



THE ASPEN INSTITUTE

GLOBAL OPPORTUNITY YOUTH NETWORK: SÃO PAULO

O FUTURO É JOVEM



Prudential





Relatório Comunicação - GOYN SP 2021 (1º Quadrimestre)

Objetivo

Comunicação Contínua

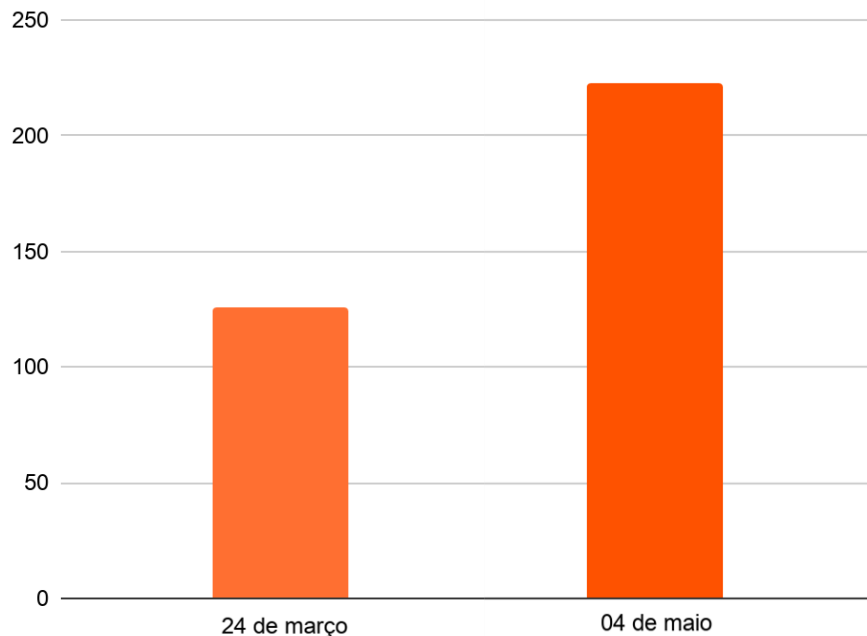
Solidificar o eixo de comunicação do GOYN SP com o objetivo de engajamento, produção e divulgação de dados e evidências, fortalecimento da agenda comum e transparência.

Instagram

Objetivo: Engajar jovens-potência por meio de publicações que abordem temáticas importantes para as juventudes periféricas paulistanas, trazendo conteúdos relacionados ao Programa, oportunidades e como fazer parte.

Número de seguidores
(04/05)

223



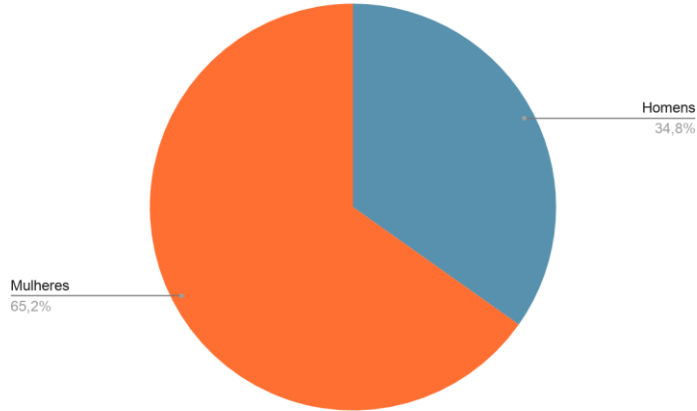
Aumento de seguidores em

43%

Instagram - Perfil dos seguidores

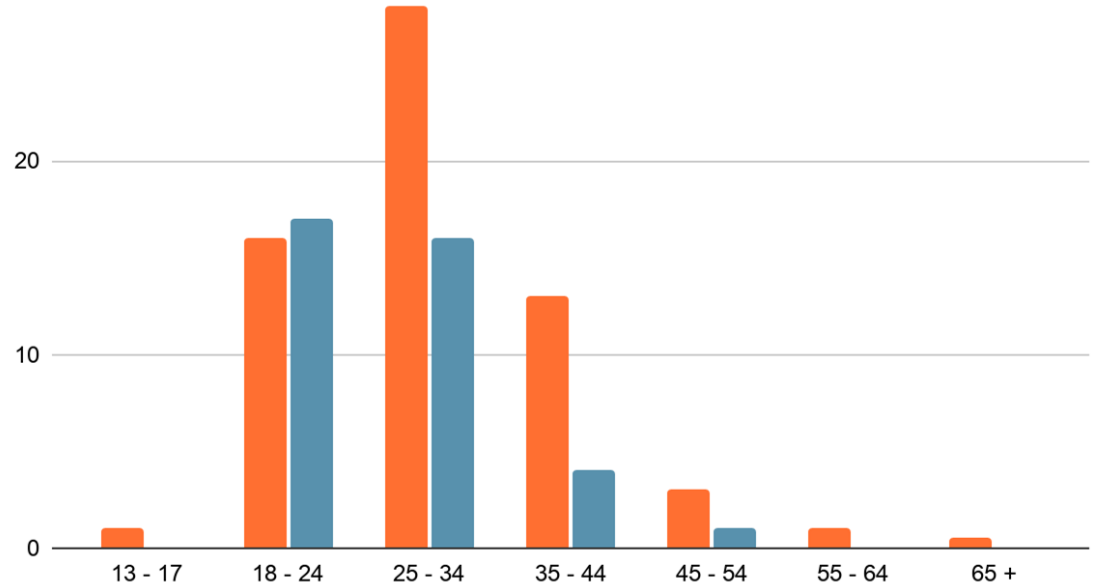
64.7% dos seguidores se localizam na cidade de São Paulo

Gênero



Mulheres: 65,2%
Homens: 34,8%

Idade



18 - 24: 33%
25 - 34: 44%

Instagram - Impulscionamento

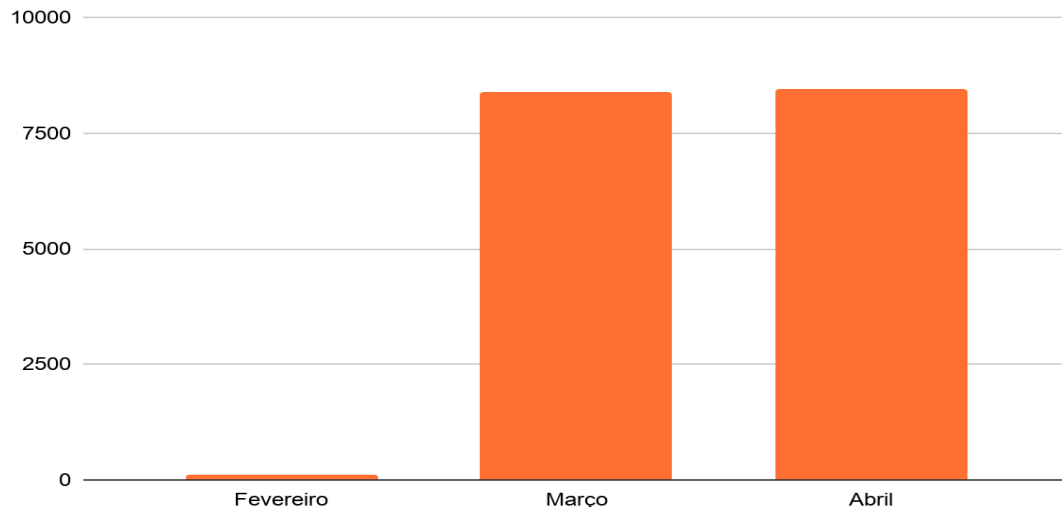
Valor total impulscionamento
(05/05)

R\$ 73,00



Alcance de público
(05/05)

15.307



Aumento de alcance
de público

98%

Em fevereiro, tínhamos 97 pessoas
como número total de alcance.
Em Abril, chegamos a 8.460

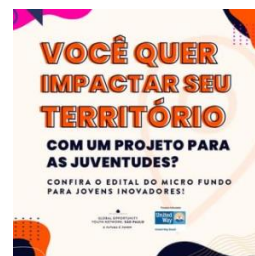
Instagram - Impulsioneamento



Alcance: 3.546
Valor gasto: R\$ 18,00



Alcance: 1.782
Valor gasto: R\$ 06,00



Alcance: 1.075
Valor gasto: R\$ 07,00



Alcance: 1.659
Valor gasto: R\$ 07,00



Alcance: 1.297
Valor gasto: R\$ 07,00



Alcance: 4.194
Valor gasto: R\$ 14,00



Alcance: 3.547
Valor gasto: R\$ 14,00

Newsletter


Objetivo: Informar membros da rede colaborativa do GOYN SP sobre as ações do programa, oportunidades de parceiros, eventos e atividades relacionadas ao ecossistema de inclusão produtiva, promovendo um espaço de pertencimento por meio da relatoria para os atores envolvidos.

Número de inscritos (04/05)

154

Os contatos adicionados vieram do Salesforce e por meio do formulário de inscrição da publicação.

Desde o lançamento da publicação, tivemos a inscrição de 18 novos contatos para a newsletter



42%

Porcentagem de e-mails que são abertos

Porcentagem de origem

94%

Dos 18 contatos, esta é a porcentagem de contatos que vieram por meio do formulário da publicação

Por que MailChimp?

- **Design:** em um formato de “pega e arrasta”, o MailChimp permite uma facilidade maior ao criar designs diferentes para os e-mails;
- **Interação:** a plataforma do MailChimp permite adicionar botões que geram engajamento e a utilização de recursos como emojis nas mensagens, coisa que no Sales não é permitido;
- **Integração:** o MailChimp foi desenvolvido pensando em integrações com outras plataformas de comunicação, como por exemplo, o formulário de inscrição da publicação, sem necessitar de recursos financeiros para sua operação. Integrar o Salesforce a outras plataformas exige especialistas no assunto e compras de licença.

Publicação

Desafios e Oportunidades para a Inclusão Produtiva dos Jovens – Potência na cidade de São Paulo

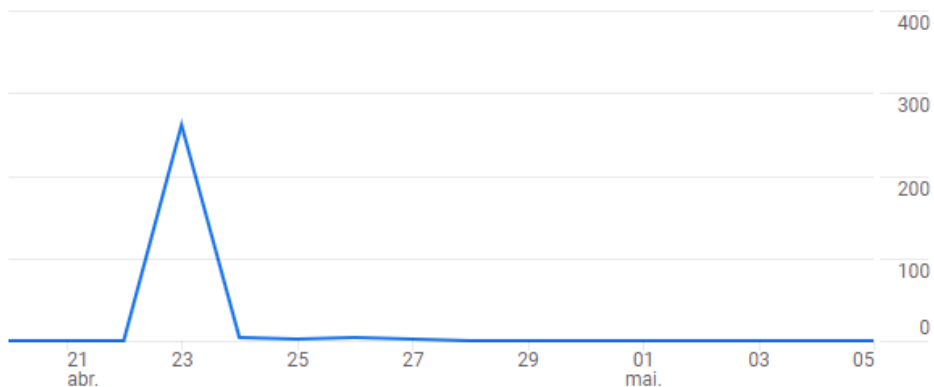
Número de visualizações
(05/05)

272

Taxa de engajamento
(05/05)

62%

Histórico de acesso



Grupo de WhatsApp

Objetivo: Permitir a difusão de informações, oportunidades, eventos e atividades do programa e de parceiros relacionadas ao ecossistema de inclusão produtiva de forma rápida e ágil, criando oportunidades de networking entre atores.

- O grupo “Rede Colaborativa GOYN SP” tem funcionado bem com o compartilhamento de oportunidades tanto do programa quanto do ecossistema.
- A estratégia integrada do Instagram com o WhatsApp funcionou muito bem com a divulgação do Micro Fundo para Jovens Inovadores, tendo a ferramenta como uma forma de ampliação do Instagram.

Assessoria de imprensa

- Assessoria trabalhando em artigo autoral para conectar questão das injustiças estruturais e impacto coletivo com importância de dados e publicação - sair na exame assinado pela Dani
- Dobradinha com assessoria do Em Movimento para promover Atlas com foco em inclusão produtiva e importância das empresas

O que aprendemos durante o processo?

- O conteúdo e a forma de atração mais estratégica para os jovens – potência são posts e comunicações relacionadas a possíveis oportunidades de formação e emprego.
- A estratégia integrada com WhatsApp e Instagram, tendo a plataforma de fotos como principal meio de comunicação, pode gerar muitos frutos de engajamento colaborativo.
- Os posts com conteúdos informativos e vídeos possuem grandes níveis de engajamento mesmo sem a necessidade do impulsionamento. Exemplo: pílulas da publicação e vídeos do micro fundo.

Próximos Eventos

- **Café GOYN SP #3 ☕** (18/06, das 09h às 10h30)
- **Festival em Movimento** (09 - 12/06)
- **Café GOYN SP #4 ☕** (20/08, das 09h às 10h30)
- **Evento UWB** (setembro)
- **Café GOYN SP #5 ☕** (22/10, das 09h às 10h30)
- **Evento GOYN SP** (novembro)

Para próximos meses

- Aumentar escopo de trabalho do Gabriel de 10h para 20h semanais e trazer mais responsabilidades para tocar, como definição das linhas editoriais do instagram e desenho da newsletter
- Fazer alguns testes de colaborações de comunicação com alguns parceiros: Em Movimento, FTAS etc.
- Definir estratégia de comunicação para eventos GOYN do segundo semestre
- Seguir crescendo engajamento via instagram comunicando publicação e micro fundo nas próximas semanas e comunicar protótipos a partir do segundo semestre



THE ASPEN INSTITUTE

GLOBAL OPPORTUNITY YOUTH NETWORK: SÃO PAULO

O FUTURO É JOVEM



Prudential



em movimento

