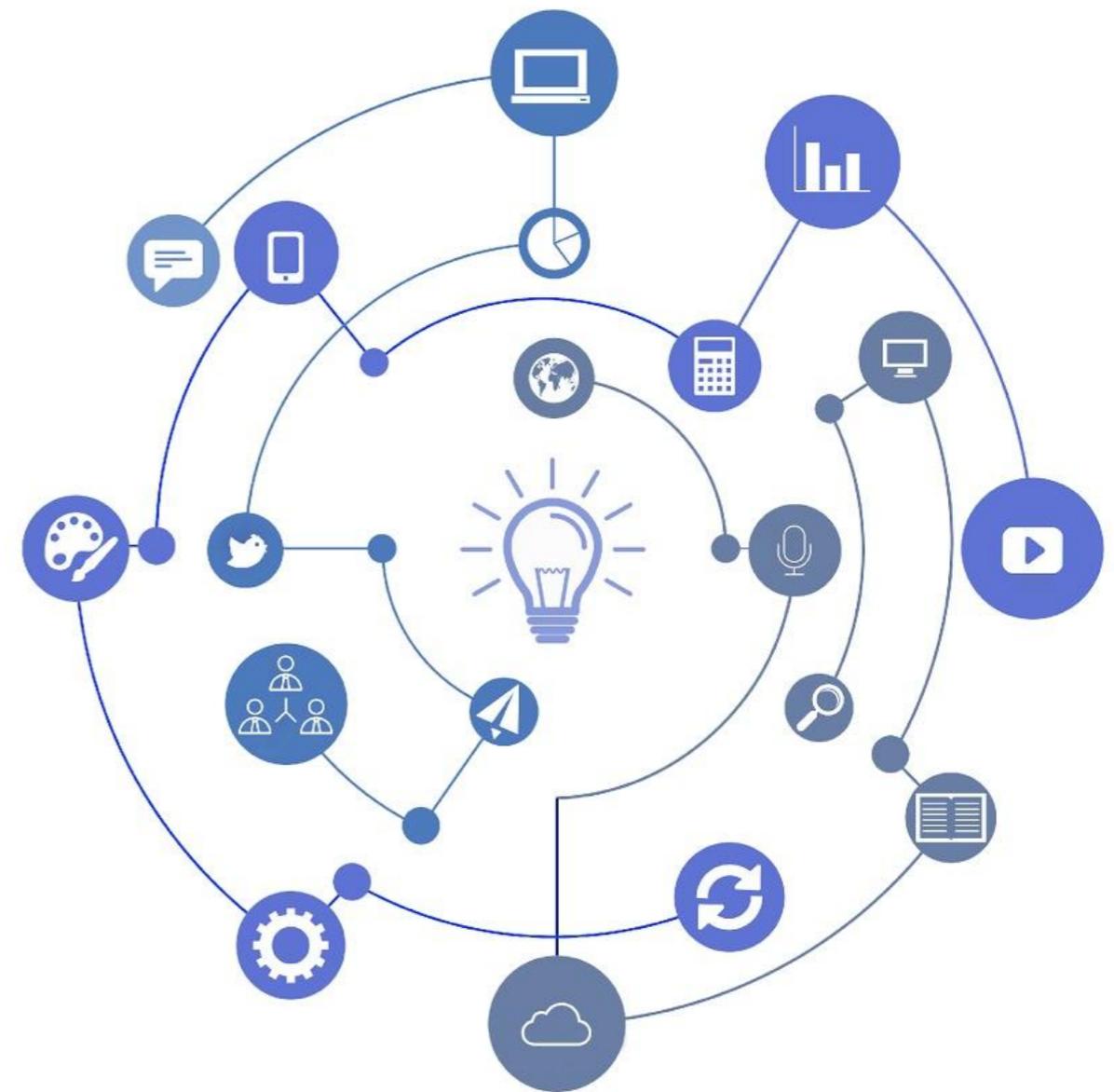


IMPACTOS DA PANDEMIA NA COMUNICAÇÃO EMPRESARIAL

MAIO /2020





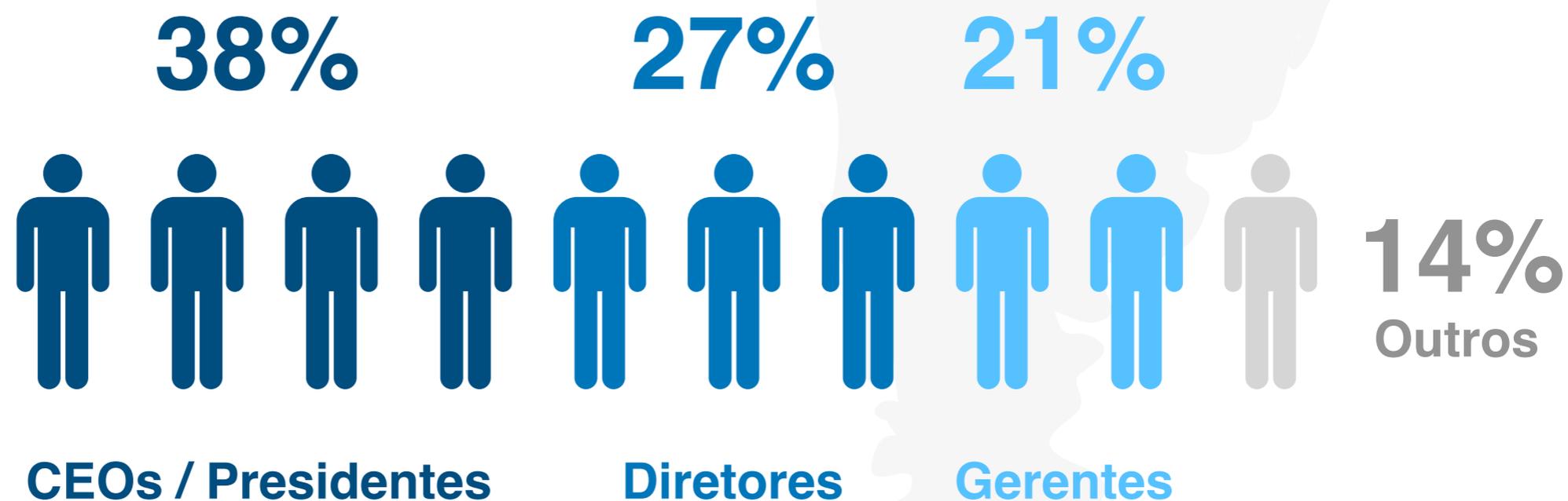
IMPACTOS

Esta pesquisa, realizada durante o mês de maio com 270 executivos, empresários e gestores de comunicação corporativa de empresas que atuam no **Paraná**, teve como objetivo avaliar o impacto da pandemia nas iniciativas das marcas e as perspectivas para o segundo semestre de 2020, em termos de ações e investimentos em comunicação.

Como você poderá conferir nas páginas a seguir, a Covid-19 afetou profundamente o planejamento das empresas, mas, muitas delas, consideram a comunicação **imprescindível** para a retomada da economia. A maioria pretende retomar os eventos presenciais ainda em 2020 e aumentar a presença digital, adaptando-se ao que chamamos de "**novo normal**".

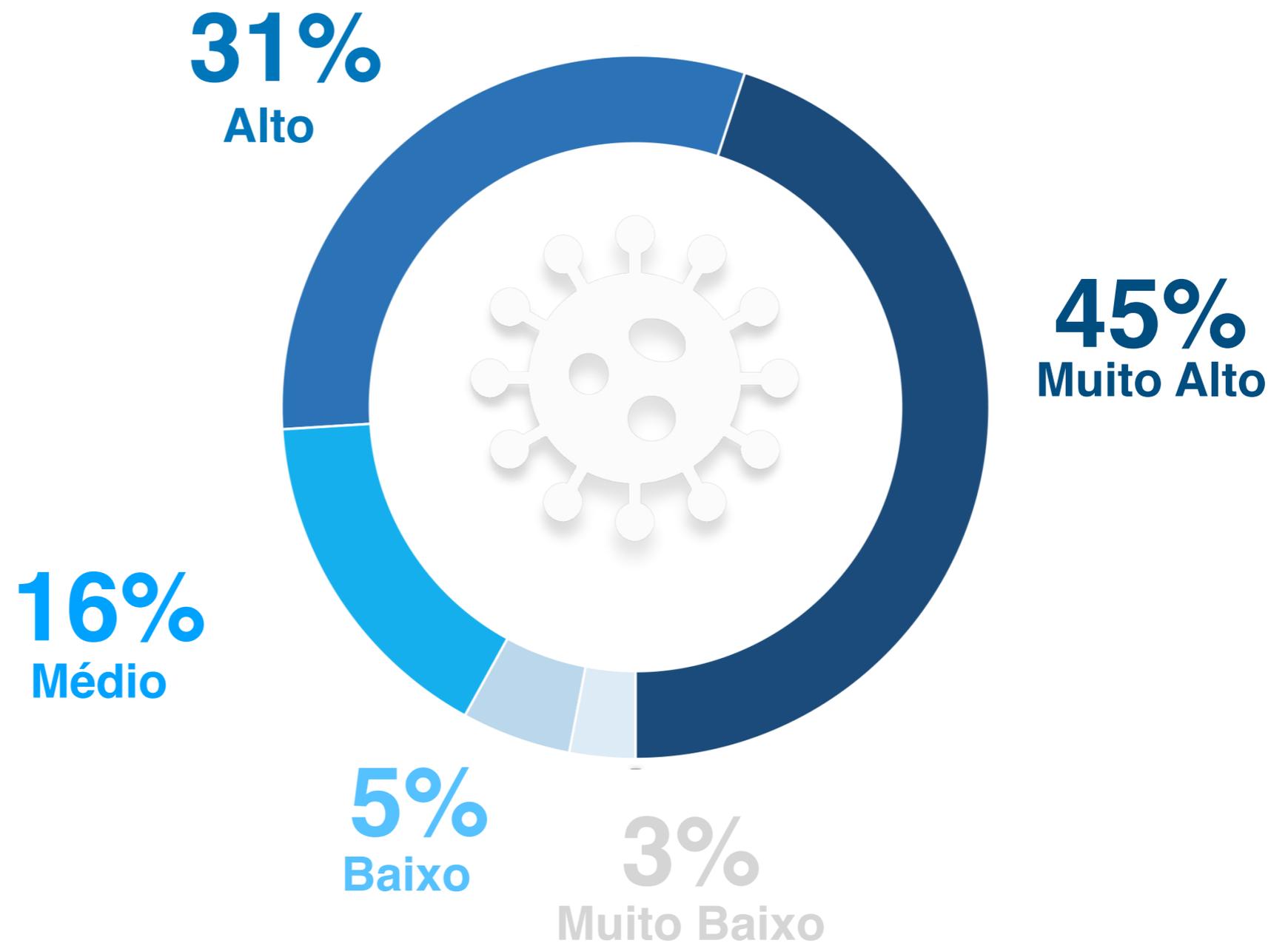


PERFIL DO ENTREVISTADO





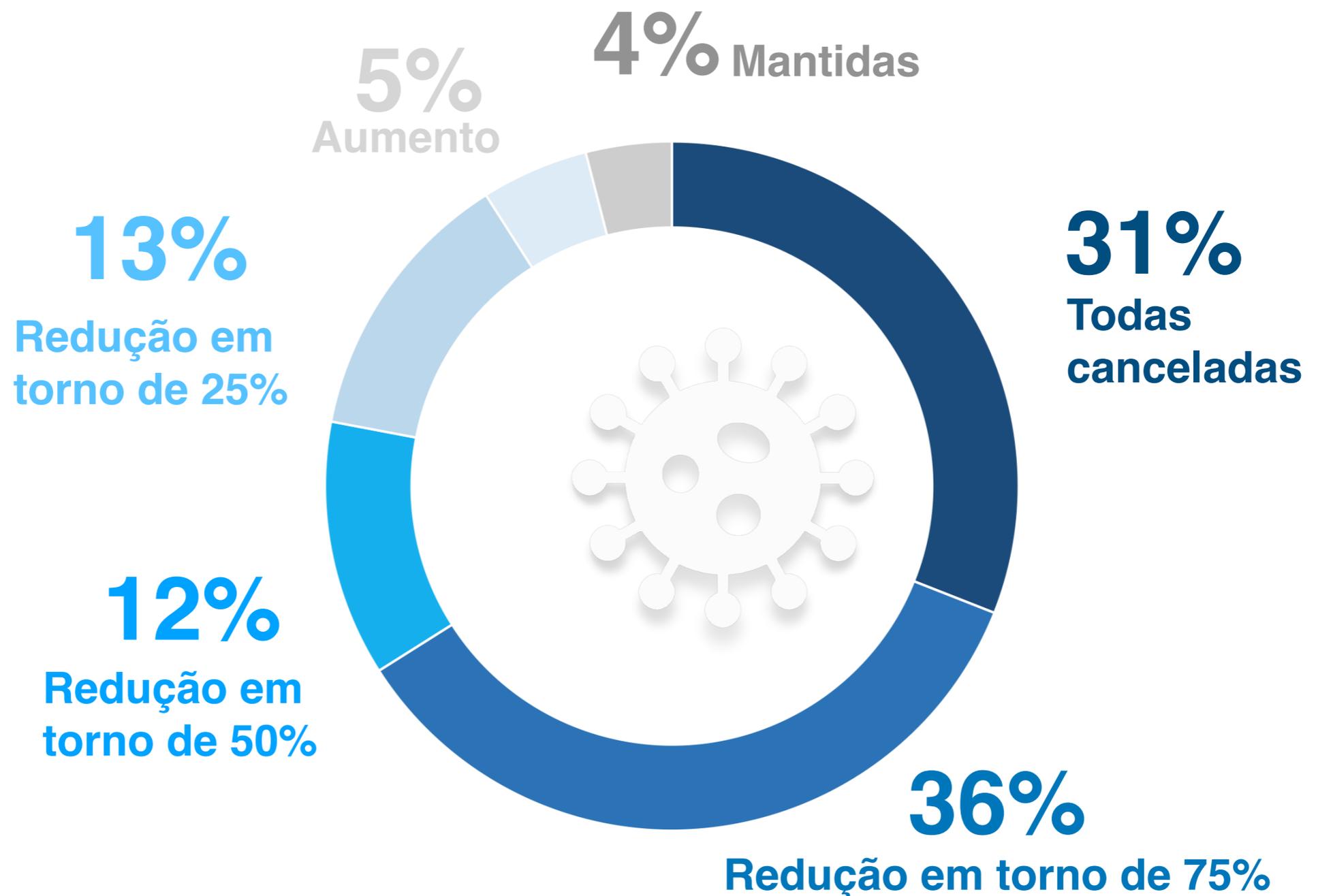
IMPACTO DA PANDEMIA NA COMUNICAÇÃO EMPRESARIAL DA ORGANIZAÇÃO





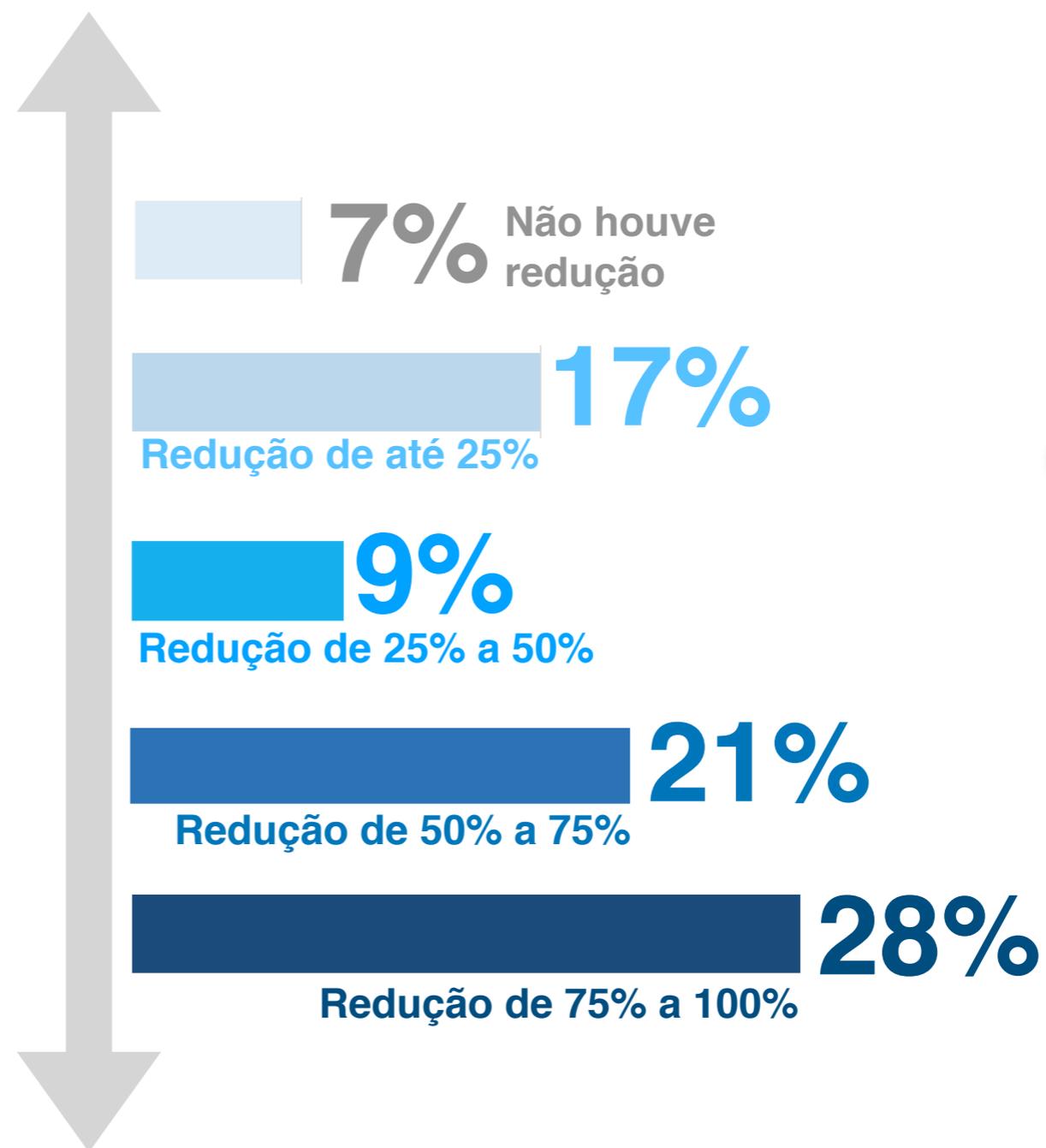
AÇÕES PLANEJADAS PARA ABRIL, MAIO E JUNHO

(eventos, lançamentos, estratégias de relacionamento)





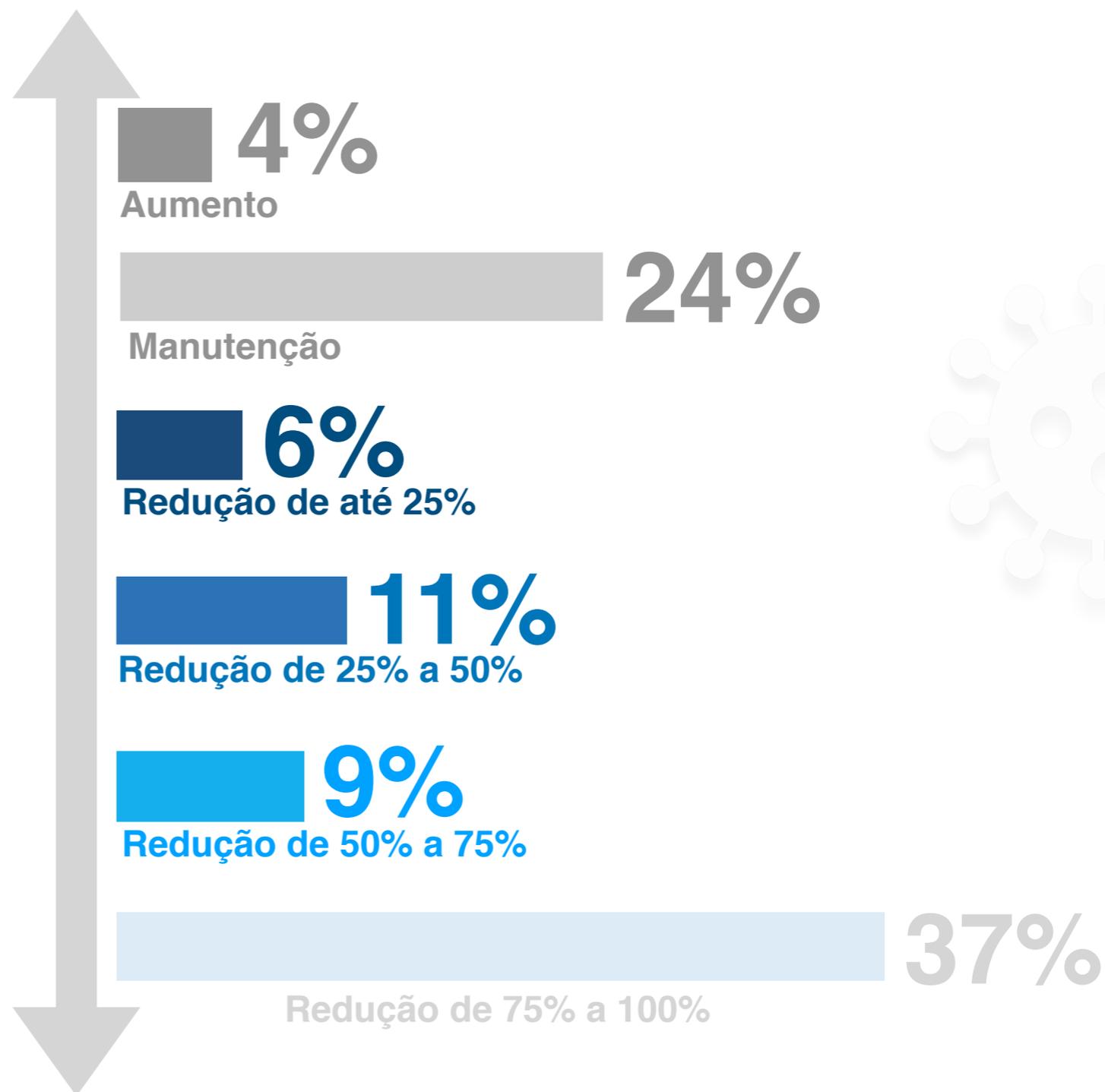
FATURAMENTO DA EMPRESA MARÇO E ABRIL / 20





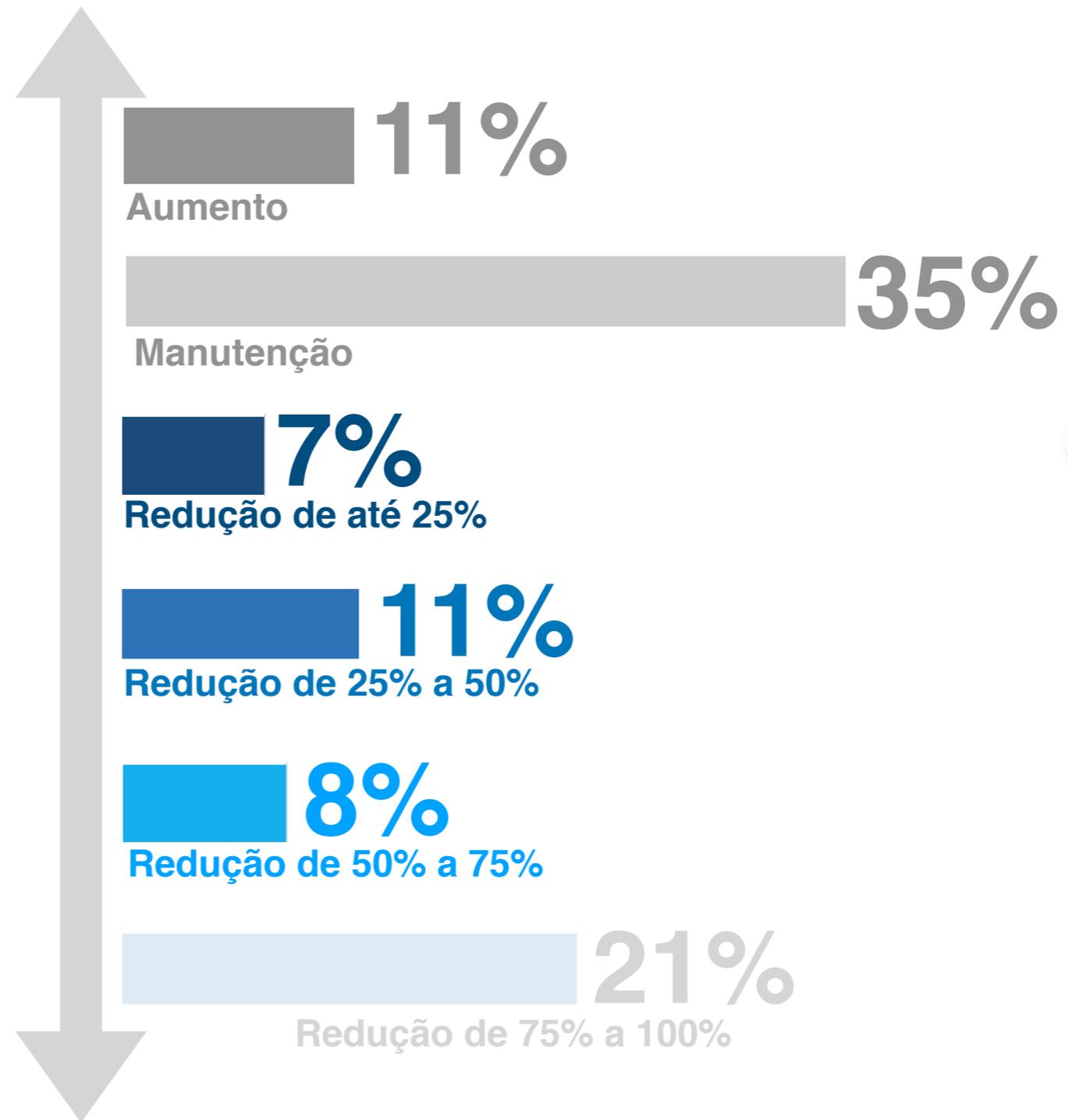
INVESTIMENTO EM COMUNICAÇÃO

1º SEMESTRE / 20



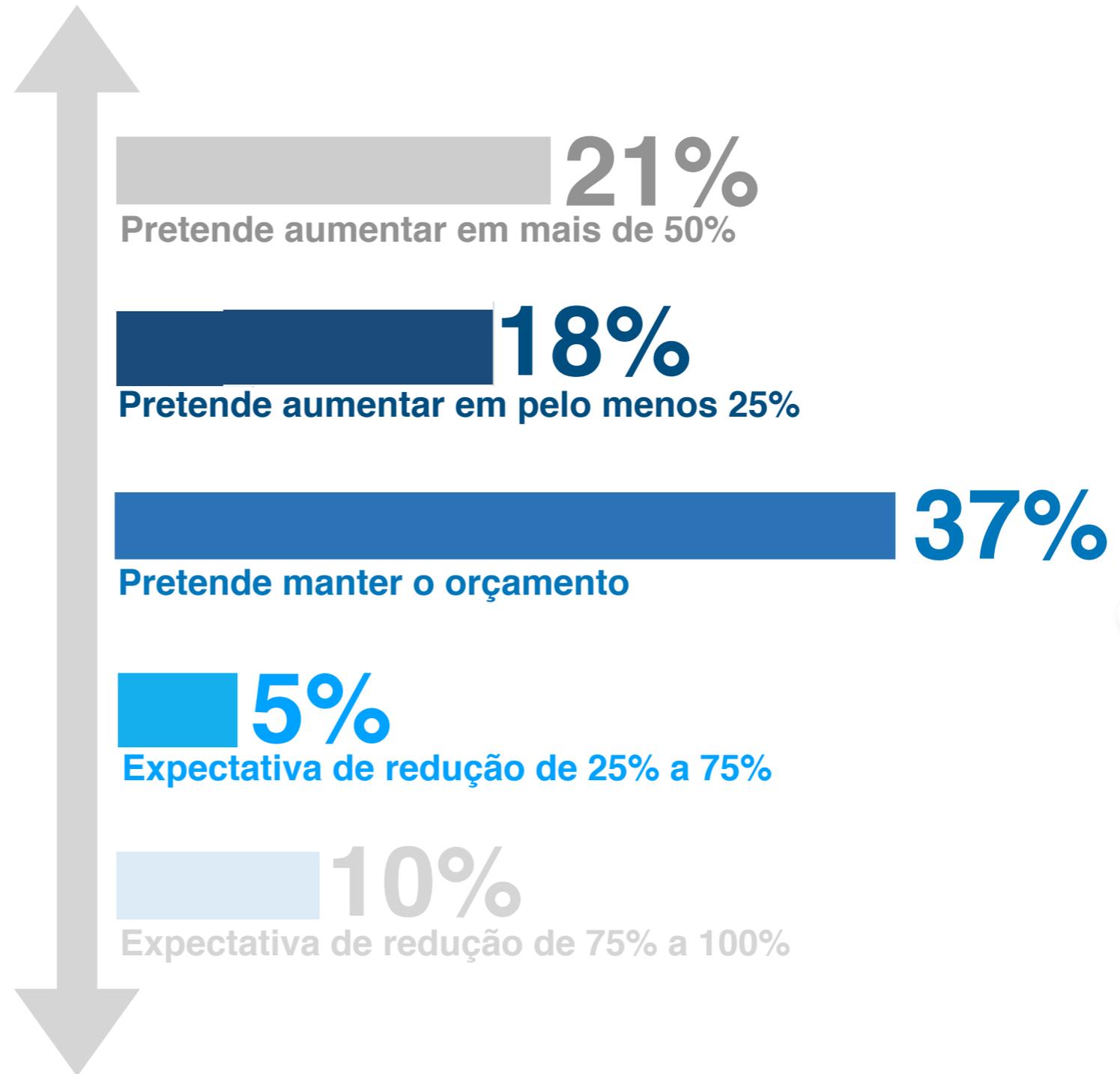


INVESTIMENTO EM COMUNICAÇÃO DIGITAL - 1º SEMESTRE / 20





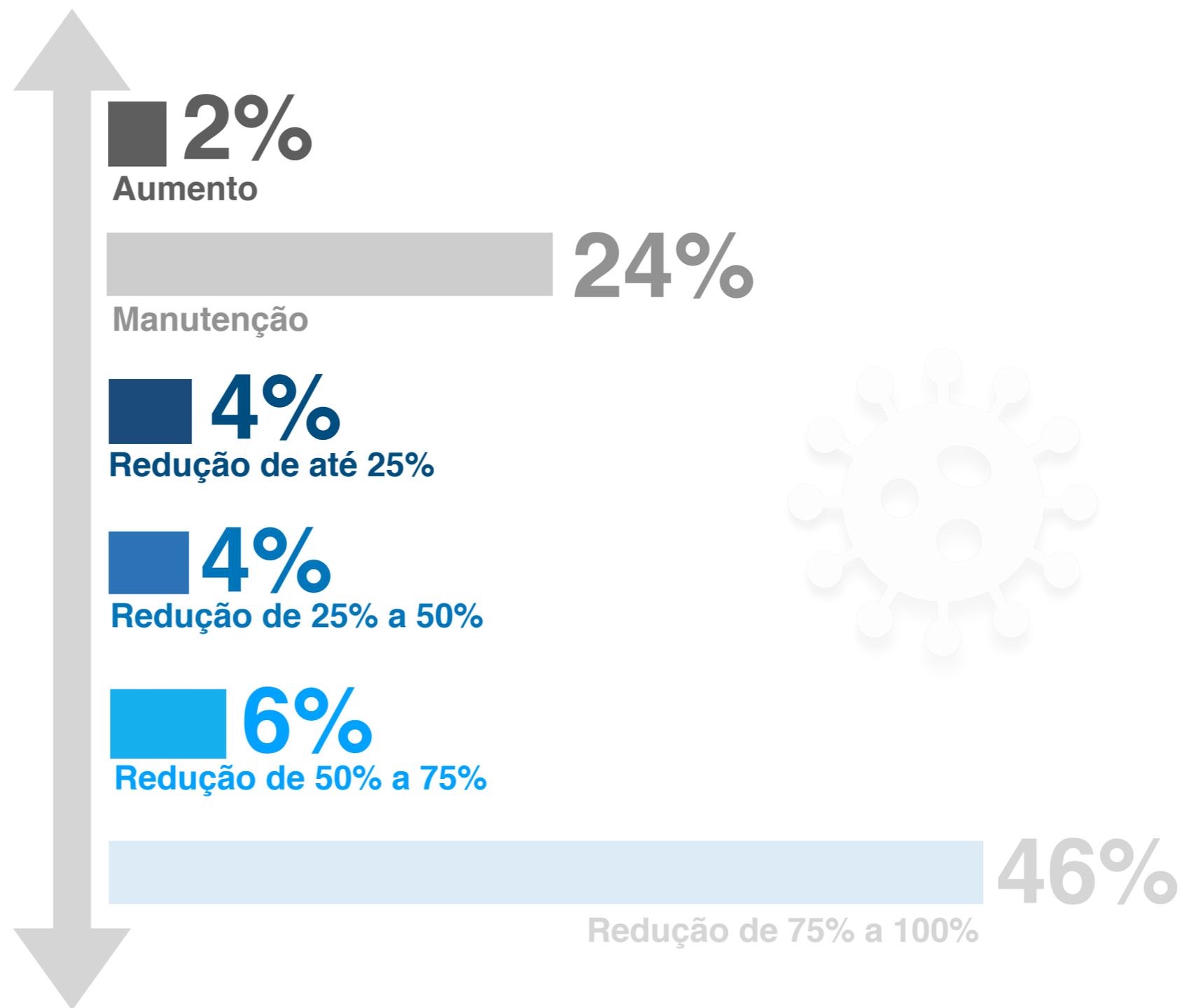
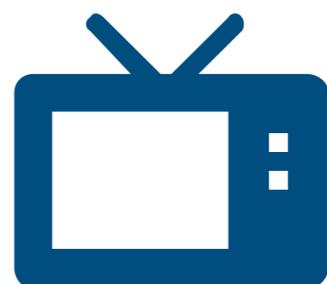
INVESTIMENTO EM COMUNICAÇÃO DIGITAL - 2º SEMESTRE / 20



* **10%** dos entrevistados não souberam ou não puderam responder essa questão.



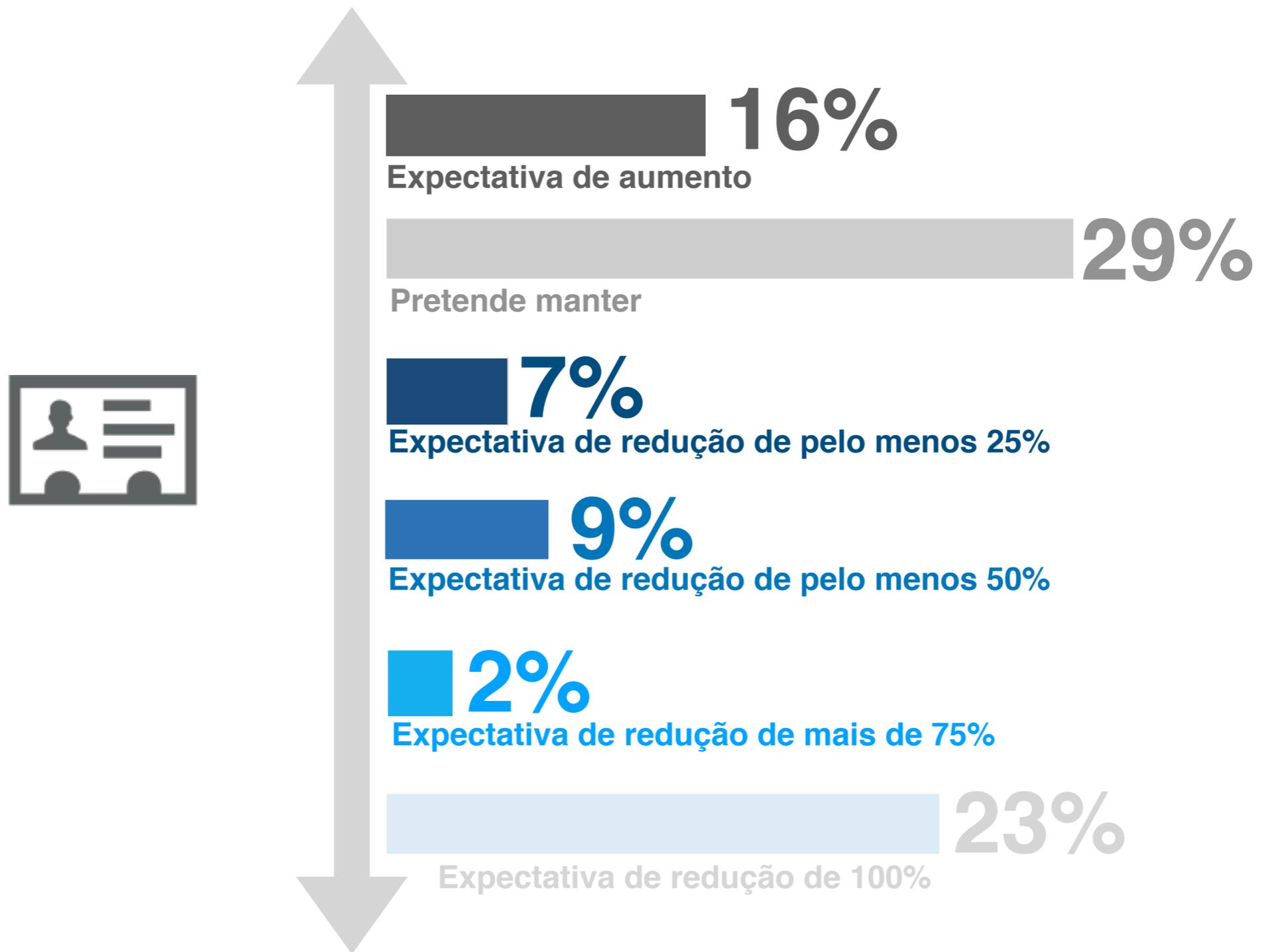
INVESTIMENTO EM COMUNICAÇÃO TRADICIONAL - 1º SEMESTRE / 20



* 14% dos entrevistados não souberam ou não puderam responder essa questão.



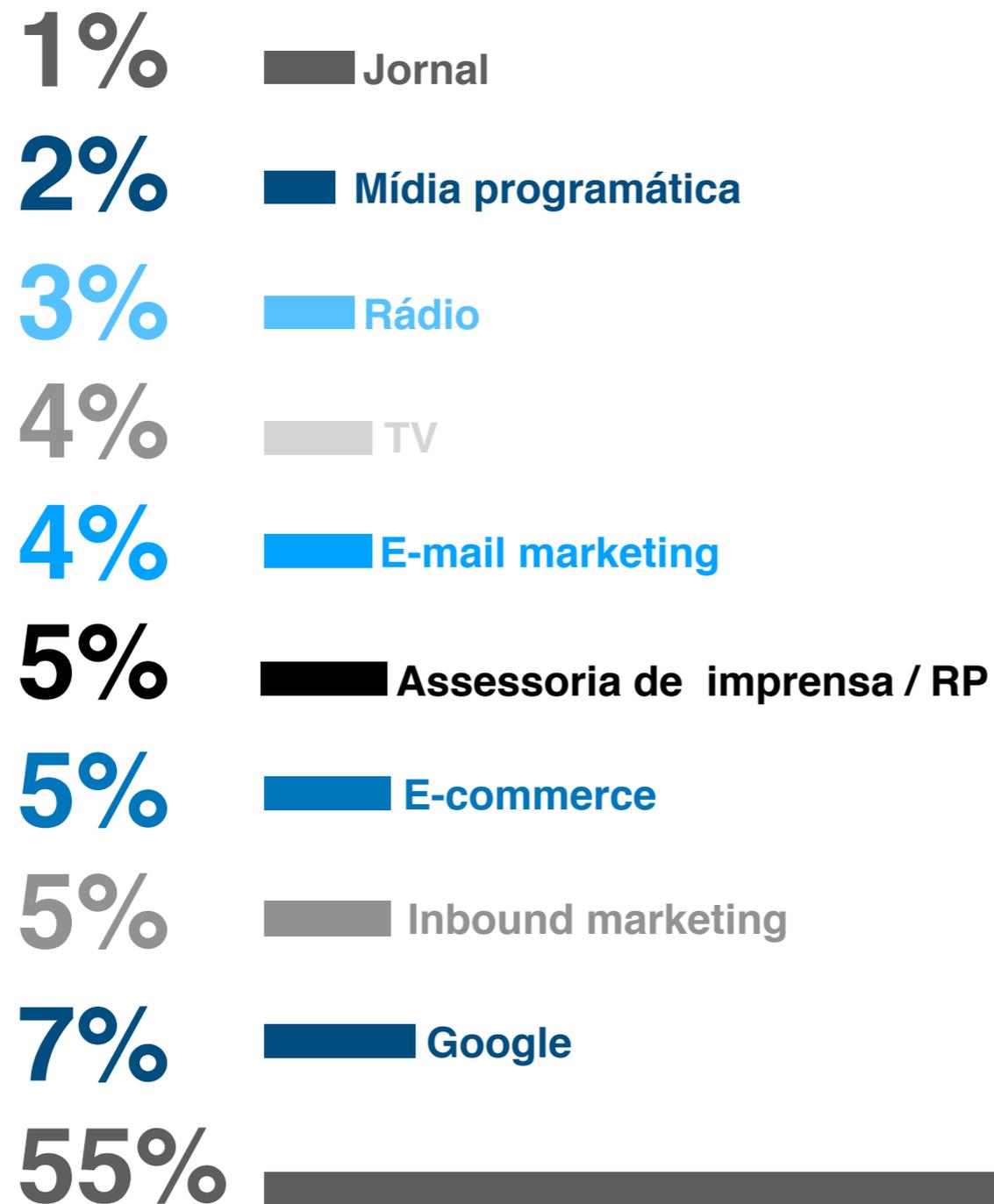
INVESTIMENTO EM COMUNICAÇÃO TRADICIONAL - 2º SEMESTRE / 20



* 14% dos entrevistados não souberam ou não puderam responder essa questão.

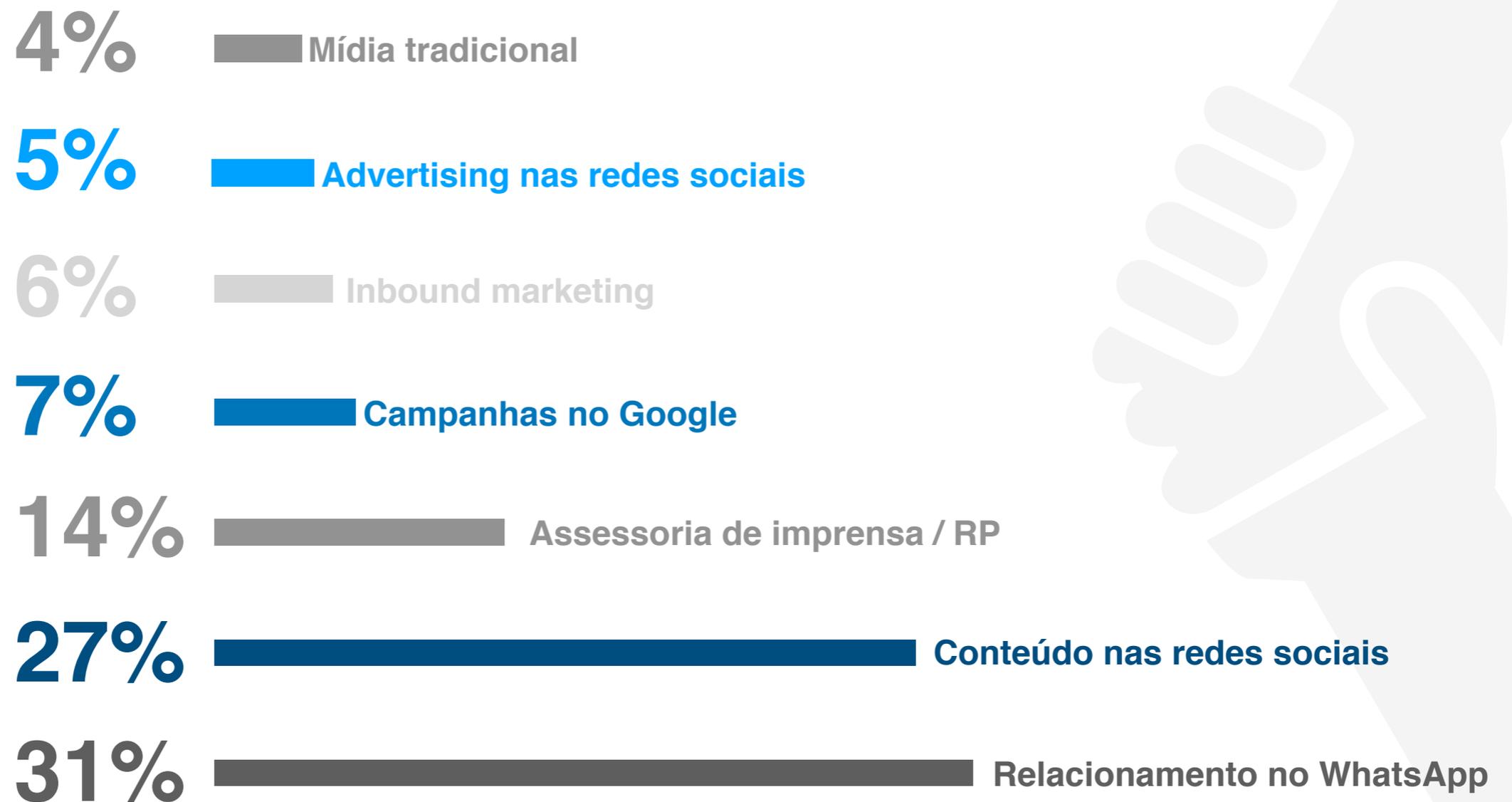


CANAL / ESTRATÉGIA COM MAIOR APORTE DURANTE A PANDEMIA



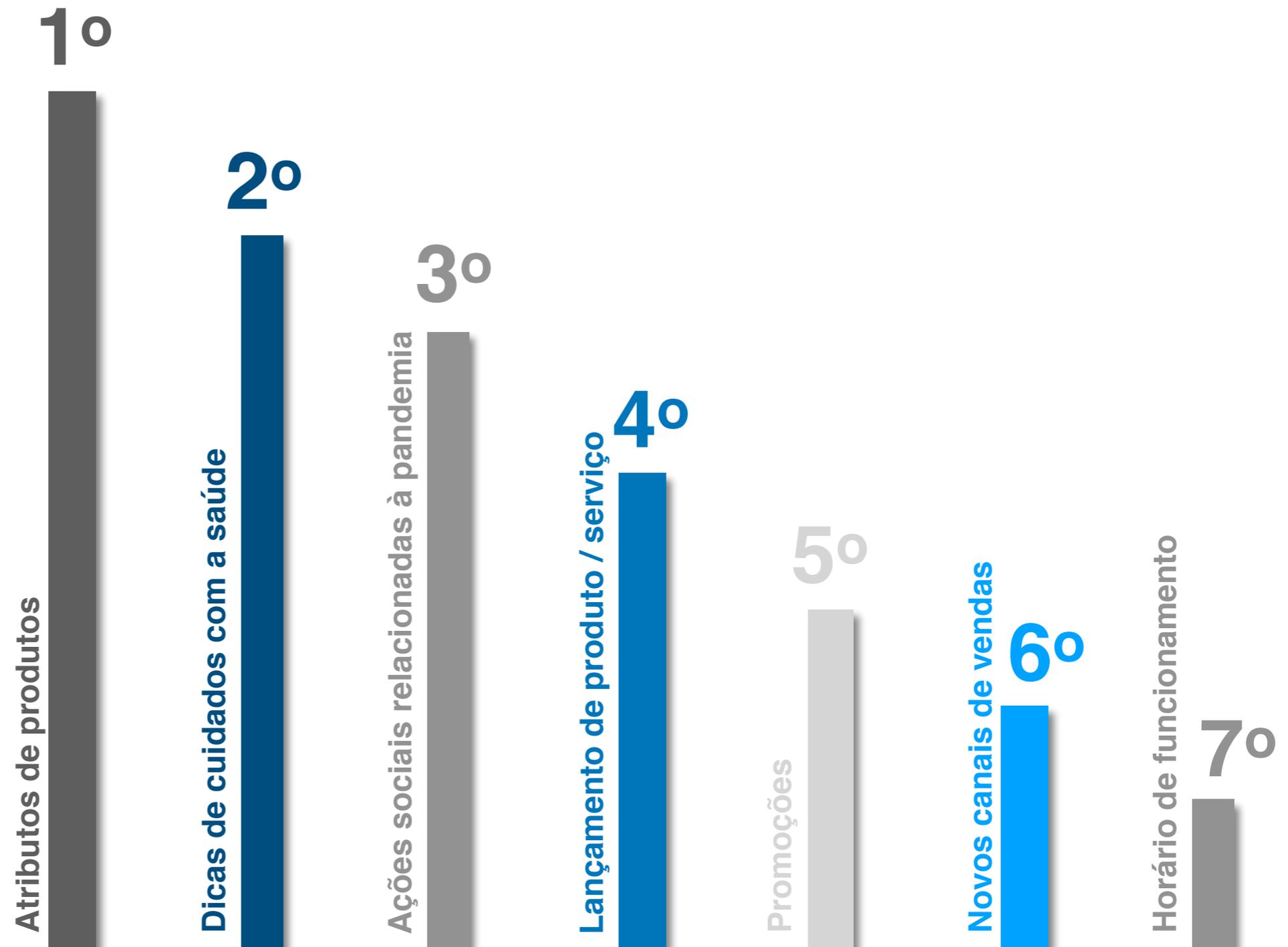


ESTRATÉGIA MAIS ASSERTIVA (VENDAS) DURANTE A PANDEMIA





TIPO DE CONTEÚDO USADO NAS CAMPANHAS DURANTE A PANDEMIA





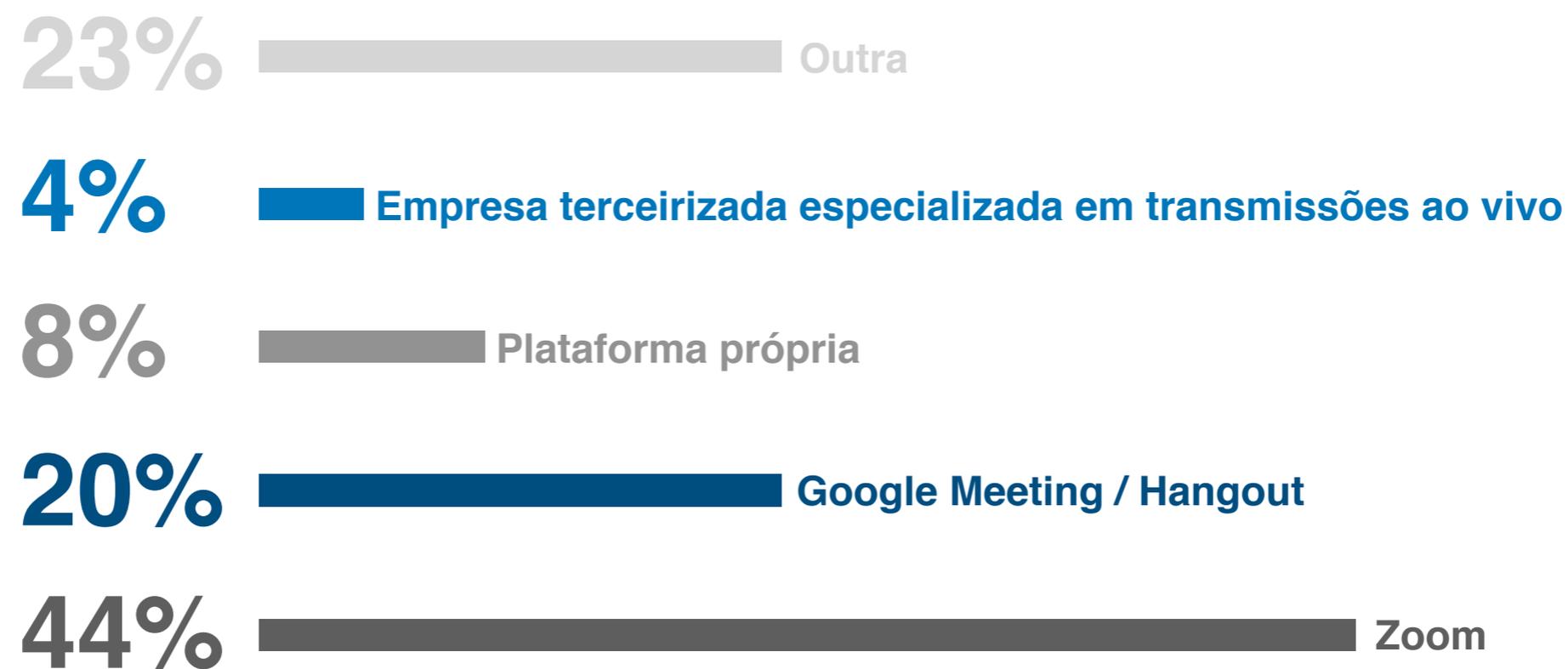
INTENÇÃO EM RETOMAR EVENTOS PRESENCIAIS EM 2020



* Dos entrevistados que pretendem retomar os eventos presenciais em 2020, **46%** responderam que pretendem retomar assim que as autoridades autorizarem; **25%** apenas a partir de setembro e **12%** a partir de outubro.

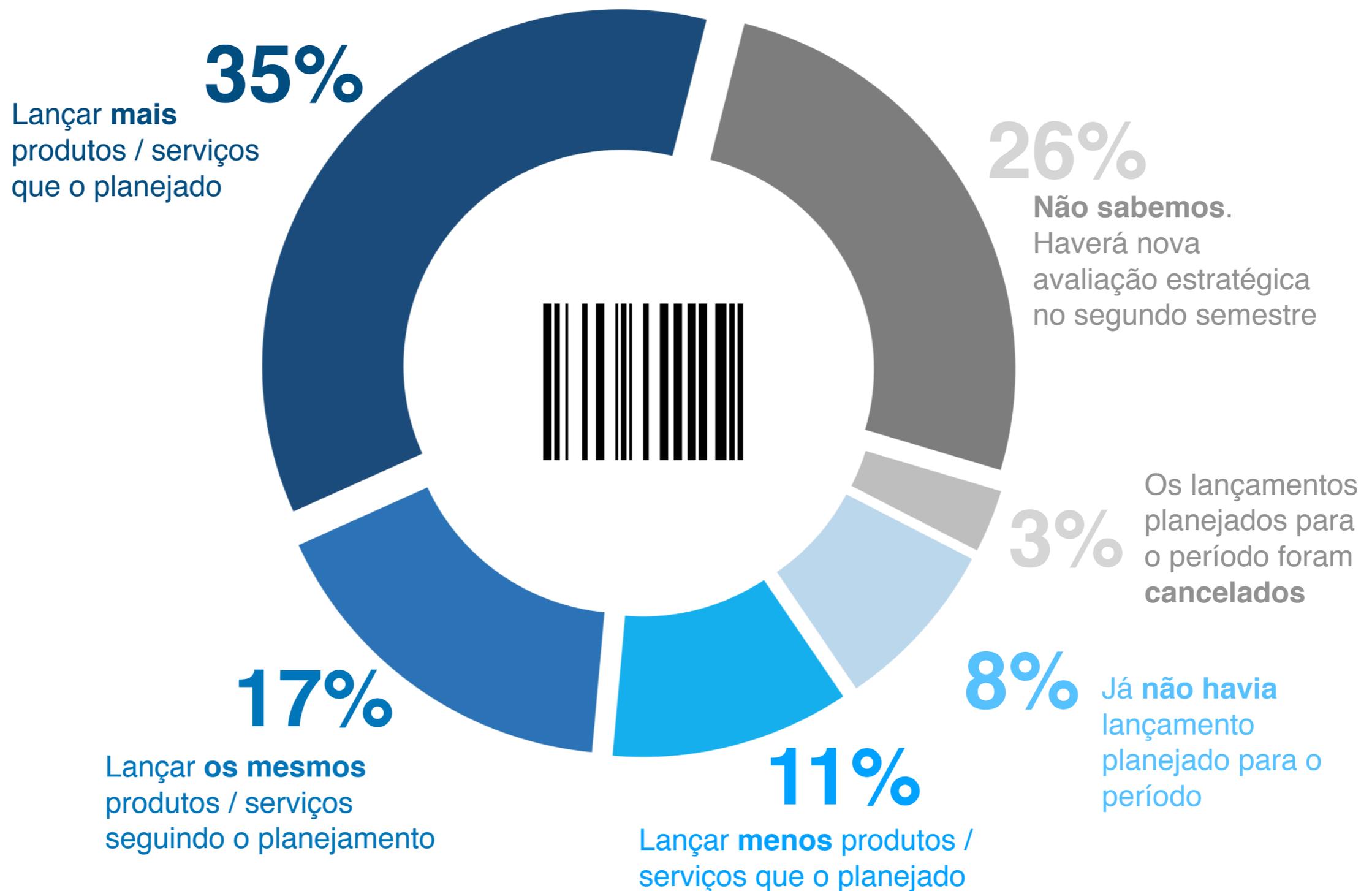


PLATAFORMA DE EVENTOS ON-LINE MAIS UTILIZADA DURANTE A PANDEMIA



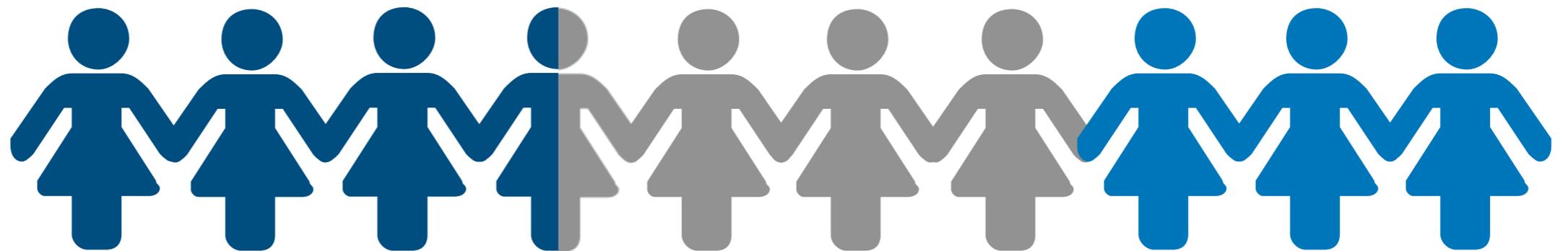


EXPECTATIVA DE LANÇAMENTO DE PRODUTOS NOS PRÓXIMOS 12 MESES





INVESTIMENTO EM PROJETOS DE RESPONSABILIDADE SOCIAL DURANTE A PANDEMIA



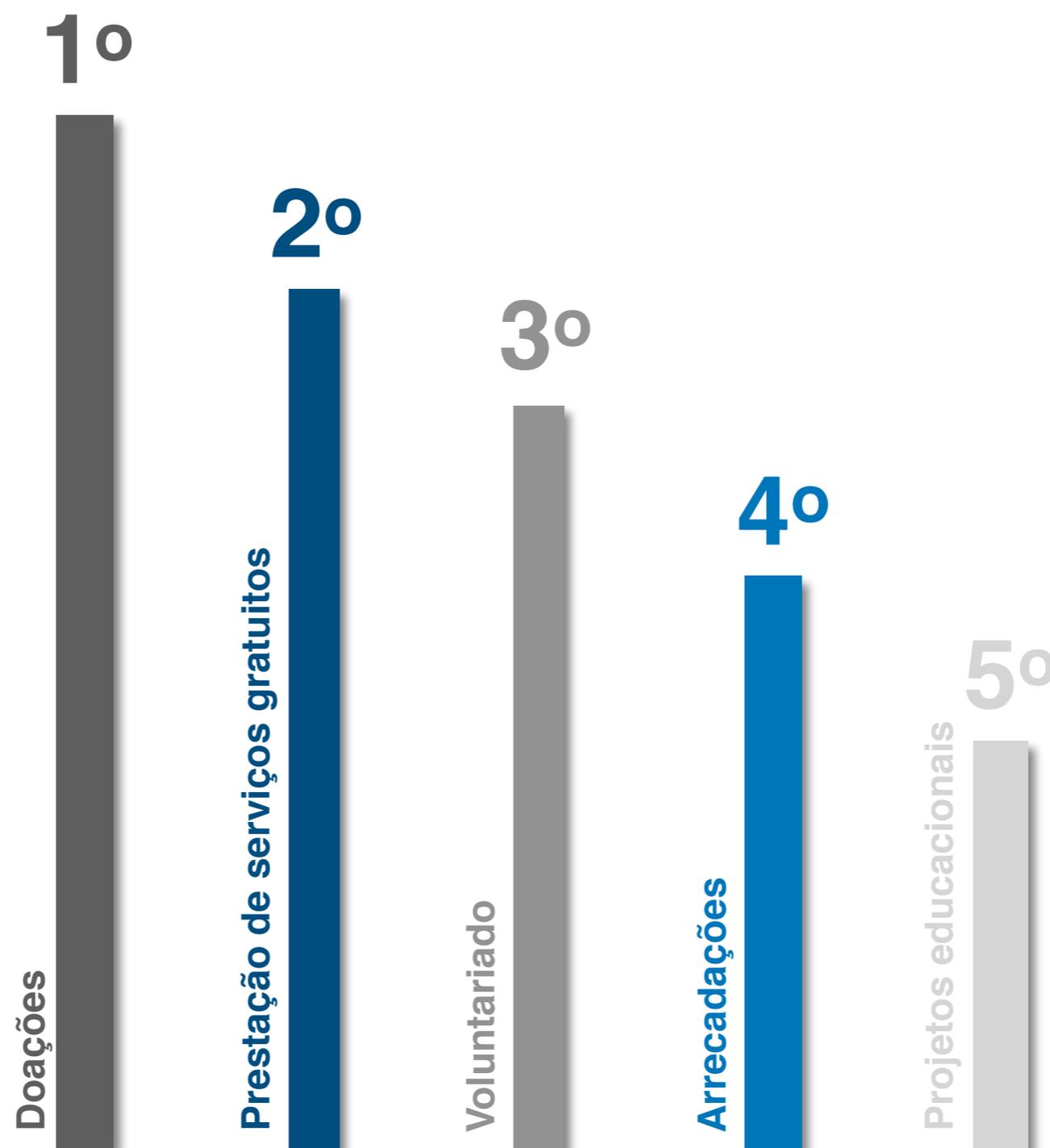
35%
Ampliado

35%
Mantido

30%
Reduzido

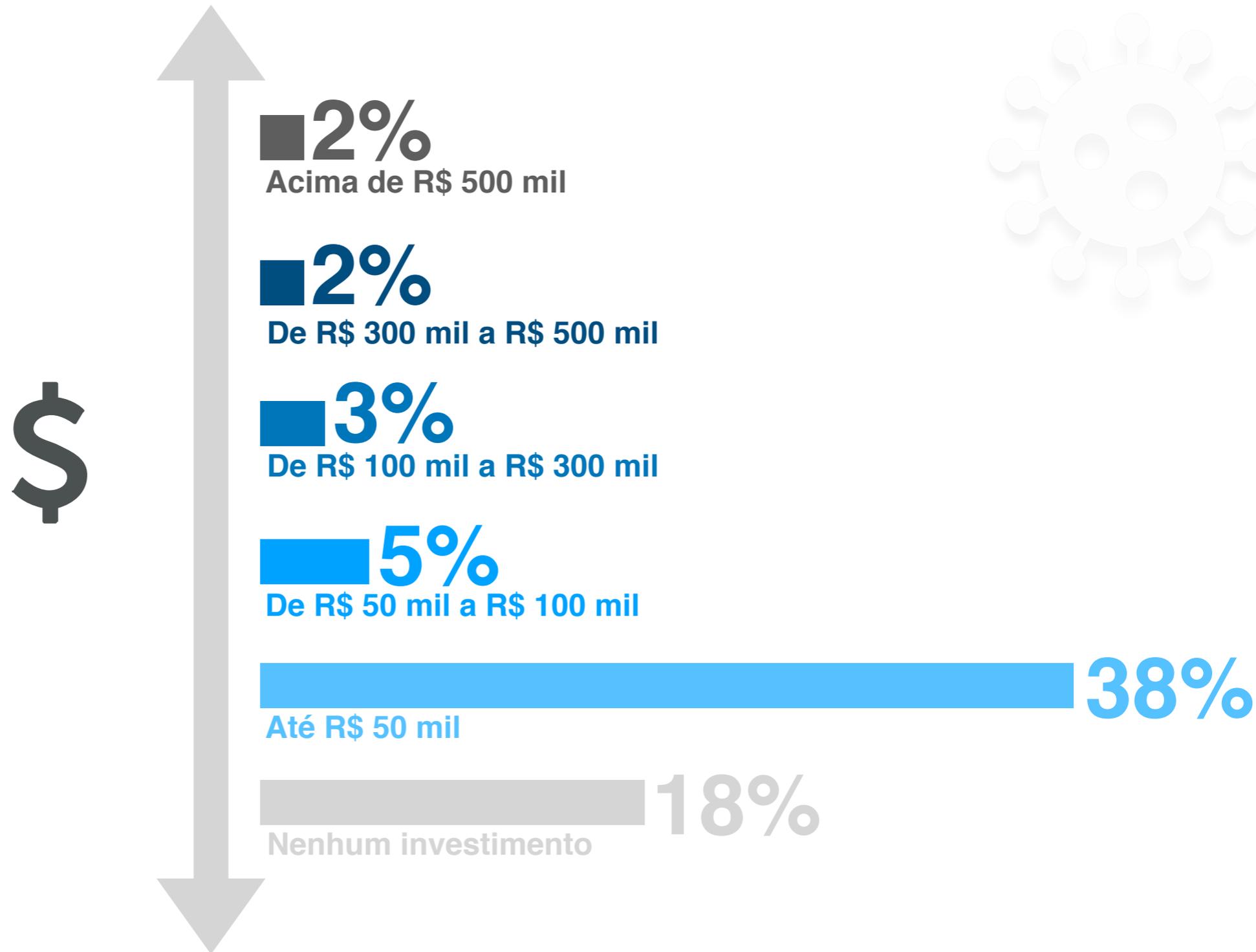


AÇÕES DE RESPONSABILIDADE SOCIAL DURANTE A PANDEMIA





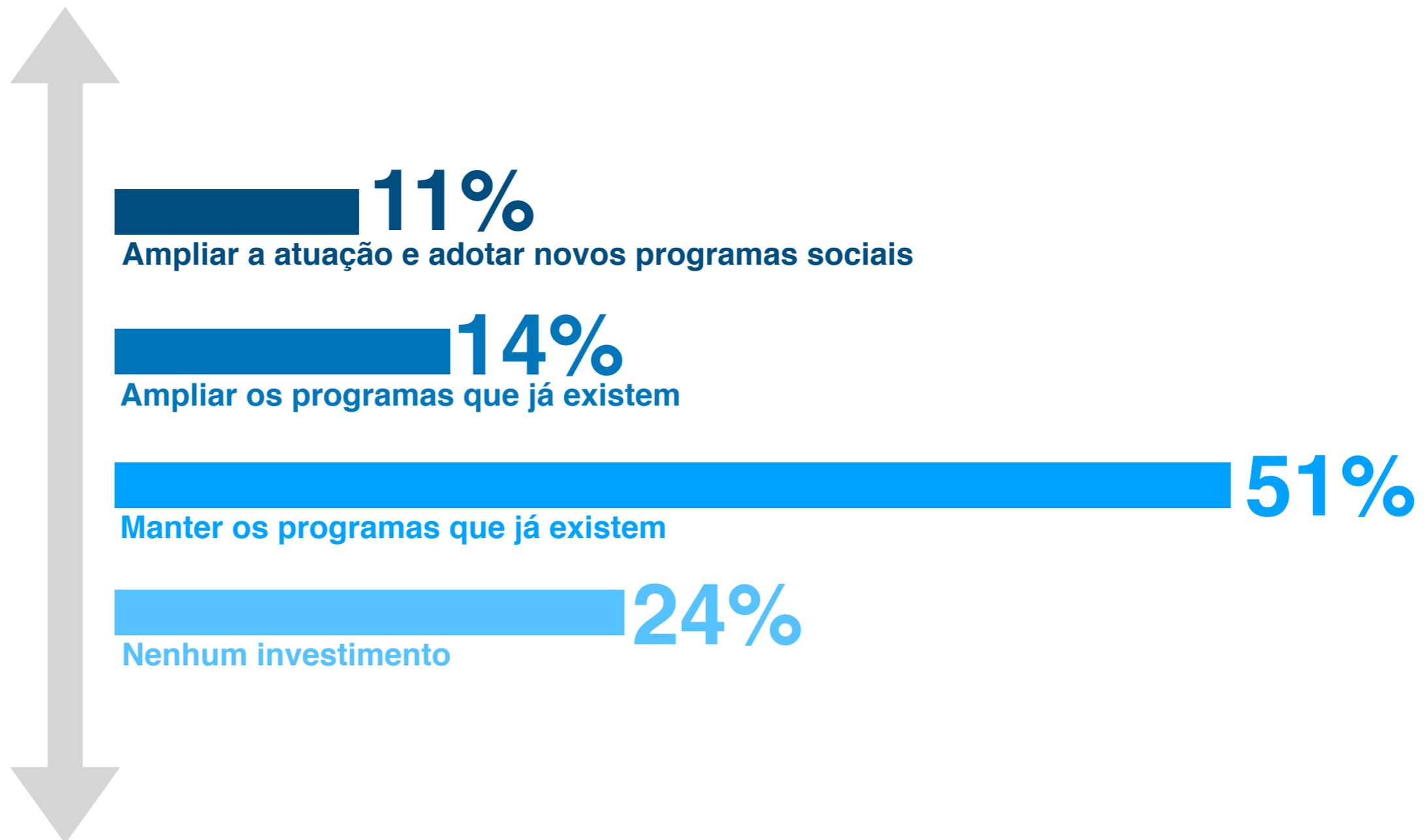
INVESTIMENTO EM RESPONSABILIDADE SOCIAL DURANTE A PANDEMIA



* **33%** dos entrevistados não souberam ou não puderam responder essa questão.

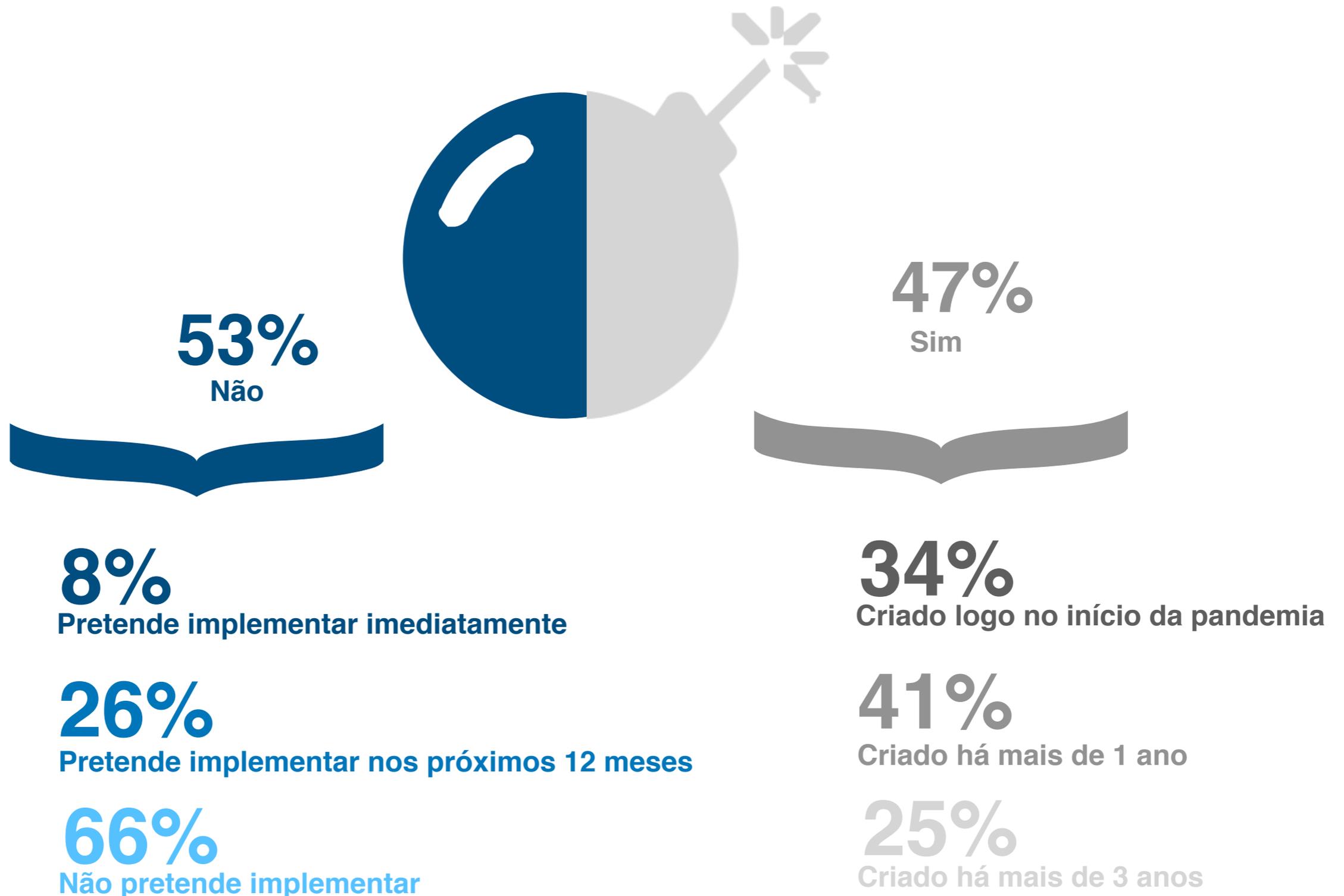


EXPECTATIVA DE INVESTIMENTO EM RESPONSABILIDADE SOCIAL NOS PRÓXIMOS 12 MESES



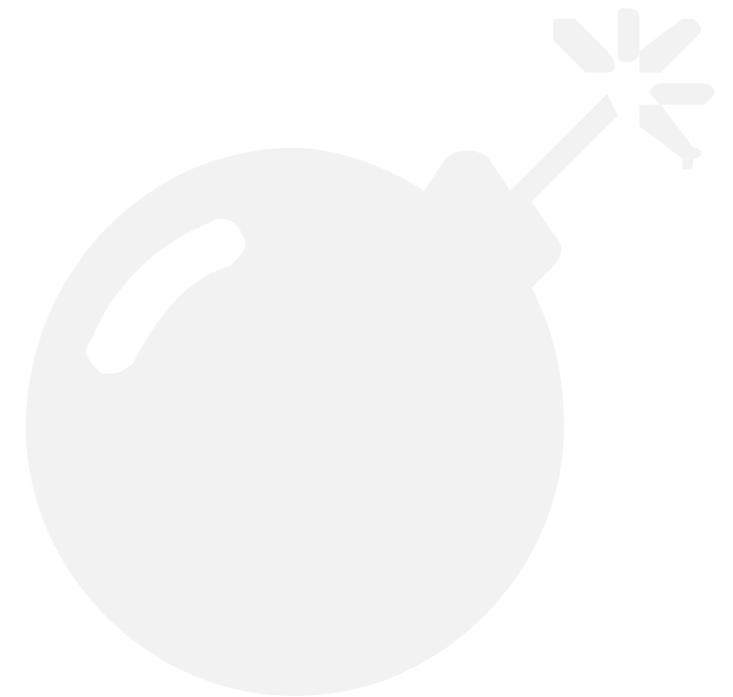


A EMPRESA POSSUI COMITÊ DE CRISES?





OPINIÃO: PRINCIPAL OBJETIVO DE UM COMITÊ DE CRISES





CONCLUSÃO

A pesquisa apontou que o novo coronavírus já alterou a lógica de muitos negócios e interferiu diretamente nas estratégias de comunicação. Como já presenciamos em outras crises, alguns empreendimentos serão profundamente impactados - podendo até desaparecer - enquanto outros vão crescer e alguns novos surgirão. Mas, desta vez, as rupturas serão um pouco mais rápidas e bruscas.

Ainda estamos enfrentando a pandemia, mas ela não acabará quando sairmos do isolamento ou quando a vacina for descoberta. Seus efeitos ainda vão perdurar e as marcas que forem mais **ÁGEIS, CRIATIVAS** e, sobretudo, **HUMANAS** sobreviverão.

Nesse cenário, a comunicação continuará sendo uma ferramenta muito importante para as companhias sobreviverem, mostrando suas ações e estratégias para um público cada vez mais **crítico e participativo** no dia a dia das marcas.

Ou seja, o **distanciamento físico** obrigou as empresas a se **aproximarem** e a **conhecerem de verdade** seus clientes.

“CENTRAL
PRESS,”

+55 41 3026-2610

WWW.CENTRALPRESS.COM.BR

FACEBOOK.COM/CENTRALPRESSCURITIBA

INSTAGRAM.COM/CENTRALPRESSBRAZIL