

escrita

comunicação



substantivo feminino

1. 1.

ação de transmitir uma mensagem e, eventualmente, receber outra mensagem como resposta.

2. 2.

POR METONÍMIA

a informação transmitida; seu conteúdo.

"sua c. foi claramente entendida"



você

+

o outro

+

compreensão



M

A large, hand-drawn style letter 'M' is drawn in pink ink, pointing towards the LinkedIn icon.

escuta + pilares + mensagem



Escuta ativa

“Concentrar-se totalmente no que está sendo dito, em vez de apenas ouvir passivamente a mensagem de quem está falando. A escuta ativa envolve ouvir com todos os sentidos.



Pilares da comunicação

A mensagem, a forma, a plataforma e a interação pretendida.



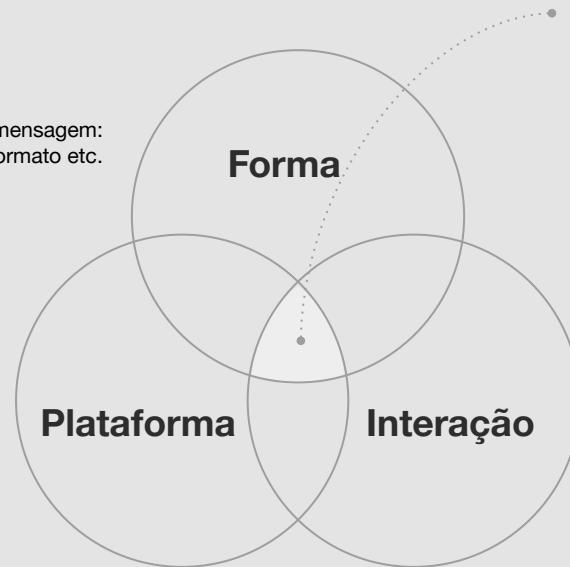
A mensagem

Centro e propósito de qualquer comunicação.

Pilares da comunicação

como moldamos a mensagem:
tom, formato etc.

como escolhemos transmitir:
texto, imagem, áudio, email, ppt,
meet etc.



Mensagem

O que eu quero transmitir para a
outra ou outras pessoas.

queremos resposta? será coletiva ou
individual? é só um informativo? etc.

Tipos de comunicação



Escrita



Visual



Verbal



Não verbal

Tipos de comunicação



Escrita



Visual

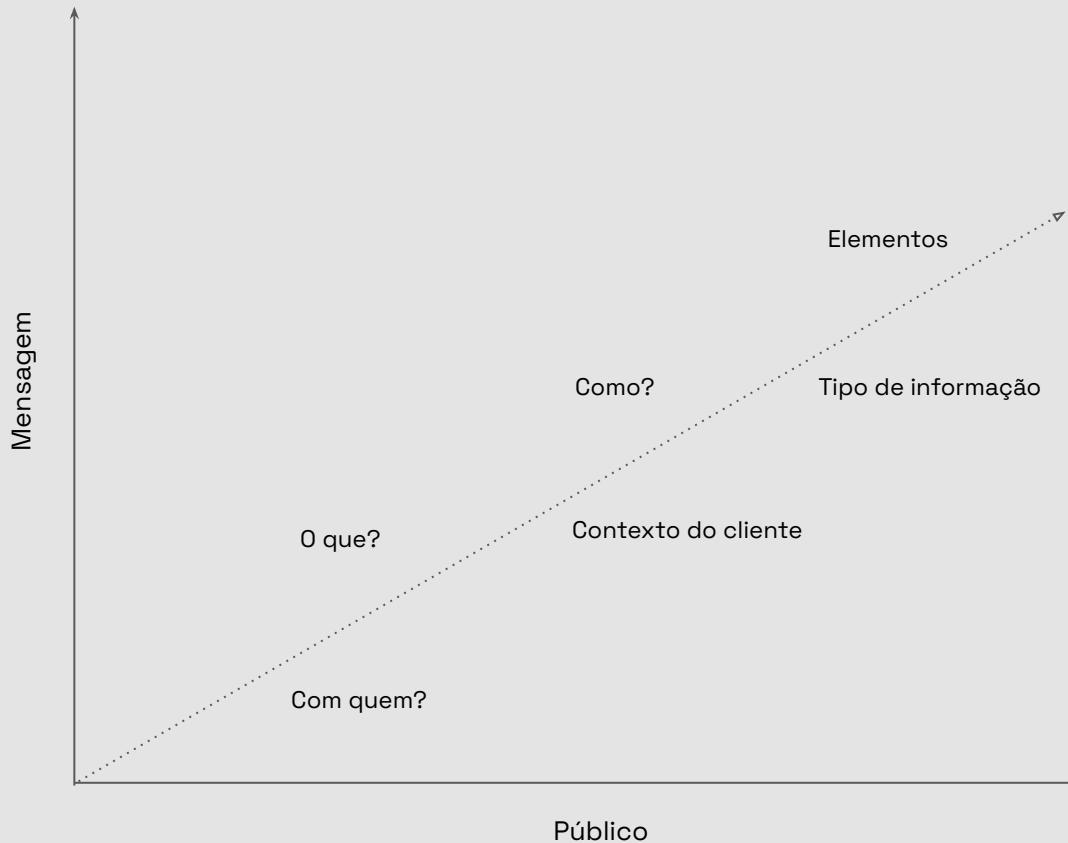


Verbal



Não verbal

veremos nas demais aulas





Mensagem

E-mail

Apresentação

- Problemas;
- Resultados;
- Esclarecimento de dúvidas;
- Envios para aprovação;
- Cobranças de retornos/materiais;
- Lembretes;
- Marcar reuniões.



Mensagem

E-mail

Apresentação

- Envio de materiais;
- Envio de relatórios;
- Formalização de combinados;
- Resultados;
- Alinhamento de prioridades;
- Problemas;
- Marcar reuniões.

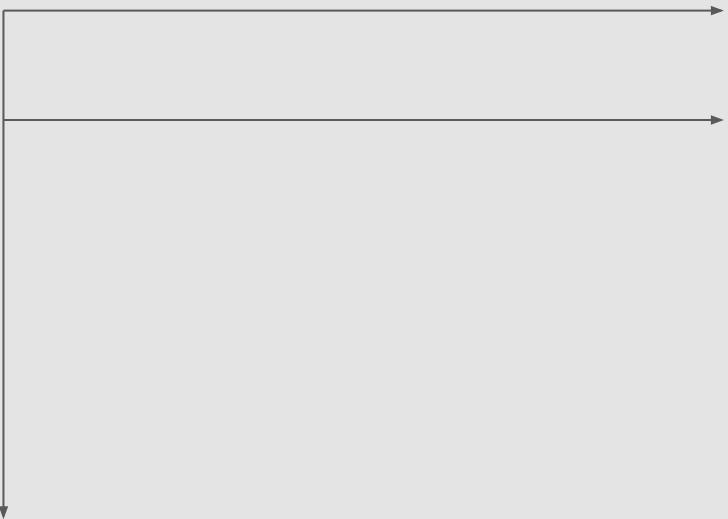
Mensagem

- Explicações de cenários;
- Análises escritas;
- Textos complementares.

E-mail

Apresentação

Quando escrevemos precisamos levar em consideração como as pessoas leem as mensagens:



Leitura dinâmica

Dependendo do tamanho do texto nós “Pulamos” algumas partes para entender o macro.



Tempo

Com a rotina corrida, tendemos a ler mensagens menores ou com mais recursos visuais.



A leitura em F

Comportamento identificado a partir de mapas de calor que mostram como normalmente lemos um conteúdo online: duas linhas horizontais e depois um escaneamento vertical.

Com isso, os textos precisam ser o mais **escaneável** e **legível** possível:

Intertítulos

Parágrafos
pequenos

Espaço
vazio

Formatação

Elementos
não verbais

Listas

Uma mensagem pode ser dividida em **3 blocos**:

*principalmente quando estamos lidando com
problemas ou situações críticas*

Exposição

- Explicar a situação, falar o que aconteceu!

Sensibilização

- Criar uma conexão emocional, mostrar a situação por outro ângulo, gerar um sentimento.

Corresponsabilidade

- Delegar, dar tarefas e nomes.

Uma mensagem pode ser dividida em **3 blocos**:

Esses blocos também podem ser:

Introdução

• Saudação e contexto da situação, explicar o que aconteceu ou o motivo do contato.

Desenvolvimento

• Exposição, Sensibilização e corresponsabilidade.

Encerramento

• Próximos passos, agradecimento.



Olá, cliente.
Estou aguardando a sua aprovação
para publicar o post.

Obrigada,

[APROVAÇÃO DE PAUTA]

Olá, cliente. Espero que esteja bem!

Estamos com 2 pautas em
aprovação com data de publicação
para amanhã e quarta-feira. Você
consegue priorizá-las?

Caso não, vamos precisar
reagendá-las para a próxima
semana, podendo **afetar os
resultados**.

Link pauta 1:
Linka pauta 2:

Fico no aguardo,

#1

#2

#3

**Cliente**

Porque não ganhamos seguidores hoje?

Você

Porque não postamos nenhum conteúdo por falta de aprovação.

Cliente

Porque não ganhamos seguidores hoje?

Você

Olá, cliente.

Realmente, hoje não ganhamos nenhum seguidor, diferente dos últimos dias que estávamos adquirindo em média **50 seguidores/dia**.

#1

Isso aconteceu porque não publicamos nenhum conteúdo, e para essa estratégia a frequência é muito importante.

#2

No momento estamos aguardando a aprovação de **4 pautas**. Assim que você aprovar, nós publicaremos e acreditamos que esse cenário será revertido. Tá bom?

#3

Seguem as pautas para aprovação:

- Pauta 1:
- Pauta 2:
- etc...

**Cliente**

Porque não ganhamos seguidores hoje?

Você

Olá, cliente. Não ganhamos nenhum, mas já batemos a meta do mês, estamos com 1.010 novos seguidores até o momento.

Cliente

Porque não ganhamos seguidores hoje?

Você

Olá, cliente. A aquisição de seguidores é muito volátil durante o mês, por isso devemos olhar para o todo e não um dia isolado.

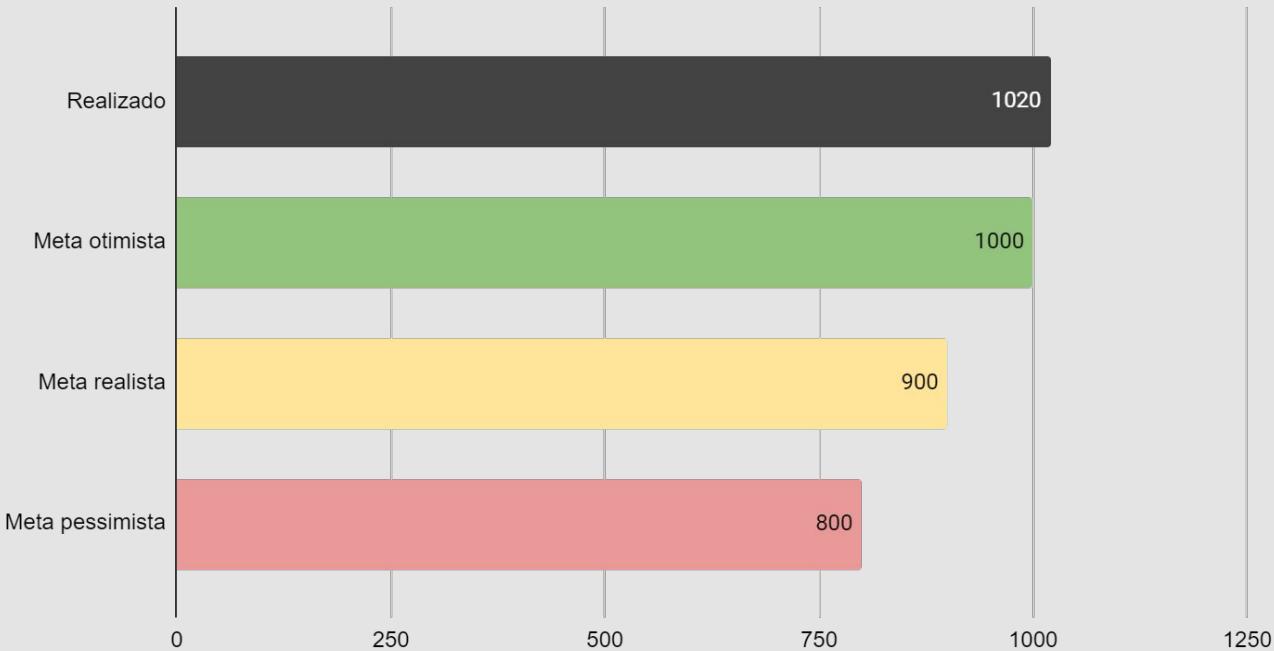
Quando olhamos para o todo até o momento nós já batemos inclusive a **meta otimista**:



Isso mostra que mesmo que não tenhamos novos seguidores em algum dia por sazonalidade, feriado etc. O todo ainda está muito bem!

Ficou claro?

Zoom no gráfico do último slide...





Você

Bom dia, cliente. Gostaria de dar visibilidade sobre os nossos resultados. Estamos com 1.020 novos seguidores até o momento, acima da meta realista. Algo a ser comemorado porque é nosso primeiro mês acima da otimista, sempre ficávamos na realista.

Você [BATEMOS A META OTIMISTA]

Olá, cliente. Hoje a notícia não é boa, é INCRÍVEL.

Nós não só batemos a meta, como ultrapassamos a meta otimista pela primeira vez, como podemos observar:



Isso representa + 20% em relação ao mês passado e +30% em relação a meta realista.

Resultado das novas estratégias de marketing de influência implementadas esse mês!
Incrível, não é mesmo?

Anota ai..

Utilize os **pilares** da comunicação!

Seja **objetivo e claro**. Prefira parágrafos pequenos.

Pule linhas entre as informações. Lembre da **escaneabilidade** de leitura

Use **elementos** a seu favor: não verbais, formatação e listas.

Utilize os **pilares** da comunicação!

Seja **objetivo e claro.**

Prefira parágrafos pequenos.
Sempre revise o que você escreveu para garantir que está de fácil entendimento e sem erros gramaticais e ortográficos!

Pule linhas entre as informações. Lembre-se de que a leitura

Use **elementos** a seu favor: não verbais, formatação e listas.

