



## **Plano de Comunicação da Sociedade Espírita Fraternidade/Remanso Fraterno**

### **Objetivo**

O Plano de Comunicação da Sociedade Espírita Fraternidade/Remanso Fraterno, pretende promover o alinhamento das ações de comunicação aos processos de planejamento e gestão estratégica.

Pretende, ainda, no âmbito das informações estratégicas, facilitar a participação dos associados e colaboradores na construção dos rumos da organização (comunicação interna).

No âmbito da causa, facilitar a divulgação da doutrina espírita, dos seus valores, do trabalho social da Organização, da transparência e na mobilização dos públicos externo e interno, revelando o propósito e a credibilidade da organização, atraindo doadores, associados e voluntários.

São seus objetivos específicos:

Divulgar o entendimento sobre os direcionadores estratégicos da Sociedade Espírita Fraternidade/Remanso Fraterno – Missão, Visão e Valores – e a metodologia estratégica adotada pela Organização;

Implementar e divulgar, para o público destinatário, a Doutrina Espírita, atividades doutrinárias da casa e os livros do assunto;

Divulgar as atividades do Remanso Fraterno: da área de Educação e Assistência social, procedimentos de acompanhamento dos projetos da Organização;

Divulgar sistematicamente os resultados obtidos, tais como os benefícios alcançados na transformação das vidas das crianças, adolescentes, através da Educação e do atendimento às famílias; divulgar também a prestação de contas das doações e investidores; gerar confiança e credibilidade.

Implementar e divulgar as campanhas de doação para os projetos da Organização visando as pessoas físicas e jurídicas da Sociedade Civil;



Construir uma rede de informações entre as instituições que desempenhem trabalho na mesma área.

### **Público**

Sociedade civil (pessoa física e jurídica) e pessoas ligadas a doutrina espírita

### **Mensagem**

A Sociedade Espírita Fraternidade/Remanso Fraterno tem como causa a promoção da educação moral e intelectual do indivíduo, com base na filosofia Espírita, empreendendo ações sociais.

Para tanto, elegemos como prioridade: a divulgação da filosofia espírita como transformadora dos valores morais; as ações de educação intelectual, formal e laica como transformadoras do indivíduo na sociedade; atividades no âmbito da proteção social básica baseadas na Assistência Social.

Acreditamos no poder da Educação como elemento transformador da realidade e da sociedade.

### **Estratégia**

Para dar conta do enorme desafio da auto sustentabilidade e divulgação de ideias, é necessário incorporar estratégias e ferramentas para divulgar a causa e as ações sociais da Organização.

Portanto o público interno e externo, as informações são disponibilizadas nas REDES SOCIAIS (Whatsapp, facebook, Instagram, sites, e-mail) potencializando troca de informação rápida, eficaz e atualizável, em curto intervalo de tempo e baixa aplicação de recursos. As informações e vídeos institucionais ficam disponíveis no Canal do Youtube.

A Organização mantém cadastros de pessoas de acordo com os interesses apresentados por elas, facilitando a comunicação Institucional e seus diversos trabalhos.

São utilizadas, também, formas tradicionais de divulgação, de modo a ampliar o acesso à informação sobre as intenções e o monitoramento dos resultados alcançados.



## **Avaliação**

Ao definir os objetivos e metas é possível:

1. estabelecer indicadores;
2. analisar o histórico de dados;
3. Utilizar ferramentas de medição;
4. Monitorar periodicamente os dados;
5. Elaborar relatórios.

Com Indicadores avalia-se:

1. O retorno sobre o Investimento;
2. O nível de satisfação dos stakeholders;
3. A Contribuição para tomar decisões mais ágeis e assertiva;
4. Ajuda a identificar possíveis falhas na comunicação.

Cada canal digital – Facebook, Instagram, Youtube, organiza as métricas que facilitam a visualização e mensuração dos resultados:

1. O investimento necessário para cada plataforma;
2. Qual tipo de público é atingido;
3. O quão preparado um usuário está para se tornar um potencial cliente
4. Qual o retorno esperado da Organização naquele canal.

Sendo possível avaliar o retorno de cada uma delas.