

O que as pessoas estão falando sobre o “novo normal” nas mídias sociais?

Durante esta pandemia, vimos mudanças afetarem muitos aspectos das nossas vidas. Fomos duramente atingidos na maneira de como agimos como consumidores e indivíduos. O termo usado para levantar as conversas nas mídias sociais foi o "novo normal". Embora o termo tenha sido tradicionalmente usado em relação às transformações econômicas, neste período tomou uma definição muito mais ampla. Indica, também, ajustes políticos e sociais.

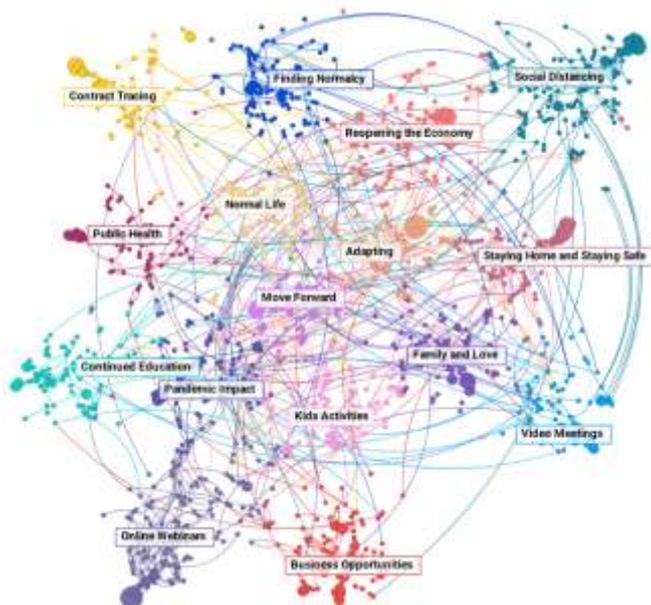
As conversas sobre o "novo normal" se enquadram em duas categorias: uma sobre como na prática podemos nos adaptar a eventuais novas pandemias; e, outra sobre como podemos encontrar a normalidade através dos relacionamentos humanos.



Muitas dessas conversas mostram a importância do uso dos recursos disponíveis para criar o “novo normal”. Encontramos grande quantidade de conversas sobre seminários e videoconferências on-line. Conversas sobre precauções, como distanciamento social e ficar em casa para se manter seguro. Também, conversas sobre preocupação a respeito da reabertura da economia e da educação on-line.

Quando as pessoas discutem o “novo normal”, também se interessam pelo papel que as pessoas a seu redor desempenharão - conversas sobre a importância da família e dos amigos, sobre as pessoas que amam e como voltar a uma situação um pouco mais próxima do normal.

Conversas sobre o “novo normal”



Grupo de Conversas	
Webinars	10,0%
Distanciamento Social	9,3%
Reabertura da Economia	7,0%
Oportunidades de Negócios	6,6%
Impacto da Pandemia	6,3%
Família e Amor	6,3%
Revisão de Contratos	6,2%
Encontrando a Normalidade	6,0%
Atividades para Crianças	6,0%
Adaptação	5,8%
Educação Continuada	5,5%
Fique em Casa e Fique Seguro	5,5%
Saúde Pública	5,1%
Vida Normal	5,0%
Siga em Frente	4,8%
Lives	4,6%

Sobre NewsStats



A plataforma **NEWSSTATS** cria soluções multicamadas personalizadas voltadas para a gestão de comunicação dos clientes. Análises por marca, produto, setor, região, entre outros parâmetros.

Os resultados das iniciativas de comunicação corporativa são analisadas em tempo por meio de múltiplos gráficos e de índices customizados, como **ROI-C**, que mostra o valor individual de cada notícia, **IPC-C**, que identifica o resultado do cliente frente aos seus concorrentes, **IPR**, que dá o valor de reputação da companhia e mostra as variáveis que criam este valor, além de índices comparativos externos como volume de vendas ou mesmo índices setoriais.

São mais de **15 KPIs** que indicam os resultados da comunicação e ajudam descobrir oportunidades para redução de custos e riscos.

Assista ao vídeo ilustrativo



www.businessnews.com.br / atendimento@businessnews.com.br / (11) 4115-7063

A **Business News** é uma rede de distribuição de notícias, especializada na entrega de *releases* corporativos, divulgações financeiras e conteúdo.

Copyright 2016 © Business News. Todos os direitos reservados.