PLANO DE COMUNICAÇÃO

FASIG

Faculdade de Ciências da Saúde IGESP

O segmento de educação no Brasil está passando, atualmente, por uma das mudanças mais significativas ocorridas nas últimas décadas, principalmente no que diz respeito ao modelo de aprendizagem e na forma de comunicação com seus públicos. A grande quantidade de Instituições de Ensino, o crescimento da modalidade à distância, a facilidade e diversidade das informações, os dispositivos móveis e mudança de comportamento da geração Z, tem aumentado significativamente a importância os processos de comunicação da Instituições de Ensino Superior.

Frente a este contexto, o grande desafio é criar uma identidade com os públicos alvos, através de uma comunicação eficiente e baseada em disponibilização de informação e conteúdos.

O plano estratégico de comunicação tem o objetivo de construir e fortalecer o posicionamento da marca FASIG - Faculdade de Ciências da Saúde IGESP, buscando aproximá-la de seus públicos-alvo, entendendo as características desse mercado, identificando as necessidades e expectativas de alunos, professores, parceiros e comunidade. Através do planejamento de comunicação visamos encontrar uma proposta de valor que onde ela mostre como irá atender a cada um desses públicos melhor do que seus concorrentes.

PLANO DE AÇÃO

No plano de ação, a parte tática do plano de comunicação, definimos os recursos, os responsáveis, meios de execução e os indicadores de resultados, que guiarão todas as etapas do trabalho para que o plano seja desenvolvido como planejado.

Foram definidas as estratégias de posicionamento, diferenciais, mensagens-chave, temas e canais prioritários, além das métricas que deverão demonstrar como a comunicação dará suporte aos objetivos e à estratégia de negócios da instituição.

Para a efetividade do plano de comunicação desenvolvemos dois importantes manuais de orientação para uso da marca FASIG em materiais internos e externos, o Manual de Identidade da Marca e o Manual de Utilização, onde estão descritas as regras para publicação da marca.

MANUAL DE IDENTIDADE

APRESENTAÇÃO

Este manual de identidade visual é um guia para correta aplicação do logotipo da Faculdade FASIG. Nele estão expostos os conceitos para criar uma normatização de escala cromática, fontes gráficas e dimensões.

Sem o manual de identidade visual o logotipo fica sem referência, assim como a FASIG, uma vez que ele expressa sua marca. Ou seja, a Faculdade pode perder sua característica caso o logo seja aplicado de uma forma que o altere.

Faça bom uso e preserve a marca da **Faculdade FASIG**.

ORIENTAÇÕES IMPORTANTES

O Departamento de Marketing, cumprindo seu dever de zelar pela imagem e identidade da nossa faculdade, trabalha em conjunto com os demais setores no desenvolvimento e produção dos materiais que levam a logomarca FASIG.

Por isso orientamos que antes de finalizarem qualquer material, encaminhem seus modelos para revisão de impressão através do e-mail: marketing@fasig.com.br, que teremos um grande prazer em atendê-los.

A construção de uma marca de sucesso é compromisso e responsabilidade de todos.

REPRODUÇÃO

Duas Cores

FASIG
Faculdade de Ciências da Saúde IGESP

R 181 G 25 B 30
C 10 M 100 Y 100 K 20
Pantone 1807 C

R 132 G 134 B 136
K 60
Pantone 179-9 C

R 169 G 171 B 174
K 40
Pantone 179-6 C

R 210 G 211 B 213
K 20
Pantone 179-3 C

Uma Cor Positiva

FASIG
Faculdade de Ciências da Saúde IGESP

R 35 G 31 B 32
K 100
Pantone Process Black C

Uma Cor Negativa

FASIG
Faculdade de Ciências da Saúde IGESP

R 35 G 31 B 32
K 100
Pantone Process Black C

TAMANHO MÍNIMO DA ASSINATURA

FASIG 10mm

ÁREA DE SEGURANÇA

APLICAÇÕES INCORRETAS

ASSINATURA

CONSTRUÇÃO

Manual de Utilização

Redes SOCIAIS

facebook.

Atualmente a FASIG possui uma página no Facebook gerenciada pelo departamento de marketing, portanto quaisquer publicações que por ventura sejam feitas em seu nome na web sem prévia autorização, podem ser caracterizadas como fraude, passível de punição. As mesmas regras servem para outras redes sociais oficiais da FASIG que serão criadas futuramente.

O principal objetivo da FASIG em redes sociais é fomentar o diálogo transparente e construtivo, mantendo sempre o respeito entre todos os usuários. Para que os canais sejam úteis para todos, é necessário respeitar algumas regras básicas.

IMPRENSA

veículos de comunicação em geral

É vedado aos colaboradores falar, em nome da FASIG, com qualquer meio de comunicação e veículo de imprensa, dentro e fora da jornada de trabalho, sem prévia autorização e orientação do departamento de marketing.

Caso um colaborador receba alguma solicitação de informações ou esclarecimentos por parte da imprensa (todos os tipos de mídia, on e off line), deverá informar ao solicitante que esse tipo de solicitação é atendido exclusivamente pela equipe de assessoria de imprensa ligada ao departamento de marketing e portanto, o colaborador deverá seguir a rotina abaixo:

- Em caso de ligação, transferir para o departamento de Marketing;
- Na ausência do profissional do setor de Marketing, transferir a ligação para o departamento de Ouvidoria.
- Na ausência de ambos, anotar o nome do jornalista ou contato, o telefone e o nome do veículo de comunicação e, imediatamente, enviar um e-mail para marketing@fasig.com.br com cópia para ouvidoria@fasig.com.br;
- Se o contato for por meio eletrônico, direcionar imediatamente o e-mail para marketing@fasig.com.br com cópia para o endereço ouvidoria@fasig.com.br;
- Em caso de solicitação de contato ou entrevista com a reitoria e/ou diretoria e corpo docente da faculdade, o colaborador deverá recusar-se de prestar qualquer informação à respeito e encaminhar o contato diretamente para o setor de marketing para avaliação e providências.
- Em quaisquer das situações acima, o colaborador deverá avisar o setor de marketing também por meio do celular corporativo da diretoria de marketing.

A violação desta política poderá ser considerada como infração grave, sujeita a penalidades a serem deliberadas, caso a caso, pela diretoria de Marketing e Reitoria, bem como sujeita a eventuais medidas judiciais cabíveis por quem quer que tenha sido prejudicado, em caso de dano moral ou dano à imagem decorrente de informação veiculada não autorizada.

Aplicando a
MARCA

Assinatura

Construção

Aplicando a
MARCA

Reprodução

Duas Cores

R 181 G 25 B 30
C 10 M 100 Y 100 K 20
Pantone 1807 C

R 132 G 134 B 136
K 60
Pantone 179-9 C

R 169 G 171 B 174
K 40
Pantone 179-6 C

R 210 G 211 B 213
K 20
Pantone 179-3 C

Preto e Branco

R 35 G 31 B 32
K 100
Pantone Process
Black C

Negativo

R 35 G 31 B 32
K 100
Pantone Process
Black C

Seguindo as diretrizes estabelecidas no Plano de Desenvolvimento Institucional, trabalharemos com duas matrizes de comunicação que atenderão respectivamente aos públicos externo e interno, utilizando-se dos meios on e offline para levar o conhecimento da nova marca FASIG ao grande público e estreitar o relacionamento com os demais players.

E-mail Marketing
SMS
Call Center
Plataformas de Atendimento
Manuais

Portal Eletrônico Institucional
Material Promocional
Eventos
Midias On e Offline
Ouvidoria

E-mail corporativo
Boletim Informativo
Intranet
Comunicados
Atos normativos

RESUMO DAS AÇÕES QUE SERÃO DESENVOLVIDAS PARA OS PÚBLICOS EXTERNO E INTERNO

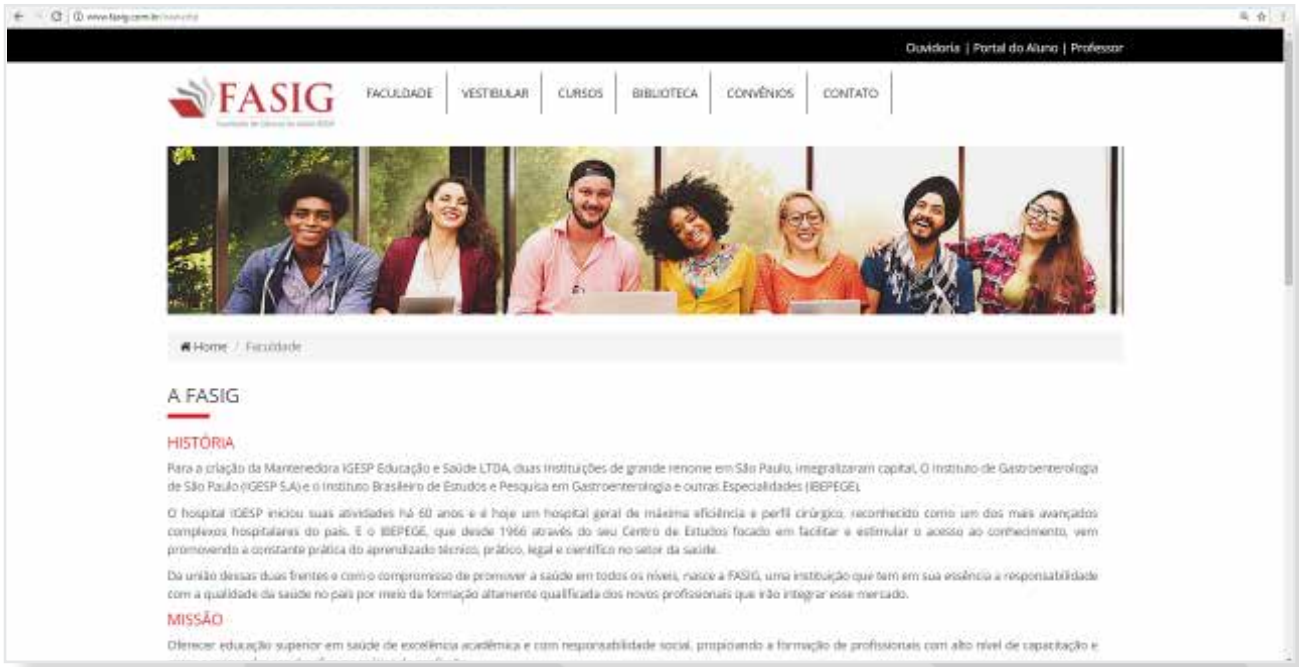
1) LANÇAMENTO DO PORTAL ELETRÔNICO INSTITUCIONAL

O site institucional é o cartão de visitas digital da instituição. Ele tem o objetivo de divulgar todas as informações da empresa para informar ao público sobre produtos, serviços, missão, além de divulgar documentos, manuais, regulamentos, atos normativos, calendário acadêmico, notícias sobre eventos acadêmicos e matérias com assuntos relevantes para os públicos internos e externos, atuando como principal canal de exposição visando a transparência e o cumprimento das determinações do MEC.

A partir do Portal institucional iremos construir nossa credibilidade e reputação junto aos públicos de interesse.

Imagens do portal

Imagens do portal



2) E-MAIL MARKETING E BOLETINS

Como ferramenta de consolidação do relacionamento com o público externo utilizaremos e-mail marketing e boletins informativos para divulgar as novidades da instituição e informações relevantes do setor.

3) MATERIAL PUBLICITÁRIO

Permanentemente teremos uma equipe de profissionais trabalhando no desenvolvimento de peças de comunicação que envolvem a produção de material promocional: cartazes, banners e folhetos.

4) MÍDIAS ONLINE: GOOGLE, UOL, FACEBOOK, ETC.

Investiremos em ações digitais que permitam promover a marca FASIG de forma abrangente, rápida e em convergência com os interesses do público escolhido, identificados pelos campos de pesquisa que eles utilizam na Web através da escolha das palavras-chave certas para atrair cada público. Utilizando campanhas AdWords (Landing Pages), SEO Marketing, Redes Sociais, FacebookAds, abriremos uma porta para o Portal ou Landing Pages, gerando tráfego constante e atraindo visitantes mais preparados para a compra.

Estamos preparados para gerenciar a presença online da marca levando em conta o alcance das publicações, quantidade de visualizações, reação e interação do público sempre focados na mensuração do impacto dessas variantes na reputação da marca.

ENFERMAGEM

As metas serão estabelecidas em três dimensões:

•Visibilidade (alcance): quantos estão nos vendo, qual o grau efetivo (e potencial) de disseminação do conteúdo publicados em um certo perfil.

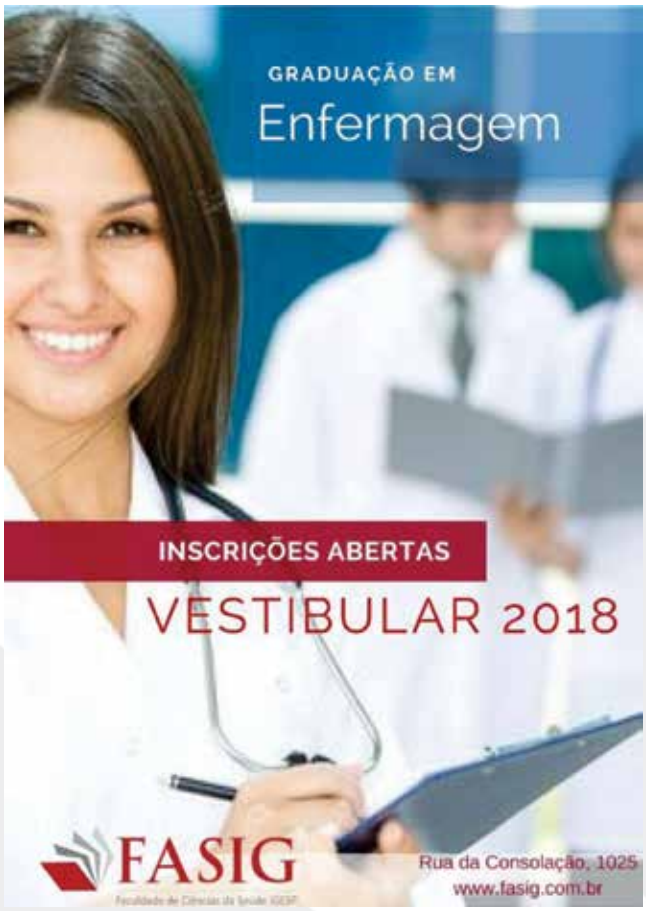
•Influência: quem está nos vendo, qual o grau de atenção e mobilização que um determinado perfil pode gerar em outros.

•Engajamento: que uso fazem do que está sendo visto, qual o grau de participação e envolvimento de determinado perfil em relação a um conteúdo publicado.

FASIG - Faculdade de Ciências da Saúde IGESP
Página
Caixa de entrada
Notificações
Informações
Ferramentas de publicação
Configurações
Ajuda
FASIG - Faculdade de Ciências da Saúde IGESP
@faculdadeFASIG
Página inicial
Publicações
Avaliações
Ver mais
Promover
Gerenciar promoções
Curtir
Seguir
Compartilhar
+ Adicionar um botão
Bem-vinda à sua nova Página
Conhece amigos que podem curtir sua Página?
Convidar
Convidar

Início
Pesquisar
Minha rede
Vagas
Mensagens
Notificações
Eu
Learning
Experimente Premium grátis
Soluções
Atualizações
Visão geral
Análise
Notificações
Ferramentas administrativas
FASIG - Faculdade de Ciências da Saúde IGESP
Admin view
Go to member view
Atualizar imagem de capa
FASIG - Faculdade de Ciências da Saúde IGESP
Ensino superior • São Paulo, SP
1 funcionário no LinkedIn
Seguir
Visualizar vagas
Visão geral
Vagas
Atraia candidatos qualificados divulgando vagas na sua empresa.
Dia a dia
Destaque a cultura da sua empresa com as LinkedIn Career Pages.
Mensagens

5) MÍDIAS OFFLINE: TV, RÁDIO, JORNAIS, REVISTAS ENTRE OUTRAS



6) PLATAFORMAS DE ATENDIMENTO: TELEFONE, CHAT E OUVIDORIA

FASIG

FORMULÁRIO DE CONTATO OUVIDORIA

NOME

Escolha seu perfil

☐ Aluno ☐ Ex-aluno ☐ Colaborador ☐ Professor ☐ Responsável
☐ Outro

Selecione o tipo de contato

☐ Elogio ☐ Sugestão ☐ Informação ☐ Reclamação ☐ Denúncia

Indique assunto/área

☐ Secretaria Acadêmica ☐ Financeiro/boletos ☐ Processo Seletivo
☐ Atendimento Professor ☐ Atendimento Geral ☐ Infraestrutura

Como você prefere ser contatado? ☐ Telefone: _____
☐ E-mail: _____

Mensagem:

7) QUADRO DE AVISO

8) MANUAIS, ATOS NORMATIVOS

FASIG
Faculdade de Ciências da Saúde IGESP

PLANEJAMENTO DE COMUNICAÇÃO

Departamento: Diretoria de Marketing | **Ano:** 2017 | **Pág:** 01

Estratégia		Resultado esperado	Ação	Parceria	Prazo Início
Comunicação institucional	Portal Corporativo	Posicionamento de Mercado e Cumprimento das Normativas do MEC	Criação de lay out e aplicativos	Gerências técnicas	Outubro
			Gestão de conteúdo a ser publicado no site		
			Definir rotinas de atualização de conteúdo		
	Desenvolvimento de Material Promocional	Divulgação da Marca	Desenvolver folder institucional e demais peças de publicidade (banner, flyers, cartazes,etc) para apresentação da Faculdade aos públicos: *Aluno, Professor, Comunidade, Parceiros*	Gerência Geral	Novembro
			Criar um modelo padrão para: - Envio de e-mail marketing - Boletins Informativos - Comunicados Internos		
	Criação do Setor de ouvidoria	Monitoramento dos dados de "satisfação do cliente" objetivando a implementação de ações corretivas no processo de atendimento	Definir rotinas	Reitoria e Gerência Geral	Setembro
			Criação Manual e Regulamento		
			Geração de Relatórios analíticos		
Ações de Captação e Relacionamento		Promover o engajamento dos públicos com a marca FASIG gerando audiência e interesse de compra	Estabelecer presença online através das principais Redes Sociais, Facebook e Linkedin	Marketing	Novembro
	Campanhas Digitais	Atrair clientes e gerar demanda p/ novos cursos	Desenvolver campanhas digitais por meio das ferramentas Google AdWords e FacebookAds aumentando a cobertura nas operações de busca por palavras-chaves		
	Campanhas de Ativação	Despertar interesse e atrair futuros alunos para a instituição	Desenvolver campanhas de ativação/promoção da marca FASIG junto a instituições de ensino médio e ensino técnico profissionalizante	Comercial	Novembro/ Dezembro

FASIG
Faculdade de Ciências da Saúde IGESP

PLANEJAMENTO DE COMUNICAÇÃO

Departamento: Diretoria de Marketing | **Ano:** 2018 | **Pág:** 02

Estratégia		Resultado esperado	Ação	Parceria	Prazo Início
Comunicação institucional	Portal Corporativo	Sustentação Posicionamento de Mercado	Ampliação de conteúdo para a criação de novos cursos de Graduação, Pós Graduação e Extensão	Reitoria	Janeiro
	Implementação de ações de Assessoria de Imprensa	Gerar autoridade para a marca FASIG e garantir o posicionamento de mercado estabelecido no Plano de Desenvolvimento Institucional	Criar um comitê de imprensa que se reúna mensal ou quinzenalmente para definição da pauta de notícias	Reitoria e Coordenação	Janeiro
			Realizar trabalho de clipping (interno ou terceirizado)		
			Definir estratégia de gerenciamento de crise		
Campanha de sustentação	Desenvolver plano de mídia offline	Ampliar índice de reconhecimento junto aos diversos públicos e gerar interesse de consumo	Definir verba a ser empregada para veiculação de anúncios nos meios TV, rádio, jornais e revistas	Reitoria	Janeiro

FASIG

Faculdade de Ciências da Saúde IGESP

11 3444-4000

Rua da Consolação, 1025 - São Paulo/SP

VERSÃO 01 - AGOSTO / 2017