



NEOENERGIA

APPROACH COMUNICAÇÃO

Abril de 2019

Relatório de Monitoramento Digital - Neoenergia

Nível de confidencialidade :

USO INTERNO

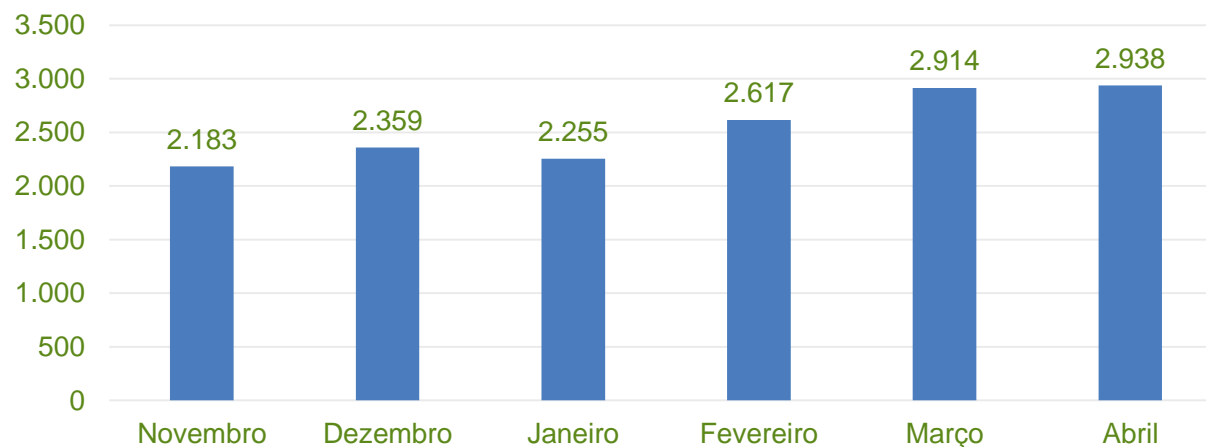
EVOLUÇÃO DAS MENÇÕES

Com um aumento de 0,8% em relação ao mês anterior, o volume de menções segue em tendência de crescimento, totalizando 2.938 ocorrências em abril.

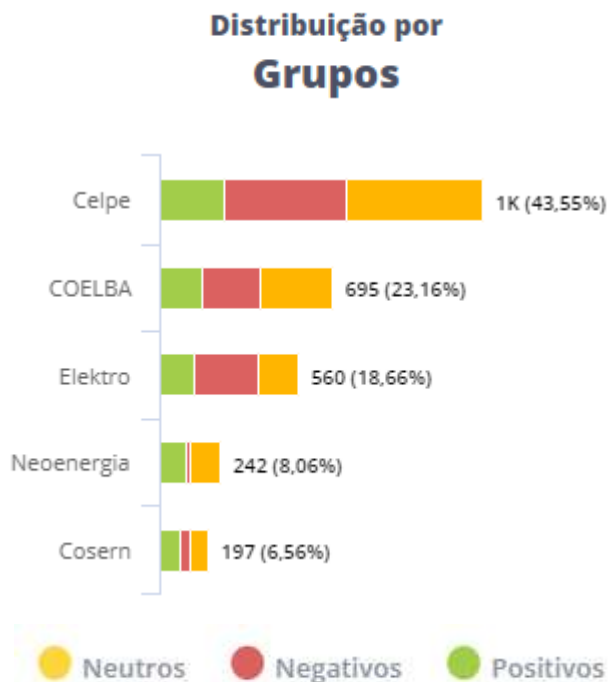
As menções negativas (54%) consistiram, majoritariamente, em reclamações sobre aumento da tarifa, desligamentos programados e falta de luz, além de serviços realizados com atraso, não realizados ou mal realizados. Dificuldades de atendimento também apareceram dentre as críticas. Houve maior presença em comentários em postagens no Facebook (40%), Twitter (26%) e Reclame Aqui (20%).

As menções positivas (15%) foram compostas, em sua maioria, por divulgações do lucro e crescimento da Neoenergia, notícias sobre ações de combate a ligações clandestinas e ofertas de vagas na empresa.

As menções neutras (31%) abrigaram brincadeiras de usuários mencionando as distribuidoras e notícias sobre assuntos como aumento na tarifa, desligamento programado, acidentes e manutenção de serviços. Perguntas e dúvidas sobre serviços também constaram como ocorrências neutras.

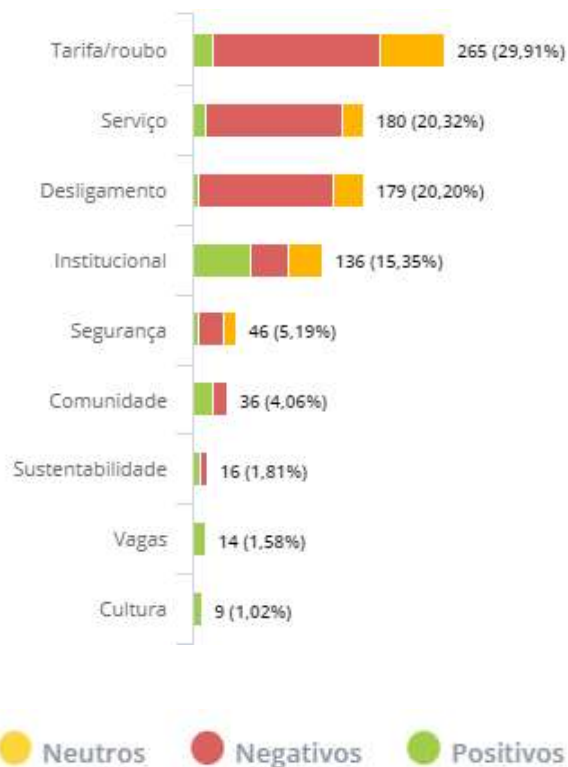


* Todas as análises foram feitas considerando a classificação de uma amostragem de 30% em cima do total de ocorrências.



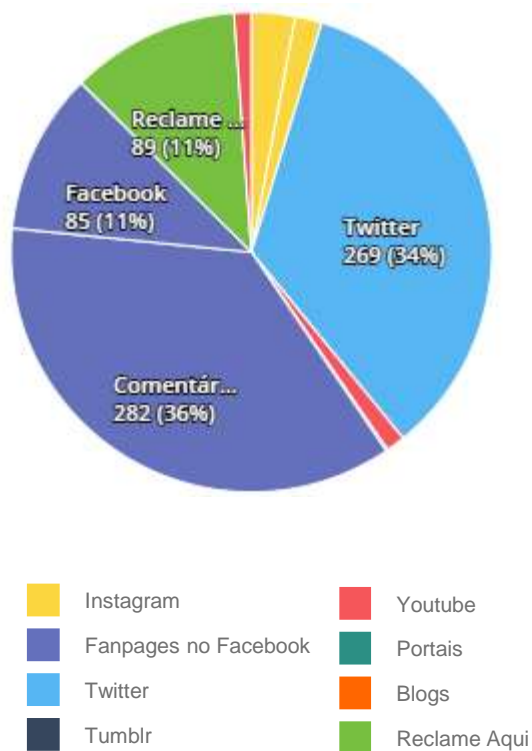
- **CELPE** – Os destaques negativos foram reclamações sobre o aumento da tarifa, dificuldades de atendimento e prestação de serviço e desligamentos / falta de luz. Nas menções neutras, informações sobre reparos e manutenção e brincadeiras com o estádio de futebol que teve a luz cortada, além de notícias neutras sobre o aumento tarifário. Já as ocorrências positivas consistiram, em maioria, em notícias sobre ações de distribuição de lâmpadas Led e outras ações voltadas à comunidade e à cultura. Vagas na empresa também apareceram dentre as ocorrências positivas.
- **ELEKTRO** – Entre as menções negativas, reclamações sobre problemas com atendimento, dificuldades para realização de serviços e falta de luz constante. Nas menções neutras, notícias sobre desligamentos programados e manutenções na rede e perguntas e dúvidas de usuários sobre contas e serviços. Nas menções positivas, predominaram notícias sobre as ações de combate a ligações clandestinas e elogios a funcionários.
- **COELBA** – Reclamações de usuários sobre desligamentos, falta de luz e aparelhos queimados por consequência, além de críticas ao aumento da tarifa, foram destaques negativos. Nas menções neutras, brincadeiras sobre não ser "dono da Coelba" e notícias sobre desligamentos, acidentes e manutenções foram destaques. Já as menções positivas incluíram divulgações de vagas e postagens de apoio ao combate aos perigos das ligações irregulares.

Distribuição por Temas



- **NEOENERGIA** – Notícias sobre o IPO e lucro da companhia, venda de ações e anúncios de vagas foram os principais temas de menções positivas. Já nas menções neutras, matérias institucionais foram predominantes. Entre as negativas, críticas à Neoenergia devido à demora no atendimento e dificuldade de contato por telefone.
- **COSERN** – Anúncios de vagas, notícias sobre ação de combate a "gatos" e patrocínio e fomento a atividades culturais foram os destaques positivos do mês. Nas menções neutras, brincadeiras com o nome da distribuidora e anúncios de manutenções e desligamentos programados. Reclamações sobre quedas de energia, aparelhos queimados, iluminação pública precária e serviços não executados foram destaques negativos.

Distribuição por Canais



Comentários em posts públicos no Facebook representaram a maior parte das ocorrências, com 36% do total, seguidos pelo Twitter (34%), Facebook (11%) e Reclame Aqui (11%).

Nos comentários do Facebook, reclamações são maioria, geralmente relacionadas a cortes de luz e aparelhos queimados, além de problemas com serviços não realizados ou realizados com atraso.

No Twitter, a maior parte das menções correspondeu a reclamações sobre desligamentos, falta de luz e o serviço prestado pelas empresas, além de compartilhamento de notícias. Muitos usuários também criticaram o aumento da tarifa.

No Reclame Aqui, a maior parte das ocorrências consistiu em críticas ao preço da conta, desligamentos, falta de luz constantes e serviços não realizados / com atraso.

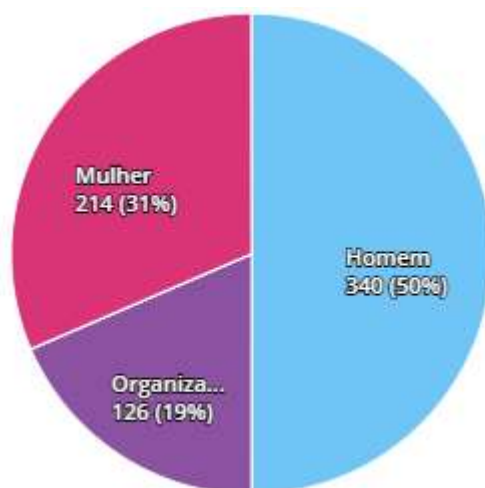
Em relação às publicações no Facebook, predominaram compartilhamento de notícias sobre a autorização para aumento da tarifa e anúncios de desligamentos programados e manutenções.

Público posta e interage em tempo real

54% das publicações foram feitas por smartphone



Distribuição por
Gênero

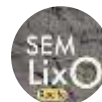


O interesse predominante dos usuários foi pelos temas Mídia, Mídia Online, Sociedade, Comunidade, Imprensa Social e Direito, Governo e Política.

Influenciadores relevantes este mês:



Príncipe Arthur Ryan | @principearthurryan | Instagram | Influenciador mirim



Recife Sem Lixo | @recifesemlixo | Instagram | Perfil focado em sustentabilidade



Balãozinho Mágico | @escolabalaozinhomagico | Instagram | Escola

MENÇÕES DE DESTAQUE



Rápido no Ar (129 mil curtidas)
Post teve 555 reações, 152 comentários e 120 compartilhamentos.



Príncipe Arthur Ryan (65 mil seguidores)
Post teve 701 curtidas e 10 comentários,



Recife Sem Lixo (8 mil seguidores)
Post teve 261 curtidas e 13 comentários.



TV Clube PE



Bahia Notícias



Prefeitura de Ilhabela

GLOSSÁRIO

Fãs / seguidores: pessoas que curtem a página ou seguem o perfil.

Interações: todos os tipos de interações com a página, como cliques, curtidas, comentários, compartilhamentos e reações.

Reações: permitem que os usuários curtam amem, riam e tenham outras reações às publicações.

Alcance: é o número de pessoas que viram algum conteúdo associado à página.

Impressões: número de vezes que uma publicação da página é exibida, tenha ela sido clicada ou não. As pessoas podem ver diversas impressões da mesma publicação.

Envolvimento / usuários engajados: ações diretas e específicas, ou seja, soma de curtidas, comentários e compartilhamentos.

Taxa de engajamento: é o número envolvimento (curtidas, comentários, compartilhamentos e clicks no post) dividido pelo alcance total (número de usuários que viram o post).

Post patrocinado / impulsionado: é uma forma de campanha paga feita para aumentar o alcance das postagens da página.

Post segmentado: post direcionado a um público específico, seja por faixa etária ou localidade.

Cliques em publicações - outros links: cliques não no conteúdo da publicação, como cliques no título da página ou cliques em “ver mais”.

Menção / ocorrência: qualquer publicação que mencione a marca analisada em alguma rede social.

Publicador: usuário que efetuou a menção.

Sentimento: são as qualificações da menções, que podem ser classificadas como positivas, negativas ou neutras.



NEOENERGIA

APPROACH COMUNICAÇÃO

Abril de 2019

Júlia Quinan

julia.quinan@approach.com.br

Fernanda Castelo Branco

fernanda.castelo@approach.com.br