

Dicas para
divulgação da
sua campanha
na **benfeitoria**

#ficaadica

Aqui vão algumas dicas de divulgação que consideramos bacanas passar adiante. Mas vale dizer que esse toolkit não é uma receita de bolo, afinal, cada projeto é único e as redes sociais são sempre uma caixinha de surpresa.

Aproveite o que quiser e vamos lá!

1º passo

Saber
pedir

Não adianta começar uma campanha e ficar esperando que as colaborações caiam do céu. Tem que correr atrás e divulgar. Lembre que diferentes pessoas acessam sua campanha e a comunicação deve ser feita para todos.

Não tenha medo de ser chato, projetos de sucesso indicam que até 4 abordagens (diferentes, claro) são aceitáveis. **Comunique-se diariamente!!!!**

2º passo

Mapeando a sua rede

Antes de começar a divulgação, é importante pensar em quem será o seu público-alvo, ou seja, para quem você vai divulgar o seu projeto. Uma dica é separar o público em 3 categorias:

- **Primária:** amigos e familiares
- **Secundária:** simpatizantes da sua ideia
- **Terceária:** imprensa e influenciadores

3º passo

Escolhendo os canais

Você já sabe onde vai divulgar a sua campanha? As possibilidades são muitas e existem diversos canais de comunicação que podem te ajudar. Dá uma olhada nos próximos slides para ver dicas de cada canal.

Canais de comunicação

Facebook

Tá [quase] todo mundo lá.

Instagram

Tá crescendo, são fotos e a galera gosta!

Email

Para quem não tá sempre conectado nas redes sociais.

Whatsapp

Tá na mão de todo mundo

Boca a boca

Falar ao vivo é a melhor das ferramentas!

Release

Para tentar conquistar a imprensa.

Canais de comunicação

Facebook

Tá [quase] todo mundo lá.

Instagram

Tá crescendo, são fotos e a galera gosta!

Email

Para quem não tá sempre conectado nas redes sociais.

Whatsapp

Tá na mão de todo mundo.

Boca a boca

Falar ao vivo é a melhor das ferramentas!

Release

Para tentar conquistar a imprensa.

Facebook

1.

O Facebook está o tempo todo mudando as regras do jogo e diminuindo a visibilidade dos posts, vá testando diferentes tipos de post em diferentes horários.

2.

Os melhores horários são: 2ª à 5ª de 09:00 - 11:00 e de 20:00 - 22:00. Finais de semana costumam dar uma esfriada, mas domingo à noite já fica + agitado.

3.

Faça uma Fanpage para o seu projeto e fale por lá institucionalmente. Vale usar o seu perfil pessoal também para compartilhar as novidades com os seus amigos.

Facebook

4. Os primeiros 90 caracteres de um post são os mais importantes, faça uma frase-resumo que chame atenção para o seu projeto ou iniciativa.



The screenshot shows the Facebook post creation interface. At the top, there are navigation options: 'Status' (selected), 'Foto / Vídeo', and '+ ofertas e eventos'. Below this is the profile picture of 'Benfeitoria' and the text: 'Os primeiros 90 caracteres são os mais importantes, faça uma frase-resumo que chame atenção pro seu projeto!'. Below that is a prompt: 'Dê só mais um pouquinho de informação aqui e já faça o convite para engajamento! [Ex: Curtiu a ideia? Venha fazer parte: <https://recorrente.benfeitoria.com/benfeitoria>]!'. The main image area shows a colorful abstract painting of a face with the word 'benfeitoria' overlaid in white. A '+ Carregar imagem' button is visible. Below the image is the text: 'Benfeitoria: Núcleo de Inovações Benfeitoras | Recorrente'. Below that is the text: 'Convidamos todos a fazerem parte das nossas inovações, sustentar novos modelos e ainda fazer do Recorrente uma plataforma mais sustentável!'. At the bottom, there is a 'RECORRENTE.BENFEITORIA.COM' link and a 'Publicar' button.

Status | Foto / Vídeo | + ofertas e eventos

Os primeiros 90 caracteres são os mais importantes, faça uma frase-resumo que chame atenção pro seu projeto!

Dê só mais um pouquinho de informação aqui e já faça o convite para engajamento! [Ex: Curtiu a ideia? Venha fazer parte: <https://recorrente.benfeitoria.com/benfeitoria>]!

+ Carregar imagem

Benfeitoria: Núcleo de Inovações Benfeitoras | Recorrente

Convidamos todos a fazerem parte das nossas inovações, sustentar novos modelos e ainda fazer do Recorrente uma plataforma mais sustentável!

RECORRENTE.BENFEITORIA.COM

Impulsionar publicação | Publicar

Facebook

5.

Faça o convite de engajamento logo em seguida [com link da campanha], como no exemplo ao lado. Não adianta deixar para fazê-lo ao final de um longo texto, porque ele vai ficar escondido em “Ver mais” e diminui muito a chance de clicarem.

Obs: evitamos usar a palavra doação, pois ela remete à filantropia pura, e não a uma relação ganha-ganha. Por isso, usamos contribuição, colaboração ou apoio.



The screenshot shows the Facebook post creation interface. At the top, there are tabs for 'Status', 'Foto / Vídeo', and '+ ofertas e eventos'. Below the tabs, there is a small profile picture of 'Benfeitoria' and a text box containing the following text: 'Os primeiros 90 caracteres são os mais importantes, faça uma frase-resumo que chame atenção pro seu projeto!'. Below this, there is a red-bordered box containing the text: 'Dê só mais um pouquinho de informação aqui e já faça o convite para engajamento! [Ex: Curtiu a ideia? Venha fazer parte: <https://recorrente.benfeitoria.com/benfeitoria>]!'. Below the red box is a large image of a smiling face made of mud, with the word 'benfeitoria' written across it. Below the image is a button that says '+ Carregar imagem'. Below the image is the text: 'Benfeitoria: Núcleo de Inovações Benfeitoras | Recorrente'. Below this is the text: 'Convidamos todos a fazerem parte das nossas inovações, sustentar novos modelos e ainda fazer do Recorrente uma plataforma mais sustentável!'. Below this is the URL: 'RECORRENTE.BENFEITORIA.COM'. At the bottom, there are icons for emojis, location, and a plus sign, followed by buttons for 'Impulsionar publicação' and 'Publicar'.

Facebook

6.

Aposte em posts com imagens. Quando você cola o link da sua campanha, já vem uma foto automaticamente. Tente variar as imagens clicando ali em “+ Carregar imagem”.

Dimensões: 840x440 px



The screenshot shows the Facebook post creation interface. At the top, there are navigation options: 'Status', 'Foto / Vídeo', and '+ ofertas e eventos'. Below this, the 'Benfeitoria' profile picture is visible. The main text of the post reads: 'Os primeiros 90 caracteres são os mais importantes, faça uma frase-resumo que chame atenção pro seu projeto!' followed by 'Dê só mais um pouquinho de informação aqui e já faça o convite para engajamento! [Ex: Curtiu a ideia? Venha fazer parte: <https://recorrente.benfeitoria.com/benfeitoria>]!'. Below the text is a large image of a smiling face made of mud with the word 'benfeitoria' overlaid. A red box highlights a '+ Carregar imagem' button at the bottom of the image. Below the image, the text reads: 'Benfeitoria: Núcleo de Inovações Benfeitoras | Recorrente' and 'Convidamos todos a fazerem parte das nossas inovações, sustentar novos modelos e ainda fazer do Recorrente uma plataforma mais sustentável!'. At the bottom, there are icons for emojis, location, and a plus sign, along with buttons for 'Impulsionar publicação' and 'Publicar'.

Facebook

7.

Você também pode e deve postar o vídeo da campanha [se tiver]. Carregue o vídeo no próprio Facebook e no texto do post coloque o link para a página da campanha na Benfeitoria.

Se o vídeo estiver no Youtube ou Vimeo, copie e cole a url só para puxar o vídeo, depois apague o texto e escreva a frase-resumo + convite de engajamento + link.



Benfeitoria compartilhou o próprio vídeo.

25 de março de 2015 às 14:00 · 🌐

Somos um laboratório de experimentos colaborativos e queremos continuar inovando!

Venha fazer parte: <https://recorrente.benfeitoria.com/benfeitoria!>

Wikinomia? Uhm?
03:09

Benfeitoria

Veja nosso vídeo de convocação, financiado por quase 1.000 benfeitores e... seja bem-vindo a uma nova economia! \o/

Se demorar a carregar, pode ver por aqui: <https://vimeo.com/benfeitoria/wikinomia>

Curtir · Comentar · Compartilhar

Facebook

8. Varie as abordagem dos posts, para não ficar repetitivo.

A causa continua sendo a mesma, mas o apelo pode sempre ser um pouquinho diferente: o que já realizou, o que pretende realizar, dar destaque àquela recompensa bacana, quantos assinantes já tem, qual a meta financeira atual, tempo que falta de campanha, datas importantes, etc.



Vai rolar festinha no IED quando atingirmos a segunda meta hein! Tá lindo de ver a nossa campanha no Recorrente!

Vire um assinante da Benfeitoria: <https://recorrente.benfeitoria.com/benfeitoria>



Facebook

9.

Facebook ads é um dinheiro que você coloca para impulsionar posts, aumentando seu alcance. Você pode patrocinar um post com qualquer valor, até mesmo 1 real. É possível inclusive segmentar o público para o qual você quer que o post apareça por mais tempo.

Traz bons resultados em termos de visibilidade, mas tem que ter disposição de testar, acompanhar e analisar o investimento.



The screenshot shows the Facebook post creation interface. At the top, there are navigation options: 'Status', 'Foto / Vídeo', and '+ ofertas e eventos'. Below this, there is a small profile picture of 'benfeitoria' and a text box containing the following text: 'Os primeiros 90 caracteres são os mais importantes, faça uma frase-resumo que chame atenção pro seu projeto!' followed by 'Dê só mais um pouquinho de informação aqui e já faça o convite para engajamento! [Ex: Curtiu a ideia? Venha fazer parte: <https://recorrente.benfeitoria.com/benfeitoria>]!'. Below the text is a large image of a colorful, abstract painting featuring a blue face with a smile and the word 'benfeitoria' in white. A '+ Carregar imagem' button is overlaid on the bottom right of the image. Below the image, the text reads 'Benfeitoria: Núcleo de Inovações Benfeitoras | Recorrente' followed by 'Convidamos todos a fazerem parte das nossas inovações, sustentar novos modelos e ainda fazer do Recorrente uma plataforma mais sustentável!' and the URL 'RECORRENTE.BENFEITORIA.COM'. At the bottom, there are three icons (smiley face, location pin, and a plus sign) and two buttons: 'Impulsionar publicação' (highlighted with a red box) and 'Publicar'.

Canais de comunicação

Facebook

Tá [quase] todo mundo lá.

Instagram

Tá crescendo, são fotos e a galera gosta!

Email

Para quem não tá sempre conectado nas redes sociais.

Whatsapp

Tá na mão de todo mundo.

Boca a boca

Falar ao vivo é a melhor das ferramentas!

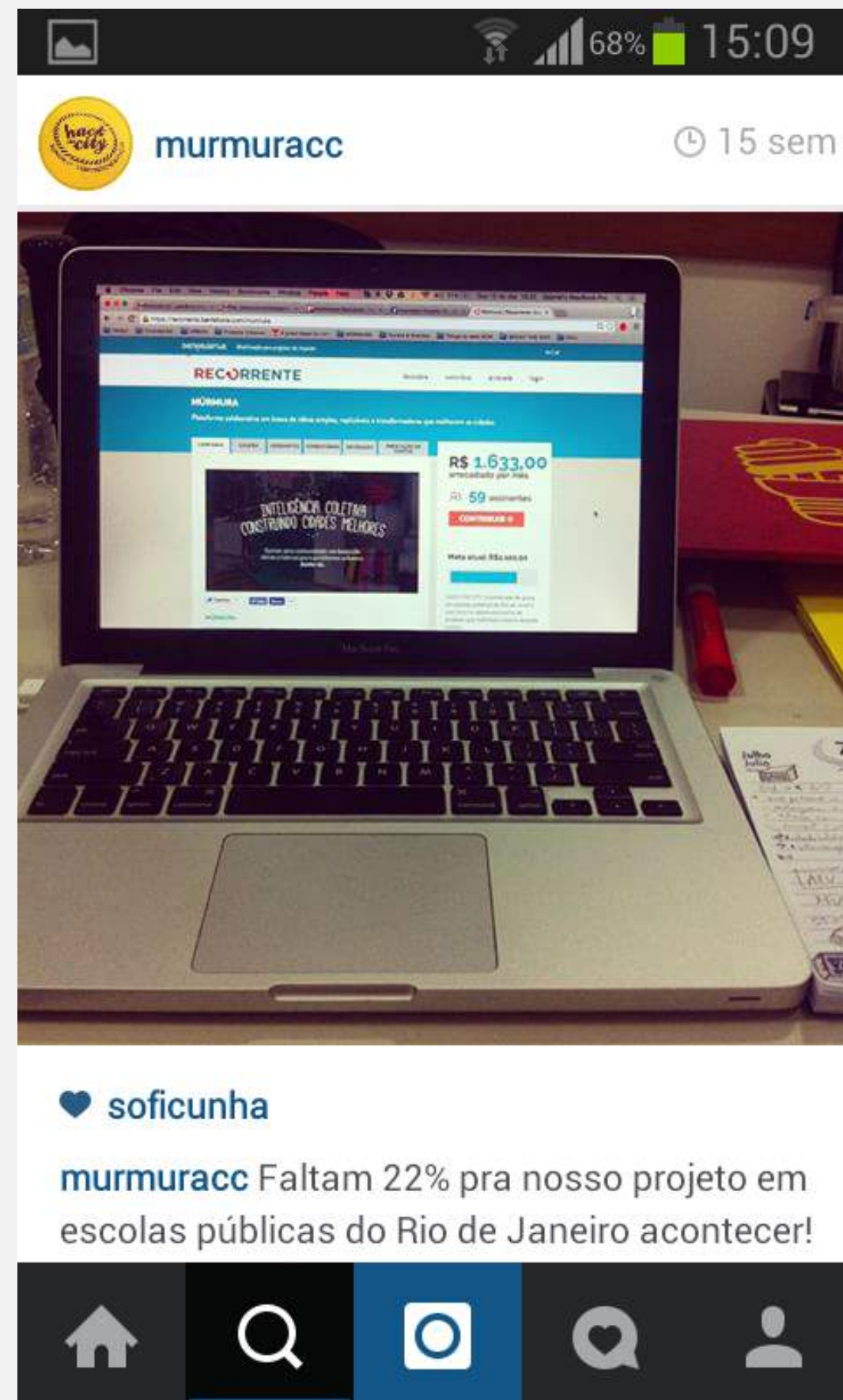
Release

Para tentar conquistar a imprensa.

Instagram

1. Cada vez mais pessoas estão aderindo ao Instagram. A graça aqui são as fotos e vídeos, nada de textos super longos.
2. Bom canal para atualizar seus assinantes sobre o que tá rolando na sua iniciativa, cultivando o engajamento.
3. As hashtags “#” estão em alta nas redes sociais e servem para formação de histórico do seu projeto.
4. Publique fotos das suas recompensas e deixe a sua rede ainda mais interessada em colaborar.
5. Abuse dos Stories para mostrar os bastidores do seu projeto.
6. Crie uma série de Stories sobre o seu projeto e a coloque como Destaque no perfil.

Instagram



Canais de comunicação

Facebook

Tá [quase] todo mundo lá.

Instagram

Tá crescendo, são fotos e a galera gosta!

Email

Para quem não tá sempre conectado nas redes sociais.

Whatsapp

Tá na mão de todo mundo.

Boca a boca

Falar ao vivo é a melhor das ferramentas!

Release

Para tentar conquistar a imprensa.

E-mail (para futuros colaboradores)

1.

As pessoas que não estão sempre plugadas nas redes sociais podem acabar não vendo os posts da sua campanha.

2.

Além de convocar novos assinantes, os e-mails podem comunicar o andamento das atividades da sua iniciativa, bem como suas últimas realizações.

3.

E-mails gigantes assustam e dão preguiça. Tente ser o mais sucinto e claro possível. Dois parágrafos + o convite para engajamento com link são o suficiente.

E-mail (para os que já colaboraram)

1.

Enviar e-mails semanais é uma boa forma de atualizar seus assinantes.

Sempre que possível envie uma ou duas fotos em anexo, é bom para ilustrar!

2.

Existe uma campanha que é muito eficiente para conseguir colaborações: “traz mais um”. No meio ou final da campanha, quando você tiver vários colaboradores, entre em contato e explique a importância de eles mobilizarem também as suas redes. Benfeitores atraem Benfeitores!

obs: não esqueça de colocá-los sempre em cópia oculta

Canais de comunicação

Facebook

Tá [quase] todo mundo lá.

Instagram

Tá crescendo, são fotos e a galera gosta!

Email

Para quem não tá sempre conectado nas redes sociais.

Whatsapp

Tá na mão de todo mundo.

Boca a boca

Falar ao vivo é a melhor das ferramentas!

Release

Para tentar conquistar a imprensa.

Whatsapp

1.

Indicado para usar na divulgação para a Rede Primária. Utilize esse canal apenas para pessoas que você já conhece, ok? E não se esqueça: nada de textos com cara de mensagem automática.

2.

Inclua sempre a URL da campanha no texto de divulgação para facilitar que a pessoa colabore com a sua ideia e a espalhe por aí.

3.

Além do texto, crie uma imagem legal para chamar a atenção. O formato quadrado é o mais indicado [1080 x 1080 pixels].

Canais de comunicação

Facebook

Tá [quase] todo mundo lá.

Instagram

Tá crescendo, são fotos e a galera gosta!

Email

Para quem não tá sempre conectado nas redes sociais.

Whatsapp

Tá na mão de todo mundo.

Boca a boca

Falar ao vivo é a melhor das ferramentas!

Release

Para tentar conquistar a imprensa.

Boca a boca

1.

Não é porque vivemos na era digital que falar em alto e bom tom perdeu o seu valor, pelo contrário...

2.

No seu show, espetáculo, apresentação, evento, palestra, tarde de autógrafos, jantar de família... Fale que para colaborar basta entrar no site da Benfeitoria (diga o link do projeto).

3.

Tem um cartão de visitas? Coloque a url da campanha lá também! Não tem cartão? Escreva ou carimbe a url num pedaço de papel e dê para qualquer um que queira bater um papo.

Canais de comunicação

Facebook

Tá [quase] todo mundo lá.

Instagram

Tá crescendo, são fotos e a galera gosta!

Email

Para quem não tá sempre conectado nas redes sociais.

Whatsapp

Tá na mão de todo mundo.

Boca a boca

Falar ao vivo é a melhor das ferramentas!

Release

Para tentar conquistar a imprensa.

Release

1.

Encantar a imprensa (jornais, revistas, sites e blogs) não é tarefa fácil. Assim como no e-mail, seja objetivo e informativo.

2.

Se a iniciativa for complicada, fragmente. Se for simples, seja simples. Diga o que é o projeto e sua proposta, a quem atende e quem banca (aí entra a divulgação da campanha na Benfeitoria).

3.

Se houver algum evento ou ação agendada, termine o release com o que eles chamam de 'serviço': nome da iniciativa, data e local do evento, link para informações.

obs: antes de sair disparando para qualquer mídia, liste os veículos que tratam de temas relacionados ao do seu projeto e, se possível, busque alguém que tenha um conhecido lá dentro para fazer a ponte ;)

Dica extra

Engaje a sua rede

No financiamento coletivo recorrente, a manutenção da rede de apoiadores é o que fará com que as pessoas apoiem no longo prazo! Por isso, faça ações, convide os assinantes a participarem de um evento, ofereça um mimo de tempos em tempos...

Use a criatividade para mostrar aos seus apoiadores que eles são fundamentais para a realização e manutenção do seu projeto!

E aí, pronto para [#botarprafazer?](#)

Se tiver dúvidas ou dicas, manda no email
recorrente@benfeitoria.com

Suuuucesso!

benfeitoria