

Patrícia B. Teixeira

Caiu na rede. E agora?

**GESTÃO DE CRISES NAS
REDES SOCIAIS**

editora
EVORA.

Publisher
Henrique José Branco Brazão Farinha

Editora
Cláudia Elissa Rondelli Ramos

Editoração
Villa d'Artes

Preparação de texto
Cláudia Elissa Rondelli Ramos

Revisão
Vitória Doretto

Capa
Leonardo Gobbi/Trixe Comunicação

Impressão
BMF Gráfica

Copyright © 2019 by Patrícia Brito Teixeira

Todos os direitos desta edição são reservados
à Editora Évora.

Rua Sergipe, 401 — Cj. 1.310 — Consolação
São Paulo — SP — CEP 01243-906

Telefone: (11) 3562-7814/3562-7815

Site: <http://www.evora.com.br>

E-mail: contato@editoraevora.com.br

DADOS INTERNACIONAIS DE CATALOGAÇÃO NA PUBLICAÇÃO (CIP) DE ACORDO COM ISBD

T266c

Teixeira, Patrícia Brito

Caiu na rede. E agora? Gestão de crises nas redes sociais / Patrícia Brito Teixeira. - 2. ed. - São Paulo, SP : Évora, 2019.

192 p. ; 16cm x 23cm.

Inclui bibliografia

ISBN: 978-85-8461-209-3

1. Comunicação. 2. Redes sociais. 3. Crise. 4. Gestão. 5. Internet. I. Título.

2019-1765

CDD 302.23

CDU 316.774

Elaborado por Vagner Rodolfo da Silva - CRB-8/9410

Índice para catálogo sistemático:

Comunicação : Redes Sociais 302.23

Comunicação : Redes Sociais 316.774

SUMÁRIO

PREFÁCIO.....	XI
APRESENTAÇÃO.....	XIII
PREFÁCIO DA PRIMEIRA EDIÇÃO.....	XV
INTRODUÇÃO.....	XVII
CAPÍTULO 1 • A FORÇA DA OPINIÃO PÚBLICA.....	1
<i>Opinião pública e a imprensa.....</i>	5
<i>As empresas devem levar em consideração a opinião pública.....</i>	6
<i>A opinião pública nas redes sociais.....</i>	8
<i>Novo jornalismo.....</i>	12
<i>Conceitos e diferenças nas mídias sociais.....</i>	15
<i>Como usar a opinião pública a seu favor.....</i>	22
CAPÍTULO 2 • OS RISCOS NAS ORGANIZAÇÕES.....	23
<i>Risco e crise.....</i>	24
<i>O risco em si.....</i>	24
<i>A partir do século XIX.....</i>	26
<i>O entendimento do risco.....</i>	30
<i>Envolvimento de todos.....</i>	30
<i>Deliberação organizacional como prevenção de riscos.....</i>	34
<i>Gestão do risco.....</i>	36
<i>Avaliação dos riscos.....</i>	39
<i>Gerenciamento do risco.....</i>	39

CAPÍTULO 3 • CRISES: O QUE É, CONCEITOS E IMPACTOS	41
<i>Crise – conceito</i>	43
<i>Crise</i>	44
<i>Do risco, surge a crise. Tipos de crise</i>	47
<i>Como surgem as crises na internet</i>	49
<i>Imprensa e redes sociais</i>	51
<i>Repercussão de fatos</i>	52
 CAPÍTULO 4 • CONSTRUÇÃO DE IDENTIDADE, IMAGEM E REPUTAÇÃO	
NA INTERNET	57
<i>Identidade corporativa</i>	59
<i>Identidade digital</i>	61
<i>Imagem corporativa</i>	63
<i>Construção de reputação</i>	64
<i>Plano de comunicação organizacional</i>	65
<i>O papel da liderança na reputação da marca nas redes sociais</i>	66
 CAPÍTULO 5 • CULTURA DAS EMPRESAS PARA CRISES	71
<i>E a cultura brasileira?</i>	73
<i>Traços culturais positivos em momentos de crise</i>	76
 CAPÍTULO 6 • CASES: COMO APRENDER COM OS ERROS	79
<i>United Airlines</i>	80
<i>Arezzo</i>	82
<i>Americanas.com</i>	85
<i>Zara</i>	88
<i>Caso Vale: estratégia nas redes sociais</i>	89
<i>Carrefour</i>	95
<i>Netflix</i>	96
<i>Reserva</i>	104
<i>Z-Burger</i>	106
<i>12 dicas sobre o que aprender com essas crises</i>	108
 CAPÍTULO 7 • GESTÃO DE CRISE NAS REDES SOCIAIS – SUA EMPRESA	
PODE SER A PRÓXIMA A PASSAR POR UMA CRISE	111
<i>E no ambiente on-line?</i>	119
<i>Planejamento</i>	122

CAPÍTULO 8 • GERENCIAMENTO DE CRISE	133
<i>Comportamentos e atitudes adequadas para o gerenciamento de crise na internet</i>	142
<i>Posicionamento dos gestores</i>	144
<i>Quando a crise termina?</i>	145
CAPÍTULO 9 • PÓS-CRISE: CONQUISTE SUA REPUTAÇÃO (RECOVERY)	147
<i>Análise da crise</i>	149
<i>Monitoramento das redes sociais</i>	150
<i>Análise de conteúdo</i>	150
CONSIDERAÇÕES FINAIS	157
<i>Etapa 1 – Gestão de risco</i>	158
<i>Etapa 2 – Tomada de decisão</i>	158
<i>Etapa 3 – Monitoramento</i>	158
<i>Etapa 4 – Gestão de crise nas redes sociais</i>	159
<i>Etapa 5 – Gerenciamento da crise (durante)</i>	161
<i>Etapa 6 – Pós-crise</i>	162
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	163