



PLANEJAMENTO DE COMUNICAÇÃO

Coordenação: Jonas Gonçalves (Jornalista – MTb 48.872/SP)

***NOTA:** Este PDF contém apenas dois aspectos abordados no Planejamento de Comunicação original, tendo caráter meramente demonstrativo.*

1. PRESS KIT

O Press Kit é um conjunto de conteúdos que, somados, perfazem a comunicação institucional de uma empresa. O desenvolvimento de um Press Kit passa, necessariamente, pela inclusão dos seguintes itens:

- 1) Release impresso (1 ou 2 páginas);
- 2) CD-ROM com textos (releases) e fotos;
- 3) Folder;
- 4) Cartões de visita;
- 5) Item promocional personalizado (alusivo a um evento, por exemplo)

A confecção dos elementos mencionados acima deve ser feita explorando não apenas a marca da empresa, mas principalmente a oportunidade de fixar uma comunicação abrangente, com credibilidade.

Abaixo, seguem imagens ilustrativas dos itens que compõem o Press Kit:



Folder



Release impresso



CD-ROM



Cartão de visita



Item promocional (Flyer, convite etc.)

2. SITE

O site poderá reunir conteúdos diversos, como textos, fotos, vídeos, músicas, entre outros, que criariam uma interação com os visitantes. Com a utilização de ferramentas como animações e hotspots, é possível viabilizar um conceito contemporâneo e dinâmico de comunicação.



Além de conteúdos promocionais relacionados a eventos organizados pela **CenaVIP**, é interessante trabalhar com recursos como podcasts, entrevistas em vídeo, textos noticiosos sobre assuntos diretamente ligados ao segmento, entre outras modalidades.

Um podcast semanal, por exemplo, traria um programa com informações e músicas. Tal ferramenta atrairia interesse e aumentaria a audiência do site. Espaços exclusivos para patrocinadores, além de canais diretos nos quais o público poderia se manifestar, com elogios, críticas, dúvidas ou sugestões, estão entre outras possíveis alternativas.

O site é, possivelmente, a ferramenta de divulgação mais importante do planejamento previsto para a comunicação. Vale lembrar que a **CenaVIP** terá como referência principal a Internet. O público contará com este como fonte primária de informação a respeito dos eventos organizados pela empresa. Entretanto, a expectativa é consolidar a empresa nos outros meios em curto prazo, a fim de que a repercussão das iniciativas aumente consideravelmente.