

A COMUNICAÇÃO NÃO É A RESPOSTA PARA TUDO...

... mas é parte das soluções.





QUEM SOMOS?

ENDO MARKETING

Promovemos um ambiente interno humanizado e reconhecemos as pessoas como essência ativa do negócio para potencializar resultados.





**NO QUE
ACREDITAMOS?**



O PROFISSIONAL

É UM MARAVILHOSO ORGANISMO

CAPAZ DE CRIAR, RECEBER E

DECODIFICAR MENSAGENS, FORMULAR

JÚZOS E VALOR,

REGISTRAR MOMENTOS,

RESOLVER PROBLEMAS

E COLOCAR PLANOS EM AÇÃO



The image features a white background with a complex network of thin, light grey lines forming various geometric shapes, primarily triangles and polygons. A solid purple horizontal band cuts across the middle of the image. The text is centered within this band.

TANTAS CAPACIDADES DEPENDEM EXCLUSIVAMENTE DO
TAMANHO DA SUA AUTOMOTIVAÇÃO.

E PARA MOTIVAR PRECISAMOS
INFORMAR E INTEGRAR.





**O QUE É
COMUNICAÇÃO
INTERNA?**

SOMOS CIDADÃOS DO MUNDO

“Simplesmente porque nenhuma informação, dado ou situação que ocorra dentro do perímetro de uma empresa ficará restrita aos seus muros. Isso, simplesmente, é impossível (...) E não se deve creditar unicamente à modernidade das redes sociais a culpa por tal situação. O público interno é, sempre foi e sempre será, cidadão do mundo”.

O QUE É COMUNICAÇÃO INTERNA?

Focar suas ações nos FUNCIONÁRIOS de uma empresa.

- **Transmissão e compartilhamento** de informações
- A troca pode ser **vertical** (entre líderes e liderados) ou **horizontal** (entre colaboradores do mesmo nível hierárquico).
- Manter os colaboradores **ALINHADOS** e **ENGAJADOS** com os **OBJETIVOS, CAUSAS** e **DISCURSOS** da organização.
- Aquilo que a empresa apresenta para o mundo deve estar **ALINHADO** ao que faz **dentro de casa**.
- Os colaboradores são os **REPRESENTANTES** do negócio.

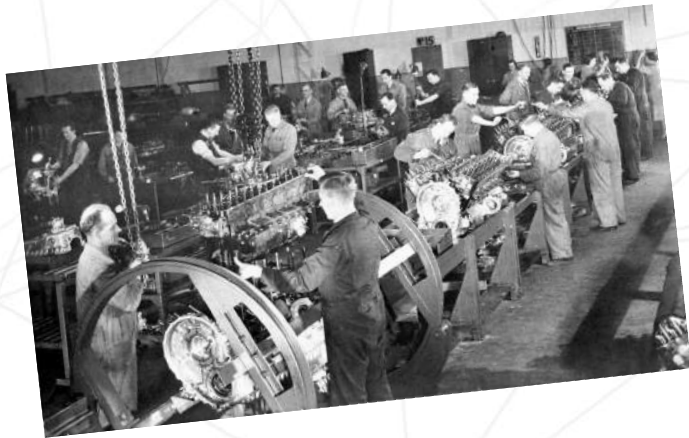
POR QUÊ É IMPORTANTE?

Ter os colaboradores **ALINHADOS** e **INTEGRADOS** é um diferencial que ajudará a **FORTALECER** o seu negócio.

- Colaboradores que **ACREDITAM** no negócio e vestem a **CAMISA** da empresa.
- Todos cientes dos objetivos de curto, médio e longo prazo. Podem ser cobrados por isso.
- Todos focados no **CRESCIMENTO** e no **ALCANCE** de metas
- Braço direito da liderança

O MUNDO ESTÁ MUDANDO

COMO SÃO OS...



SEUS FUNCIONÁRIOS?

TODO MUNDO FICOU SABENDO...

Tem corte de
benefícios e
tem sorteio
para cliente?



NÃO DÁ PARA IGNORAR...



Qual é o elefante rosa da sua empresa?

O que não podemos mais ignorar?

The background features a light gray wireframe pattern of interconnected lines forming various polygons. A solid purple horizontal band cuts across the middle of the image. The text 'E COMO COMUNICAR?' is centered within this band in a white, bold, sans-serif font.

E COMO COMUNICAR?

BRANDING/ ENDOBRANDING/ CULTURA ORGANIZACIONAL

QUEM É A SUA MARCA? COMO ELA CHEGA NA “RODA”?

- Qual a persona da sua marca?
- Como ela se comunica com os clientes?
- E qual o “tom da comunicação” da sua marca com seus funcionários?
- Todo mundo na mesma página.

The image features a white background with a complex network of thin, light grey lines forming various geometric shapes. A solid purple horizontal band is positioned across the middle of the image. The text 'COM QUEM EU ESTOU FALANDO?' is centered within this purple band in a white, bold, sans-serif font.

COM QUEM EU
ESTOU FALANDO?

VOCÊ CONHECE OS SEUS FUNCIONÁRIOS?

- **Além dos dados demográficos**
- Será que eles te entendem?
- Por quê eles estão na sua empresa? Necessidade?
- Eles vibram com as conquistas?

O TAL DO DIAGNÓSTICO

- **Perguntas relevantes e estratégicas**
- Entender e conhecer para crescer
- Quando sabemos para onde vamos, sabemos o que precisamos fazer

Como fazer?

Presencial, online, consultoria.

O TAL DO DIAGNÓSTICO

- Como você se sente trabalhando na empresa?
- Qual a maior vantagem de trabalhar na empresa? (Salário, benefícios, a empresa, carga horária e etc)
- Qual a maior dificuldade? (salário, benefícios e etc)
- Você se sente reconhecido ou valorizado?
- Você sabe quais os próximos passos da empresa? (Filial, meta, estrutura, lançamento)

The image features a white background with a complex, light gray geometric pattern of overlapping lines and polygons. A solid purple horizontal band is positioned across the middle of the image. The text is centered within this band.

E A COMUNICAÇÃO ESTÁ
EM TODO O LUGAR

COMO VOCÊ SELECIONA OS SEUS FUNCIONÁRIOS?

Como você contratou seus funcionários? INTUIÇÃO?

- Eles possuem os mesmos valores?
- Você confia na sua equipe?
- Como reconhecer? Como dar o feedback?

The image features a white background with a complex network of thin, light grey lines forming various geometric shapes. A solid purple horizontal band is positioned across the middle of the image. The text 'QUAIS OS BENEFÍCIOS?' is centered within this band in a white, bold, sans-serif font.

QUAIS OS BENEFÍCIOS?

O QUE A MINHA EMPRESA GANHA?

- EVITA RUMORES E FOFOCAS
- AUMENTA O SENTIMENTO DE PERTENCIMENTO
- ABRE ESPAÇO PARA DÚVIDAS E SUGESTÕES
- ENGAJA
- MELHORA A IMAGEM

The background features a complex network of thin, light-colored lines forming various polygons and shapes. A solid purple horizontal band cuts across the middle of the image, serving as a backdrop for the main text.

É PRECISO PLANEJAR

O QUE VAMOS COMUNICAR?

- **Datas comemorativas com sentido**
- Alinhamento com **MISSÃO, VISÃO E VALORES**
- Honre a **HISTÓRIA** da sua empresa
- Reforce onde querem **CHEGAR**



COMO EU PLANEJO?

PERGUNTANDO, ALINHANDO, FAZENDO.

- **POR QUÊ?**
- Qual a EFETIVIDADE DAS SUAS AÇÕES? **PERGUNTE! PERGUNTE! PERGUNTE!**
- COMUNICAÇÃO INTERNA **ALÉM DA SALA DECORADA.**
Ex: Corte de benefícios.
- Meça os **RESULTADOS RELEVANTES.** Vá além do café.

CASE CROSS CLEAN

CENÁRIO ANTERIOR

DISTANCIAMENTO ENTRE LIDERES E COLABORADORES

Não havia preocupação em engajar os funcionários.

Os problemas aconteciam e segundo os gestores era uma situação normal: o alto número de faltas, rotatividade, desmotivação e ruídos.

A culpa sempre era dos funcionários, alegando preguiça e falta de comprometimento como as principais causas dos problemas.

Coube a nós mostrar outra maneira de enxergar o porque desses problemas.

ANALISANDO

DIAGNÓSTICO

Dois diagnósticos, um para os líderes outro para os colaboradores

O resultado comprovou esse distanciamento, porém mostrou que ambas as partes sentiam falta dessa aproximação.

Falta de pertencimento

PLANEJAMENTO

QUAL AÇÃO TOMAR?

Primeiro passo: Criar um vínculo estabelecendo um canal de comunicação oficial da empresa.

Segundo passo: Melhorar o senso de pertencimento – IDENTIFICAÇÃO CRACHÁ.

Terceiro passo: Plano de carreira.

Quarto passo: Reavaliar o recrutamento

Quinto passo: Reuniões/Treinamentos.

Sexto passo: Mensurar e acompanhar de perto todas as ações.

MÃO NA MASSA

ALGUMAS DICAS

INVISTA EM SAÚDE: palestras, vídeos, dicas, ambiente interno saudável, café da manhã

PESQUISA DE CLIMA: Adapte para a realidade da sua empresa

CRIE CANAIS DE COMUNICAÇÃO: Que façam sentido e sejam estratégicos

DATAS ESPECIAIS: Datas coletivas (Dia das mães, Pais) ou individuais (nascimento do filho, aniversário, tempo de casa)

EVENTOS: Saúde Financeira, Palestras Educativas, Segurança

REUNIÕES: Planejamento, Próximos Passos, Metas e Desafios



VAMOS COMEÇAR?



30 anos, possui certificações internacionais como Professional & Self Coaching Leader Coach e Analista Comportamental pelo Instituto Brasileiro de Coaching – IBC, com pós graduação em Gestão de Marketing pela FAAP, especialização em Branding pelo Insper e certificada pela Aberje no curso de Comunicação Interna Avançada.

Com quase 10 anos de experiência na área de Comunicação Interna, atualmente é a idealizadora da Communica Plan, agência com foco em Endomarketing e Comunicação Interna com atendimento Nacional.

CONTATOS:

rose.catani@communicaplan.com.br

telefone: (11) 4114-6999

www.communicaplan.com.br

@communicaplan

@communica360

www.facebook.com/communicaplan



OBRIGADA!