

Endomarketing

O que veremos por aqui ...

Definição de endomarketing e diferenças entre as práticas de comunicação interna;
A importância do bom clima organizacional;
As barreiras à boa comunicação e
Ações concretas de casos de endomarketing e comunicação interna

E por que endomarketing é diferente de comunicação interna?

- **Comunicação Interna:**
 - Público de relacionamento
 - Longo prazo
 - Informação
 - Consientização
 - Relacionamento
- **Endomarketing e Cliente Interno:**
 - Público-alvo
 - "Vender" uma idéia
 - Curto e médio prazo
 - Objetivos específicos, com campanhas geralmente em torno de um mesmo tema ou idéia



Características do endomarketing

(...) o endomarketing consiste em uma filosofia de gerenciamento que, além de estimular a motivação dos funcionários, estimula entre eles valores orientados para a satisfação do cliente. O conceito principal de marketing interno pressupõe que a harmonia de interesses no interior da organização facilita qualquer ação mercadológica externa. (Simões, 2001)



Endomarketing

O termo endomarketing surgiu a fim de descrever a aplicação do marketing dentro da companhia e deu-se basicamente por dois motivos: a **redescoberta dos recursos humanos** como recursos raros e estratégicos para a empresa e a **valorização do marketing de serviços** como elemento essencial para a performance da organização.



Pontos a considerar ...

- **Envolvimento com o trabalho:** Indica o quanto uma pessoa identifica-se psicologicamente com seu trabalho. Os gerentes de comunicação devem ser capazes de identificar os empregados não engajados e colocá-los em posições mais adequadas a seus desejos e habilidades.
- **Engajamento organizacional:** refere-se ao quanto o funcionário deseja permanecer como membro da organização. O engajamento pode ser estimulado, especificamente quando os empregados passam a ser considerados integrantes valiosos da empresa.
- **Motivação no trabalho:** é o que energiza, direciona, canaliza e sustenta o comportamento e as ações do pessoal. A motivação pode ser estimulada por alguma recompensa ou sentimento que o empregado espera receber como resultado de seu bom desempenho.

O que é clima organizacional?

- “É o indicador do grau de satisfação dos membros de uma empresa em relação a diferentes aspectos da cultura ou realidade aparente da organização, tais como a política de RH, modelo de gestão, missão da empresa, processo de comunicação, valorização profissional e identificação com as variáveis corporativas”.

Roberto Coda, professor da FEA-USP
(Tese de Livre-docência: Pesquisa de Clima Organizacional: Uma contribuição metodológica)

Barreiras à Comunicação

- Deficiências e diferenças culturais
- Mensagens mal elaboradas/expressas
- Interpretações equivocadas
- Falta de confiança na fonte
- Desatenção
- Falta de informação

Entendendo as diferenças na prática Estudo de caso: Infoglobo Ações de comunicação interna e endomarketing



A comunicação interna para o



“A comunicação interna em uma empresa deve estimular boas relações entre os funcionários e estabelecer uma rede de princípios na qual os profissionais internos e externos possam estar a par das decisões e objetivos da empresa”

Compromisso

- Fornecer informações atualizadas sobre o que interessa ao público interno;
- Estimular a integração, motivação, qualidade de vida e comprometimento;
- Colaborar para a melhoria contínua do nível de satisfação com o ambiente de trabalho e o clima interno;
- Estimular a comunicação nas áreas e criar novos canais de comunicação.

Informação + Motivação = Satisfação e produtividade

Veículos da Comunicação Interna na Infoglobo:

Quadro de Aviso
Oferecem mais rapidez na notícia. São 74 quadros espalhados pela Infoglobo.



Planeta Globo:
É um jornal interno que aborda pautas sugeridas por funcionários e outros temas definidos em uma reunião mensal. Todos podem enviar sugestões de pauta para este jornal interno. Os temas são analisados e, de acordo com a disponibilidade, podem ser publicados na(s) próxima(s) edição(ões).



Intranet:
Oferece notícias, serviços, promoções e informações institucionais, como visão, missão, valores, história da Infoglobo e ainda a descrição dos nossos produtos, incluindo os dados de mercado.



E-mail Minuto e E-mails corporativos:
Também constituem-se como importantes veículos de comunicação interna.



Descanso de tela:
Disponibilizam comunicados de promoções, campanhas e outras novidades destinadas aos funcionários.



Os personagens da comunicação

Com muito bom humor, a área de comunicação interna lançou uma campanha em 2006 para despertar a curiosidade e atenção dos funcionários sobre a importância da comunicação na empresa.

Cada personagem representa, na verdade, comportamentos que prejudicam o bom fluxo de comunicação em qualquer organização.

Sr. Sóbóia

Na mesa de trabalho, ele tem uma foto dos três macaquinhos que não falam, não ouvem, não vêem. Sua frase predileta é "Só sei que nada sei". Desculpe, mas não obtivemos mais informações sobre ele.

**Ti-Ti-Tinoco**

Para bom fofoqueiro, meia palavra basta. Parodiando seu ídolo, Nelson Rubens, ele não só aumenta como inventa também. O corredor é o seu habitat natural. Filme preferido? "Teoria da Conspiração". Prato preferido? Língua.

**Nora Neura**

A farmácia é seu 'point', "Cidade Alerta", seu programa preferido. Uma nuvem é sinal de tempestade. Um céu cinzento? Chamem o Noé, pelo amor de Deus!! Neuróticos, hipocondríacos e alarmistas costumam sentir-se bem melhores perto dela.

**Baitazar**

Não há situação ruim que não possa piorar. Costuma implicar com o Garfield por ele só detestar as segundas-feiras. Seu animal de estimação é o Faísca, um corvo que vive com ele há 13 anos. Sua casa tem espelhos quebrados e diversas escadas...para ele passar por baixo, é claro!



Ações de integração, reconhecimento, valorização, culturais, sociais e qualidade de vida

Ações de integração

Programa Café com você:

Um grupo de aniversariantes do mês se encontra com o Diretor Geral e o Diretor de Cultura Organizacional para um Café. Este encontro oferece a oportunidade de os funcionários e diretores se conhecerem um pouco melhor e conversarem sobre diversos assuntos.

**Ações de Reconhecimento**

Programa idéias que fazem a diferença:

O objetivo do programa é reconhecer e premiar os funcionários que implementaram idéias e trouxeram resultados para a empresa, valorizando e estimulando a inovação e a criatividade. É formado por duas categorias: líder e funcionário.



Eu faço história:

O objetivo é prestar uma homenagem aos funcionários que completam determinado tempo de casa, reconhecendo a importância do seu papel, sua dedicação e o comprometimento para o desenvolvimento da organização e das pessoas.



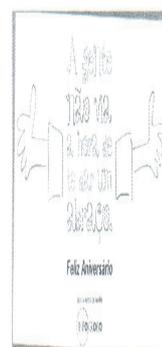
Uma viagem pela notícia:

Trata-se de um programa de visitação para os filhos dos funcionários, para que estes tenham a oportunidade de conhecer o local de trabalho de seus pais.



Entrega dos brinquedos para filhos dos funcionários e estagiários de 0 a 10 anos, realizada no final do ano.

Concurso de desenhos para filhos dos funcionários e estagiários, realizado no final do ano e dividido em três categorias: 3 a 5 anos, 6 a 8 anos e 9 a 12 anos.



Cartão de aniversário enviado aos funcionários e estagiários na semana anterior ao seu aniversário.



Cartão de recém-nascido que vira porta-retratos, enviado aos funcionários e estagiários após o nascimento do bebê.

Ações Culturais

Coral:

É composto por funcionários e estagiários, que se apresentam em eventos de celebração da empresa.



Feira de livros:

É realizada 2 vezes por ano com o objetivo de incentivar o hábito da leitura entre os funcionários.

Funcionarte:

Evento que acontece no final do ano e conta com a participação de funcionários, terceirizados ou estagiários, que apresentam seus talentos para cantar, dançar ou atuar, por exemplo.



Exposições:

Realizadas em comemoração a datas especiais. Algumas são itinerantes.

Ações Sociais

Diversas campanhas sociais são criadas na Infoglobo em parceria com seus funcionários e colaboradores.



Infoação

O Infoação (programa de voluntariado da Infoglobo) é formado por um comitê de 12 profissionais de diversas áreas da empresa com objetivo de implantar, fomentar e capacitar todas as pessoas, entre funcionários, ex-funcionários e familiares, interessados em participar de atividades voltadas ao voluntariado. O programa é dividido em três linhas de ações e está alinhado com as metas do milênio estabelecidas pela ONU (Organização das Nações Unidas). A Diretoria de Cultura Organizacional é responsável pelo programa.

Núcleo de Ações Sociais:

Responsável por arrecadações, entregas e doações diversas.

Núcleo Faça Você Mesmo:

Responsável pela capacitação e pelo encaminhamento de voluntários e líderes para Rio Voluntário.

Núcleo Eduque Você Mesmo:

Responsável pela capacitação de profissionais para lecionarem.

Objetivos

- Incentivar o engajamento dos funcionários em ações sociais;
- Fortalecer o exercício da cidadania;
- Conscientizar sobre a importância da responsabilidade social;
- Reforçar o comprometimento da empresa com as ações comunitárias.

Obrigado pela presença.