



**MANUAL
SOCIAL MEDIA TRAINING**







APRESENTAÇÃO



Olá! Este é um manual para que o Clube do Minhoca se comunique de maneira clara, objetiva e única nas redes sociais.

O objetivo é manter nossa identidade e agir de acordo com nossos valores, independente de quem esteja gerenciando nosso conteúdo e relacionamento nas redes.

Aqui você vai encontrar:

- Brand Persona do Clube p.04
- Tom de Voz p.05
- Regras de Diálogo p.06
- Descrição das Buyer Personas p.07
- Perfil editorial p.08



BRAND PERSONA



Uma brand persona é a personificação da essência e dos valores de uma marca. É entender uma marca como se ela fosse uma pessoa. Pensando assim, a brand persona do Clube do Minhoca seria representado por:

Um homem, na faixa dos 28 anos, bem-humorado e que adora sair para se divertir com seus amigos. Gosta de fazer piadas com as situações cotidianas que vivemos, principalmente aquelas mais difíceis. Se intitula como "sincerão" e otimista. Está sempre tentando ver (e mostrar) o lado bom da vida.

Forma física:

Contemporâneo, casual e original. Chama a atenção sem ser exagerado.

Temperamento:

Extrovertido, espontâneo, franco e otimista.

Competências e habilidades:

Utiliza o humor para "quebrar o gelo", para descontrair, e para tornar situações cotidianas mais leves.



PERFIL EDITORIAL



No perfil editorial dispomos as nossas editorias, ou seja, os temas (macro) que pautarão o nosso conteúdo nas redes sociais. As editorias do Clube do Minhoca são:

Institucional / branding: Informações, textos, memes, notícias que ajudem a estabelecer nossa identidade de "clube". Para criar conteúdo desta editoria, conferir sempre nossas diretrizes organizacionais (missão, visão e valores) e nosso Manifesto. Aqui dá para divulgar também as ações e parcerias do Clube com ONGs, movimentos sociais, etc.

Piada da semana:

Ver o que está sendo mais comentado na internet durante a semana e criar um post simples, apenas com texto (pequeno) ou uma imagem com legenda que represente a piada da semana.

Shows:

Divulgação dos shows e dos comediantes que irão se apresentar. Disponibilizar a agenda antecipada sempre que possível.

Bastidores:

Gravar vídeos (para publicação nos stories do Instagram e Facebook) dos bastidores dos shows, de conversas engraçadas no WhatsApp ou coisas que demonstrem o dia-a-dia do Clube.

Dica do Patrick Maia:

Para dar visibilidade ao fundador e proprietário do Clube, de quinze em quinze dias (pelo menos) o Patrick deverá gravar um vídeo rápido dando alguma "dica para a vida". Com bom humor e para a disseminação da cultura do stand-up.

TOM DE VOZ



O Tom de Voz é a peça-chave de nossa identidade verbal. Representa nossa personalidade no modo como "falamos" e escrevemos. Definir este tom é muito importante para consolidar uma identidade (por meio da brand persona) do Clube do Minhoca, além de também diferenciá-lo nas redes sociais.

Pensando nos Valores da Marca, o Tom de Voz do Clube do Minhoca deve ser sempre: simples, pessoal e aproximativo.

NOSSA VOZ É	DESCRIÇÃO	O QUE ISSO SIGNIFICA	O QUE NÃO SIGNIFICA
Simple, pessoal e aproximativa	Falamos de maneira simples, em primeira pessoa, como se estivéssemos conversando com um amigo próximo. Temos a liberdade de tratar o cliente pelo nome e também fazer piadas leves com o cotidiano. Apesar de estarmos no digital, somos 100% humanos!	Descomplicada, Informal, Direta, Gentil, Amigável, Entusiasmada, Divertida, Franca, Natural, Autêntica.	Complexa, Formal, Inconveniente, Grosseira, Autoritária, Seca, Indiferente, Artificial, Mecânica, Falsa
		COMO DIZEMOS	COMO NÃO DIZEMOS
		Estamos nos preparando para os shows do fds! Bora rir muito com os nossos comediantes! Esperamos por vocês!	O Clube do Minhoca prepara apresentações para o final de semana. Diversão garantida no palco. Ingressos disponíveis!

REGRAS DE DIÁLOGO



- Sempre chamar o cliente pelo nome. Utilização do pronome pessoal "você".
- Utilizar uma linguagem informal, mas correta! Sempre respeitando as regras gramaticais da língua portuguesa.
- Uso moderado das gírias locais (região metropolitana de São Paulo). Não usar termos chulos ou vulgares; nada que ofenda ou agride quem quer que seja.
- Não utilizar vocabulários e termos infantis. Somos adultos!
- É permitido usar abreviações que são comuns na "linguagem" da internet.
- Emojis: nunca usar em excesso. O limite é 3 emojis de uma vez. Não usar emojis que remetam a vulgaridades ou ofensas.
- #hashtags: no Instagram e no Twitter usar as hashtags #ClubeDoMinhoca #StandupComedy #StandupSP #Minhocao #CentroSP
- Todas as respostas de comentários (inclusive reclamações) deverão ser respondidas.
- As reclamações deverão ser respondidas no mesmo dia, assim que possível. Quando necessário, o padrão é convidar o cliente a conversar por inbox (para desfocar a atenção, descontinuar e não dar maior visibilidade às reclamações).
- Mensagens recebidas por inbox (privadas) deverão ser respondidas até o próximo dia útil.

BUYER PERSONAS



Henrique, 19 anos

Renda de um salário mínimo e meio. Jovem com ensino médio completo e que mora na cidade de Barueri, em São Paulo. Solteiro, gosta de sair aos finais de semana para se divertir em bares e baladas da capital (bebe moderadamente). Henrique está sempre entre amigos e utiliza muito as suas redes sociais, principalmente Instagram e Facebook. Participa de grupos de piadas e memes no WhatsApp e gosta de enviar os que acha mais engraçado aos seus amigos.



Carlos, 42 anos

Renda de aproximadamente 4 salários. É formado em administração e mora na zona leste da cidade de São Paulo. Casado e sem filhos, gosta de sair com seus amigos e sua esposa para bares e restaurantes da capital (não fica sem beber aos finais de semana). Utiliza muito o Facebook e WhatsApp. Não tem muita paciência com Instagram. Gosta muito de programas que o façam rir.



Carolina, 23 anos

Renda de 2 salários mínimos (estagiária). Faz faculdade de enfermagem e mora próximo ao centro de São Paulo. Passa o dia em seu estágio em um hospital de médio porte e estuda à noite. Como ainda mora com seus pais, Carolina consegue usufruir do seu salário para sair com as suas amigas aos finais de semana. Gosta de lugares mais tranquilos, como bares e pubs, onde ela pode "jogar conversa fora" com as amigas (não é muito de tomar bebidas alcoólicas). Utiliza muito o Instagram e está pensando em abandonar o Facebook, porque quase não usa mais. No Instagram prefere os stories e adora seguir os seus ídolos e páginas que quebrem sua rotina estressante do dia-a-dia.