



nic.br

Núcleo de Informação
e Coordenação do
Ponto BR

cgib.br

Comitê Gestor da
Internet no Brasil

registro.br cert.br cetic.br ceptro.br ceweb.br ix.br

Uso de mídias para divulgação do CGI.br e do NIC.br

Assessoria de Comunicação

nic.br

ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO CONTEXTUALIZAÇÃO

- Comunicação institucional externa do CGI.br e NIC.br e interna do NIC.br.
- Trabalho em conjunto com uma Assessoria de Comunicação Externa contratada – Weber Shandwick:
 - Assessoria de Imprensa e formadores de opinião
 - Produção de textos para postagens em redes sociais / Monitoramento
 - Projetos e Campanhas extras – conforme demanda
- Ações de comunicação externa pensadas de forma estratégica e integrada: divulgação por meio de sítios, assessoria de imprensa, redes sociais, eventos e materiais impressos e digitais.

- Equipe NIC.br – 14 profissionais: Comunicação Externa: 3 / Comunicação Interna: 1 / Eventos: 5 / Design Gráfico e Digital: 3 / Apoio Operacional: 1 / Gerente.
- Equipe Weber – 3 profissionais: 1 Atendimento Exclusivo / 1 Diretor de conta / 1 profissional de Redes Sociais (não dedicado)

USO DE MÍDIAS DIVULGAÇÃO CGI.BR E NIC.BR

Divulgação se baseia em:

CGI.br

replicar informações constantes em atas, resoluções, notas e *releases* pré-formulados pelo pleno com suporte da Assessoria ao CGI.br, que são disponibilizados simultaneamente no sítio do CGI.br.

Há o cuidado em só se publicar o que foi consenso no pleno.

NIC.br

dar publicidade às ações e projetos de todas as áreas da entidade.

ASSESSORIA DE IMPRENSA E FORMADORES DE OPINIÃO

Mídias: Jornais, Revistas, TVs, Rádios, Sites de Notícias e Blogs

Objetivo: conseguir espaços de divulgação nos diversos veículos e da imprensa geral.

Premissa básica: Oferecer divulgação de conteúdos de forma ampla e democrática, usando por vezes de “coletivas de imprensa”, trabalhadas em formato *on-line*, propiciando um alcance nacional mais adequado. **Não oferecemos conteúdos exclusivos para determinado veículo ou profissional de mídia.**

Distribuição: para base de potenciais interessados no tema (*mailing* Assessoria Externa) + Lista de Anúncios (cadastro pelo site do NIC.br) + Publicação do *release* + Publicação da notícia (*clipping*).

Conteúdo das divulgações:

Ponto principal: ter perfil noticioso

CGI.br: posicionamentos do CGI.br por “resoluções” ou “notas técnicas”, entre outros assuntos que ficarão públicos no sítio da entidade.

NIC.br: atividades e ações como lançamento de pesquisas, estatísticas, relatórios, estudos setoriais, publicações, projetos, novos domínios e funcionalidades no sistema do registro.br, efemérides, eventos promovidos pelo NIC.br e CGI.br.

Anúncios/Publicidade

Ocorrem por meio de **apoio ou parcerias com publicações**, realizadas muitas vezes na oportunidade de eventos promovidos.

-Revistas especializadas.

Exemplo: Revista RTI – parceria fruto de uma série de eventos do Ceptro.br|NIC.br

Não temos como prática investirmos em anúncios pagos em publicações e sites.

Revista .br

Anúncios exclusivos de ações e projetos do NIC.br e CGI.br

Produzida pela equipe de Comunicação NIC.br com Editor e equipe de jornalistas contratados.

Conselho Editorial – curadoria e aprovação dos conteúdos

A produção dos anúncios – textos + arte – é feita internamente.

REDES SOCIAIS GESTÃO

Objetivo: ‘conversar’ diretamente com os públicos de interesse e tornar as ações e atividades + conhecidas, alcançando públicos diversos.

Modelo de trabalho: postagens programadas e de oportunidades, monitoramento e atendimento dos canais institucionais no: Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn, Telegram, YouTube e Flickr.

CGI.br – Perfil Facebook – postagens programadas com base no que é publicado no sítio da entidade.

NIC.br – Perfis em todos os canais listados, cada um tratado de acordo com sua especificidade e alcance, considerando produção multimídia (imagens, gifs, vídeos)

Perfis e Seguidores

Rede social	Seguidores	Link
Facebook (CGI.br)	10.982	www.facebook.com/cgi.br
Facebook (NIC.br)	12.582	www.facebook.com/nic.br
Twitter (NIC.br)	11.800	www.twitter.com/comunicbr
Instagram (NIC.br)	4.131	www.instagram.com/nicbr/
LinkedIn (NIC.br)	23.042	www.linkedin.com/company/nic-br/
YouTube (NIC.br)	47.200 inscritos	www.youtube.com/nicbrvideos
Telegram (NIC.br)	1.448 inscritos	www.telegram.me/nicbr/

IMPULSIONAMENTOS

Focados em promover:

- Conteúdos de **eventos** produzidos pelo CGI.br e NIC.br, **quando esses não estão gerando o volume esperado de inscrições;**
- Conteúdo de **extrema relevância**, como foi o caso da promoção de **práticas de segurança da Internet nesse período de pandemia;** e
- conteúdo que **promova o .br** em ações pontuais, como quando se lançou o recurso de redirecionamento.

Aportes Pontuais

limitados em R\$2.000,00/mês para o total de várias campanhas simultâneas

EVENTOS

Utilizados para divulgação de várias de nossas ações e projetos – considerado como um tipo de mídia.

Patrocínios NIC.br – até R\$20.000,00 / mês – foco: eventos com o objetivo de discutir **temas relevantes para o desenvolvimento da Internet no país**, e/ou antinjam públicos que são potencialmente interessados em **registrar domínios .br** ou podem influenciar esse registro.

Patrocínios CGI.br - relação com os organizadores dos eventos patrocinados procurando atender a todos os benefícios definidos nas cotas de patrocínio adquiridas.

Benefícios que nos permitem uma **promoção mais efetiva** são:

- possibilitam distribuição de materiais como folhetos, guias, cartilhas etc.
- transmissão de vídeos institucionais;
- Palestras, Cursos; e
- participação em estandes (quando pré planejados para que se tenha presença efetiva)

DESTAQUES EM NÚMEROS ALGUNS DADOS DE 2020

DE JANEIRO A JUNHO – 1º SEMESTRE

-**8.224 menções** sobre CGI.br, NIC.br e seus Centros nas **redes sociais e na Internet**;

-**3.372 notícias** clipadas;

-**107 entrevistas** atendidas, **19 releases**, **5 notas** e **8 sugestões de pautas** produzidas;

- Mais de **110 novos vídeos** inseridos no canal do NIC.br no YouTube com mais de **4.950 novos inscritos** nesse canal **no semestre**. Somando todas as transmissões só no mês de Junho, tivemos cerca de **8 mil visualizações**.

- **7.777 pessoas** alcançadas no **LinkedIn** em apenas 3 dias (28 a 31/3) de campanha patrocinada sobre recomendações de segurança no contexto da Covid-19 - #InternetSeguraCoronavirus; Campanha patrocinada também no Facebook/Instagram.

-Condução de **13 eventos presenciais** atingindo um público de **2.231 pessoas** e **8 eventos on-line** atingindo um público de **6.549 pessoas** (pico)

DE JULHO A OUTUBRO

- Capturadas **5.133 menções** sobre o CGI.br, NIC.br e seus Centros, nas redes sociais e na Internet, e **2.149 notícias** clipadas;
- **54 entrevistas** atendidas; **24 releases**, **12 sugestões de pauta** e **3 notas** produzidas;
- **65 vídeos** inseridos no canal do NIC.br no **YouTube** com mais de **5,9 mil novos inscritos**;
- Condução de **27 eventos on-line** no período, com alcance de **18.844 participantes** (período de julho a setembro) (somando os picos de audiência de todos os eventos).

Obrigada

www.nic.br

 caroline@nic.br

27 de novembro de 2020

nic.br **cgi.br**

www.nic.br | www.cgi.br