
Memorial Descritivo

GESTÃO DE REDES SOCIAIS

1. OBJETO

Serviços de gerenciamento, por meio de empresa especializada em Comunicação, das redes sociais da SCGÁS, incluindo revisão da estratégia e posicionamento, planejamento, produção de conteúdo, abastecimento das páginas em diferentes plataformas, monitoramento, atendimento ao público, relacionamento e análise de resultados. Todos os serviços serão supervisionados de forma integral, pela SCGÁS – **Gerência de Marketing e Comunicação – GEMAC**.

2. FASES DO PROJETO E DETALHAMENTO DO TRABALHO

FASE 1 – Atividades relacionadas a estudo de mercado, revisão, avaliação e planejamento estratégico das redes sociais da SCGÁS. Parte dessa fase tem necessidade de continuidade conforme explicado nos tópicos abaixo. O documento deve conter as seguintes fases de estudo, a serem entregues em formato PDF, além da realização de uma apresentação para a Companhia:

- **1.1 Realizar uma análise inicial das publicações nas redes sociais da SCGÁS** – *Facebook, Instagram X, LinkedIn e YouTube*, para determinar quais formatos e conteúdos devem ser mantidos, ajustados ou aumentados em frequência. Esta análise incluirá um *benchmarking* para pesquisa e comparação das práticas de outras empresas no mercado de energia, concorrentes e distribuidoras de gás natural no Brasil e internacionalmente. Os dados obtidos serão utilizados para desenvolver novas estratégias e otimizar a presença da empresa nas redes sociais;
- **1.2 Realizar reunião inicial com a GEMAC** – para revisar e, caso seja definido como necessário, atualizar o manual de posicionamento e identidade visual da SCGÁS;
- **1.3 Desenvolvimento de um planejamento estratégico inicial** a partir das informações levantadas nos tópicos anteriores, incluindo os dados obtidos no *Benchmarking*. Esse planejamento deve ser revisado e, se necessário, atualizado periodicamente, junto ao cronograma de publicações, a partir de discussões em reuniões mensais com a GEMAC;

- 1.4 Com base no planejamento estabelecido, **desenvolver um cronograma inicial semestral de temas e produções que mais se encaixem nos objetivos da SCGÁS**, considerando sempre as análises realizadas mensalmente e as atualizações de funcionamento de cada rede social. Tal cronograma será atualizado semestralmente, junto às reuniões de planejamento citadas anteriormente e deve incluir também um calendário sazonal com previsão de publicações em datas comemorativas e especiais para a SCGÁS e seu mercado;
- 1.5 **É necessário que seja feita a entrega de um relatório ao início das atividades** (primeiro mês), e após cada ano de contrato.

FASE 2 – Gestão das redes e plataformas, considerando a estratégia, posicionamento, planejamento, execução, atualização, atendimento e monitoramento com mensuração de resultados, incluindo as seguintes atividades:

- 2.1 **Acompanhamento da equipe GEMAC** diretamente com os envolvidos no projeto para promover a integração de trabalho e conhecimento das atividades. Este acompanhamento deverá realizado com encontros presenciais, de 2 (duas) a 3 (três) vezes por semana, sendo 4 horas por dia;
- 2.2 **Produção de conteúdo personalizado** para cada plataforma adotada pela SCGÁS, conforme o público-alvo e os objetivos a serem alcançados. Trabalho inclui pauta, reportagem, entrevista e outros meios para a apuração de informações. Contempla também a elaboração de textos adaptados a cada mídia e formato de publicação, como legendas para posts, matérias ou releases para repercussão online, roteiro para vídeos e chamadas para campanhas;
- 2.3 **Produção de peças gráficas**, incluindo cards para posts, ilustrações, GIFs, entre outras;
- 2.4 **Produção de fotos e vídeos**, incluindo acompanhamento ou cobertura de obras, eventos e demais atividades da SCGÁS na Região da Grande Florianópolis. Captação de imagens com produção e ambientação, gravação de entrevistas, além de tratamento de imagem (foto), edição e finalização de vídeos adaptados aos diversos formatos de publicação;
- 2.5 **Contratação e administração de ferramentas de gestão de redes sociais**, que permitam programar e acompanhar a repercussão de posts, emitir relatórios qualitativos e

quantitativos sobre os resultados alcançados pelos conteúdos propostos e pelas menções e citações sobre a SCGÁS e assuntos relacionados ao seu mercado de atuação;

- **2.6 Criação e manutenção de cronograma mensal de postagens**, a ser apresentado nas reuniões mensais estabelecidas no tópico 1.3 com até 10 dias de antecedência para a aprovação da SCGÁS; incluindo distribuição de temas por editorias previamente definidas no Planejamento de Redes Sociais. A empresa será responsável por produzir, aprovar e publicar de 3 (três) a 5 (cinco) postagens semanais no feed do Instagram, Facebook X, e LinkedIn, incluindo de 2 (dois) a 4 (quatro) reels por mês no Instagram e Facebook. Além disso, deve elaborar e atualizar stories conforme necessidade e periodicidade estipulada em conjunto com a GEMAC e incluir na pauta, de forma imediata, ao longo da semana, assuntos factuais que necessitem de divulgação e repercussão nas mídias. Nas demais plataformas a serem adotadas, o volume de postagem deverá ser definido em planejamento prévio, com estratégia própria. Os temas e briefings devem ser apresentados no cronograma mensal para validação da Companhia e as peças aprovadas pela gerência, com até 3 (três) dias de antecedência à data de postagem. Em caso de publicações factuais, o alinhamento será determinado conforme a urgência da demanda.
- **2.7 Monitoramento 24 (vinte e quatro) horas da presença digital**, avaliando percepção e comportamento dos internautas por meio de comentários, notificações e outras interações nas redes sociais incluindo as ações de atendimento e resposta;
- **2.8 Atendimento autônomo às demandas geradas nas redes sociais**, com a devida orientação e alinhamento da SCGÁS. Um profissional ficará responsável por trabalhar o relacionamento do cliente com seu público a partir de respostas previamente apuradas e elaboração de estratégias para aproximar e criar um vínculo positivo a partir de cada interação. O trabalho requer atualização constante com os diversos departamentos e fontes responsáveis por diferentes informações na SCGÁS;
- **2.9 Gestão de crise**, incluindo a disponibilidade 24 (vinte e quatro) horas para execução de tarefas emergenciais, como produção de peças gráficas, elaboração de textos e comunicados, discussão de estratégias junto à SCGÁS e atendimento das demandas do público surgidas via redes sociais sempre considerando os Planos de Comunicação e Contingência da empresa;

- **2.10 Criação de campanhas especiais considerando datas comemorativas**, momentos do setor de energia, ações de prevenção de crise, guerrilha comercial e estratégias institucionais, conforme orientação da SCGÁS (entre duas a cinco campanhas por ano, a serem planejadas em conjunto com a agência de publicidade da SCGÁS);
- **2.11 Planejamento para impulsionar conteúdos patrocinados nas diversas plataformas**, como Facebook, Instagram, LinkedIn, Google Ads, Waze e Gerenciagram. Inclui a construção e adaptação das campanhas para cada mídia com definição de personas, da abrangência, valores destinados, mídias selecionadas e formatos ideias; (em alinhamento conjunto com a agência de publicidade contratada pela SCGÁS e/ou com a GEMAC).

3. ENTREGAS EXIGIDAS

Entrega 1 – inicial e anual – Estudos e planejamento das redes sociais

Realizado ao longo do primeiro mês de trabalho e atualizado a cada 12 meses. A entrega será por meio de um relatório diagramado em formato PDF (com prévia para impressão), detalhando os estudos realizados, as metodologias utilizadas, resultados do *benchmarking* de mercado no setor de gás natural e *cases* de empresas em geral que sejam referência em comunicação nas redes sociais. O documento também deve apresentar um diagnóstico sobre a SCGÁS, definição com justificativa e embasamento sobre formatos de publicações, plataformas mais indicadas, orientação para o planejamento e execução das ações, de forma detalhada, assim como o posicionamento estratégico que a empresa irá adotar no relacionamento pelas redes sociais, incluindo definição de personas, *deck voice* e outras ferramentas, conforme detalhado no item 2 (Fases do Projeto).

O material também deve ser apresentado em uma reunião presencial com a GEMAC e demais gestores da empresa convidados;

Entrega 2 – mensal - cronograma de publicação, detalhando *briefing* estratégico de cada *post* previsto ao longo do mês, formatos a serem utilizados, datas de postagens, editorias e plataformas adotadas em cada tema;

Entrega 3 – semestral – cronograma de temas previamente apurados que mais se encaixem nos objetivos da SCGÁS, considerando sempre as análises realizadas mensalmente e as

atualizações de funcionamento de cada rede social. Esse cronograma será atualizado semestralmente junto às reuniões de planejamento citadas anteriormente e deve incluir também um calendário sazonal com previsão de publicações em datas comemorativas e especiais para a SCGÁS e seu mercado. O objetivo dele é se antecipar previamente aos temas e produções mais importantes do semestre, portanto não será um cronograma detalhado de publicações como o cronograma mensal;

Entrega 4 – mensal - Relatório de Redes Sociais, com avaliação e mensuração dos resultados alcançados pelas ações do mês anterior, métricas e comparações por períodos específicos em cada plataforma utilizada, análise sobre erros e acertos, sugestões de aprimoramento e destaques de cada mês. Material deve ser entregue em formato PDF diagramado de forma visualmente atrativa e didática, com o objetivo de ser uma prestação de contas aos gestores e Diretores da SCGÁS;

Entrega 5 – Realização de reunião mensal presencial, na sede da SCGÁS, para alinhamento de estratégias, avaliação de resultados e definição de ações em conjunto.

4. LOCAL DE PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS E INFORMAÇÕES ESPECÍFICAS

- As reuniões presenciais periódicas acontecerão na sede da SCGÁS, em Florianópolis (SC);
- As reuniões com toda a equipe da contratada e da GEMAC serão mensais, para avaliação de resultados e alinhamento do próximo ciclo;
- Semanalmente, o coordenador ou os jornalistas contratados poderão ter reuniões internas com o gestor da área, para a atualização de pautas e demandas factuais;
- A qualquer momento, os membros da equipe contratada podem ser acionados para reuniões (presenciais ou virtuais), para ajustes de estratégias, definições de novas demandas ou gerenciamento de crises que envolvam a imagem institucional da Companhia.
- Todas as atividades do projeto serão prestadas pela empresa contratada, na sua sede e/ou em *home office*, com exceção dos profissionais jornalistas / Social Media que deverão prestar serviços na SCGÁS, entre 2 (duas) a 3 (três) vezes na semana, sendo 4 (quatro) horas por dia com equipamento próprio, em horário comercial de funcionamento da SCGÁS (das 8 às 12 e das 13:10 às 17:30 horas);
- O serviço deve contemplar 1 (uma) visita por ano em cada Base Operacional (nas cidades de Joinville, Blumenau, Biguaçu e Criciúma) e Posto Avançado da SCGÁS (na cidade de Lages).

5. PAGAMENTO DOS SERVIÇOS E DEMAIS INFORMAÇÕES

- Os pagamentos dos serviços contratados serão mensais, mediante a apresentação de nota fiscal, documentos de regularidade fiscal exigidos no contrato e relatório das atividades realizadas no mês anterior;
- Portanto, o valor total do contrato após o processo de contratação será o resultado de 12 (doze) vezes o valor mensal dos serviços.
- Em relação aos deslocamentos da empresa contratada para a Sede da SCGÁS e Bases de Operação e Posto Avançado, todas as despesas de deslocamento, alimentação, hospedagens, e demais despesas correlatas, correrão exclusivamente por conta da empresa contratada.

Florianópolis/SC, 31 de julho de 2024.

Adriana da Silva Ramos
Gerente de Marketing e Comunicação