

Relatório de Diretoria 2022 Marketing & Comunicação

Conteúdo

No ano de 2022 a produção de **conteúdo foi ampliada**, com a criação de **três novos canais**, de diferentes formatos, a partir do mês de março. Todo o trabalho segue pautado pela integração de formatos e canais, tornando a experiência informativa, imersiva e contínua.

Reforçando estes objetivos, destaca-se o novo formato da **revista Paulistano** (agora sem o “O” no título), que teve seu design atualizado e modernizado, nova organização de conteúdo e de seções, com tiragem de 11 mil exemplares mensais. Mais de 770 **QR Codes** criados, que ultrapassaram 62 mil visualizações acumuladas. Comercialmente também teve destaque. Foram 38 diferentes anunciantes totalizando 129 inserções. Já na seção “classificados” tivemos 27 anunciantes com 101 inserções no período.

A principal novidade foi o lançamento da **Paulistano Rádio**, com arquivos em áudio e voltada para quem prefere conhecer mais sobre o Clube, seus associados, a gestão e atividades. Foram mais de 11 horas de conteúdos produzidos em 49 episódios, divididos em boletins ou em podcasts.

No mesmo momento vieram as **Listas de Distribuição** (WhatsApp e Telegram), divididos em dois canais: Notícias e Agenda. São mais de 2,4 mil inscritos recebendo, diariamente, links oficiais do site paulistano.org.br sendo cerca de 500 envios no período.

O terceiro canal é na rede social **TikTok**. Com formato de vídeos curtos e verticais, voltados a um público bastante jovem, o canal ainda está em construção e formação (criado em setembro), sendo que os 7 vídeos publicados já tiveram mais de 7,5 mil visualizações.

A **Paulistano TV**, no YouTube, chegou a mais de 70 vídeos inéditos e exclusivos produzidos no ano, com mais de 25 mil visualizações, média de 2min assistidos por vídeo e interação de 7,8% (considerada alta) em média.

Em relação aos canais já considerados tradicionais, todos mantiveram seu ritmo de crescimento, tanto de alcance e visualizações, como de conteúdo disponibilizado. Nas redes sociais, o **Instagram** teve cerca de 6.000 mil novos seguidores e um índice médio de 7,4% de interação (considerado ótimo em relação ao mercado). No **Facebook**, os quase mil novos seguidores mantiveram a interação média em 1,62% (dentro do considerado positivo).

No **Twitter**, em estabilidade no ano, aumentamos a média de engajamentos para 2,26%, com mais publicações (mais de 250 no ano) e o uso de links, sendo mais informativo e factual. Para o **LinkedIn**, rede corporativa e com publicações qualificadas, destaca-se o aumento em cerca de 2 mil seguidores na página e a alta taxa de interação média, de 6%.

Além destes, administramos dois perfis (exceções) de Esportes. Para o basquete, foram mais de 170 posts produzidos (diariamente a partir de junho/22), com interação média de 3,3%. Já no CAP Athletico (que reúne todos os esportes), destaca-se o aumento de 45% nas interações



no segundo semestre, com os eventos no Clube. Ambos os perfis estão nas principais redes sociais (Instagram, Facebook e Twitter).

Com mais 1,5 milhão de páginas vistas, o site **paulistano.org.br** trouxe mais de 18,1 mil visitantes novos ao longo de 2022, aumentando para uma média de usuários do espaço de cerca de 21 mil por mês. Foram mais de 150 novos conteúdos, 70 arquivos de documentos (incluindo revista) e mais de 1 mil fotos publicados no ano.

O canal com acesso mais direcionado ao associado, a **newsletter Acontece no Paulistano** (e-mail) teve mais de 60 disparos. Foram mais de 400 mil cliques nas mensagens, mantendo a média de 40% de abertura, considerado excelente em comparação ao mercado.

O **WhatsCAP** (chatbot) continua com média de 92% de respostas realizadas. São mais de 625 sessões por mês, atendendo a mais de 5 mil usuários no período.

No **Movidesk** recebemos 2,3 mil chamados, de todas as áreas do Clube (média de 180/mês), com retorno a todos. Produzimos, assim, mais de 1,2 mil peças (arquivos) considerados design, com o restante se dividindo entre temas como revisão de textos, publicações de documentos, atendimento a eventos (foto e/ou vídeo) etc.

As **31 telas** posicionadas em pontos estratégicos do Clube tiveram mais de 700 conteúdos publicados, mantendo a alta média de 60 assuntos novos por mês.

Por fim, o **WiFi** (via ferramenta Zoox) alcançou mais de 21 mil conexões registradas, veiculando oito campanhas com cerca de 50 mil visualizações.

Números

Em 2022 a Diretoria de Marketing e Comunicação arrecadou **R\$5.975.318,71**. Com novos parceiros e oportunidades captou-se **R\$3.374.173,99**, receita **68,7% acima da meta**.

Especial

Ratificando a transparência como um dos principais pilares desta gestão e com o objetivo de dar mais voz aos associados e tomadas de decisões mais assertivas pela direção do Clube, como projeto especial, o último capítulo desta diretoria em 2022 foi a organização de **pesquisa de satisfação** aberta aos associados que puderam opinar sobre o funcionamento de diversas áreas do Paulistano.

Caio Frizzo Salem

Diretor de Marketing & Comunicação

Luis Leonardo Loconte Ferrari

Diretor de Marketing & Comunicação

Bruno Aventurato

Gerente de Marketing & Comunicação

