# Site

O site é um ponto de contato da marca que expressa e reforça seu posicionamento. Ele está dentro de um ecossistema e se relaciona com vários outros pontos de contato da marca com seu público-alvo: mídias sociais, eventos, espaço físico e ativações pessoais. Ele nos ajuda a marcar presença e a ser encontradas. A estrutura do site deve ser resultado do cruzamento entre objetivos estratégicos, função na jornada de serviços e relação com o público.

Diagnóstico do site atual

Pontos positivos: mostra abrangência da Enlace; tem boas páginas de “quem somos”, “projetos” e “voluntariado”; acesso para plataforma de doações; sessão com vídeo de imprensa usado para mostrar projetos.

Pontos negativos: não é editável; falta cardápio de formas de contribuir; precisa de mais cultura do voluntariado com profissionalismo; precisa de dados e indicadores; vídeo de impacto; cadastro de newsletter; como ser um voluntário

Relacionamento dos públicos

1. Voluntárias: indicação de amiga para explicação de formas de participar e convencimento a participar. Uma página então deve reunir dados objetivos sobre os projetos, como participar, requisitos mínimos e contato das responsáveis. Para convencimento, depoimentos de outras voluntárias. Depoimentos de públicos que queremos atingir: 1 universitária, 1 ensino médio, 1 adulta, 1 aposentada.
2. Doadores: indicação de amiga para explicação de formas de doar e convencimento a doar. Cardápio de formas de contribuição (pontual, recorrente, segurança e explicação sobre o pagseguro, ideias para recursos e materiais de doação, cesta básica. 1 universitária e 2 adultas que contribuam.
3. Empresas: graus de transparência, portfolio e indicadores de impacto. Página paralela com o quem é quem da equipe (diretoras e coordenadoras). Explicação sobre imposto de renda PF e PJ.

Objetivos estratégicos

1. Explicação do que fazemos - Explicação deve ser suprida com a explicação institucional, concretizada nas notícias.
2. Endosso e credibilidade
3. Impacto - por meio de infográficos.

Indicadores mensuráveis

* Quais páginas as pessoas estão acessando e por quanto tempo?
* Notícias mais recentes estão sendo visualizadas?
* Quantas pessoas estão baixando o Manual do Voluntariado?
* Quantas pessoas responderam ao formulário no site?
* Quantas pessoas visualizaram página de transparência e por quanto tempo?
* Quantas pessoas se inscreveram na newsletter?
* Quantas pessoas clicaram no pagseguro?
* Quantos contatos ativos advindos do site?

Estratégias para aumentar fluxo

* Impulsionamento em redes sociais
* Palavras-chave para estratégias de SEO
* Participar de redes de networking como a Atados

Arquitetura de informação

Consiste no entendimento da organização e hierarquização da informação no site atual e definição da estrutura e organização para o novo site.

Objetivos:

1. Explicação

Mais informação de projetos

Requisitos e dados objetivos para ajudar para as voluntárias

Informações e formas de ajudar para doadores

2. Convencimento

Dados de impacto da Enlace

Depoimentos de pessoas

3. Relacionamento

Estímulo para uso contínuo do site por doadoras e voluntárias

Estímulo para construção de parcerias com empresas