimento aos profissionais registrados da instituição.
- > Pouca identificação na comunicação direcionada ao público jovem (estudantes universitário das áreas correlatas ao Crea-SP e profissionais recém formados)
- > Forte associação da instituição como representante da Engenharia Civil e pouca atuação junto aos profissionais das demais áreas de atuação do Crea-SP.

OPORTUNIDADES

- > Divulgação de forma ampliada e direcionada da relevância de sua atuação e história através dos diversos canais de comunicação. (Mídia, Digital, Com Interna e ações junto a sociedade em geral)
- > Criar canais e ampliar o relacionamento com as sedes regionais e os públicos alvo da instituição.
- > Ampliar o relacionamento com as entidades de classe e influenciadores de temas correlatos a sua atuação.
- > Criação de processos para atualizar e consolidar os números de fiscalizações, fiscais, emissões de Art's, etc...
- > Identificação, constituição e treinamento de porta-vozes oficiais.
- > Criação de processos para que as demais áreas do conselho abastecem a comunicação com oportunidades de ações a serem divulgadas.
- > Adequar a linguagem da comunicação direcionada ao público jovem, transformando-o em multiplicador.
- > Ampliação de pautas envolvendo todas as profissões correlatas ao Crea-SP.
- > Movimentos de sustentabilidade para agropecuária
- > Inovação tecnológica
 - aquecimento da economia
 - crescimento do setor imobiliário
- > Fiscalização de grandes eventos

AMEAÇAS

- > O desconhecimento da sociedade sobre a importância da fiscalização no exercício das profissões correlatas ao Crea-SP, fragiliza a imagem do Conselho e o torna vulnerável às pressões políticas e públicas, como exemplo a Pec 108/2019.
- > Manutenção e crescimento das manifestações de insatisfação dos profissionais credenciados sobre atuação do órgão.
- > A cobertura negativa da imprensa sobre a apresentação ou ausência de informação (ocasionada por demora) sobre os números a atuação do Conselho.
- > Ausência de investimento na estrutura de fiscalização para atender o crescimento do mercado de atuação dos profissionais registrados no Crea-SP
- > Profissionais registrados ou conselheiros que utilizam o nome da instituição na divulgação de suas ideias e trabalhos pessoais, sem o conhecimento da comunicação ou do órgão. Transmitindo informações que eventualmente divergentes aos interesses da instituição.
- > Contaminar o profissional jovem com a imagem negativa que o conselho possui hoje junto ao profissional registrado.
- > A criação de novos conselhos contemplando os profissionais que não se sentem representados.