PLANO DE COMUNICAÇÃO
INSTITUTO SHEKINAH BETIM

1. OBJETIVO GERAL

Fortalecer a comunicação da instituição de forma clara, simples e acessível, para que mais pessoas conheçam, entendam e se envolvam com os trabalhos realizados. O objetivo é mostrar, de forma verdadeira e transparente, o impacto dos projetos realizados

Além disso, buscar aproximação da comunidade, incentivar a participação de voluntários, aumentar o número de doadores e fortalecer parcerias com empresas e órgãos públicos. A comunicação deve ajudar a instituição a crescer, ganhar confiança da sociedade e ampliar o atendimento às famílias que mais precisam.

Esse plano também tem como foco organizar melhor a divulgação das ações, garantindo que todas as atividades realizadas sejam compartilhadas de forma contínua, valorizando o trabalho da instituição e gerando mais apoio para dar continuidade aos projetos, como educação infantil, serviço de convivência e do projeto Pé de Mostarda, que realiza a entrega de alimentos para famílias em situação de vulnerabilidade.

2. PÚBLICO-ALVO

Primeiro:

- Famílias atendidas (educação infantil e serviço de convivência)
- Beneficiários do projeto Pé de Mostarda

Segundo:

- Doadores (pessoas físicas e empresas)
- Voluntários
- Parceiros institucionais (prefeitura, assistência social, educação)

Terceiro:

- Comunidade local
- Seguidores nas redes sociais
- Novos apoiadores

3. OBJETIVO ESPECÍFICO

- Divulgar os projetos que acontece
- Aumentar a captação de recursos
- Fortalecer a credibilidade institucional
- Engajar a comunidade nas ações institucionais
- Atrair novos parceiros e voluntários

4. METAS

- Aumentar o alcance nas redes sociais
- Conseguir novos doadores
- Publicar conteúdos semanalmente
- Firmar novas parcerias institucionais
- Aumentar o número de famílias atendidas
- Criar banco de voluntários ativos

5. CANAIS DE COMUNICAÇÃO

- Instagram
- WhatsApp (listas e grupos)
- Site institucional
- Eventos presenciais

6. LINHAS DE CONTEÚDO

Educação Infantil:

- Rotina dos trabalhos desenvolvidos
- Atividades pedagógicas
- Datas comemorativas

Serviço de Convivência:

- Oficinas e atividades
- Depoimentos
- Resultados sociais

Pé de Mostarda:

- Entregas de alimentos
- Impacto nas famílias
- Campanhas de arrecadação

7. CRONOGRAMA MENSAL

SEMANA 1

- Post institucional (missão/valores)
- Atividade da educação infantil
- Divulgação de arrecadação (doação)

SEMANA 2

- Projeto Serviço de Convivência
- Depoimento de beneficiário
- Story de bastidores

SEMANA 3

- Projeto Pé de Mostarda (entregas)
- Campanha solidária
- Post de parceiro

SEMANA 4

- Resultados do mês
- Agradecimento aos doadores
- Chamada para voluntários

Frequência de publicações

- Stories: 2x por semana
- WhatsApp: 2x por semana

CRONOGRAMA ANUAL

Janeiro a Março

- Planejamento anual
- Campanhas de volta às aulas
- Divulgação de novos projetos

Abril a Junho

- Campanhas solidárias (Páscoa, inverno)
- Eventos comunitários
- Fortalecimento de parcerias
- Festas juninas
- Dias das mães
- Dia de quem cuida de mim
- Início gincana festa junina
- Mobilização contra o abuso sexual infantil

Julho a Setembro

- Arraia dos amigos
- Divulgação de resultados semestrais
- Ações com voluntários
- Campanhas institucionais
- Dia dos pais
- Dia do quem cuida de mim
- Tropeiro solidário
- Festa da família
- Setembro amarelo

Outubro a Dezembro

- Cuidando de quem cuida
- Outubro rosa dia D
- Criação do livrão
- Festa das crianças
- Natal solidário
- Prestação de contas anual
- Novembro azul dia D
- Enceramento energia sustentável
- Festas formandos
- Formatura

8. AVALIAÇÃO INTERNA INSTITUCIONAL

- Crescimento de seguidores
- Engajamento (curtidas, comentários, compartilhamentos)
- Número de doações recebidas
- Novos parceiros
- Participação em eventos

9. OBSERVAÇÃO

O plano de comunicação precisa ser acompanhado, revisado e ajustado sempre que for necessário, de acordo com a instituição e os resultados que são alcançados ao longo das semanas, meses e anos.

É importante que, a cada período, seja feito uma avaliação do que está dando certo e o que pode melhorar. Por exemplo: Quais tipos de publicações estão tendo mais resultado, quais ações trouxeram mais doações, quais campanhas tiveram maior participação da comunidade e onde ainda há dificuldade.

Além disso, deve acompanhar o crescimento da instituição. Se surgirem novos projetos, novas parcerias ou mudanças nos serviços oferecidos, o plano também precisa ser atualizado.

E importante manter a organização das informações, registrando as ações realizadas, as campanhas divulgadas e os resultados obtidos. Isso ajuda não só no planejamento, mas também na transparência com parceiros, doadores e a comunidade.

E fundamental que toda a equipe esteja alinhada com este plano, entendendo a importância da comunicação para o fortalecimento da in instituição. Quando todos colaboram, a divulgação se torna mais eficiente, o impacto aumenta e a instituição consegue ajudar ainda mais pessoas.