

PRÊMIO
JATOBÁ PR 2020

Categoria:

Agência-Butique
Comunicação Interna

Case:

Allianz Partners
#ProntosProFuturo

Relatório de Resultados:

Principais métricas e respostas obtidas nas plataformas utilizadas e resultados de **Questionário de Avaliação**, respondido voluntariamente por 102 colaboradores no período de 07 a 16/8/2020.

Allianz  **Partners**

fmcom

DIA DO ANALISTA DE ATENDIMENTO

Ação feita no dia 4/7, com ligações realizadas pelos líderes e equipe de projeto, para celebrar a data.



277 analistas impactados.

241 reações positivas (  ) e **68** comentários em postagem.

32 participantes da ação responderam a pesquisa.

- Colaboradores envolvidos na ação foram surpreendidos positivamente: elogiaram a iniciativa e manifestaram alegria, emoção, gratidão pelo reconhecimento e orgulho em fazer parte da Allianz Partners.
- Parte dos não envolvidos demonstraram aprovação da ação e compartilharam da alegria dos analistas que receberam as ligações.
- Pessoas que realizaram as ligações deram retorno positivo sobre a experiência.

Grau de satisfação: 4,7 ★

* Grau Máximo 5,0 ★

GRUPO NO FACEBOOK

Canal interativo e acessível que centralizou todas das ações realizadas na campanha #ProntosProFuturo.



602 membros em 18/8/2020 (51,4% dos colaboradores ativos).

51 publicações, **4.891** comentários e **15.588** reações acumuladas até 18/8.

Média de **334** (55%) membros ativos por dia.

78 membros responderam a pesquisa.

- A maioria dos respondentes considera que as ações no Grupo foram adequadas ao home office e à nova realidade, além de inovadoras. Elogiaram ainda a linguagem informal utilizada.
- Também foi mencionada a liberdade de assistir e ler os conteúdos fora do expediente e a interação com os colegas, viabilizada pela plataforma.
- Público aprovou o formato da campanha, e sugeriu manter a fórmula para outras campanhas, durante todo o ano.

Grau de satisfação: 4,6 ★

* Grau Máximo 5,0 ★

LIVES NO FACEBOOK

Realizadas nos dias 8, 15 e 22/7 e 5/8, às 14 horas, com transmissão ao vivo no grupo Prontos Pro Futuro.



4 lives com **10** convidados.

Total de **689** reações e mais de **2.323** comentários.

63 respondentes da pesquisa assistiram a, pelo menos, uma live.

- Mencionadas como um formato adequado para adquirir conhecimento sobre a empresa, possibilitando tirar dúvidas e estar conectado com os colegas ao mesmo tempo, além da possibilidade de acessar em qualquer lugar e momento.
- 74,6% dos respondentes que assistiram a, pelo menos, uma live ficaram muito satisfeitos (5,0★).
- As 4 lives, juntas, foram responsáveis por 47% dos comentários realizados em todo o Grupo durante a campanha.

Grau de satisfação: 4,7 ★

* Grau Máximo 5,0 ★

DESAFIOS COLETIVOS

Com atividades a serem cumpridas, os desafios tinham como objetivo garantir doações e liberar os quizzes individuais.

4 desafios coletivos (1 por semana), com todas as metas atingidas no prazo. Total de **300** itens doados para a Casa dos Velhinhos Dona Adelaide, em SBC. **62** respondentes da pesquisa participaram de, pelo menos, um desafio.

- 77% dos respondentes que participaram de, pelo menos, um desafio ficaram muito satisfeitos (5,0★).
- Mencionada como ponto positivo a possibilidade de participar dos desafios mesmo estando de férias, o que não era possível anteriormente.
- Ação trouxe união, em tempos de pandemia, com o objetivo de ajudar a um grupo que precisa de cuidados especiais (idosos).
- Mencionada satisfação em ajudar pessoas do grupo de risco da Covid-19, por meio de ações de solidariedade – que foram parte da campanha.

Grau de satisfação: 4,7 ★

* Grau Máximo 5,0 ★



QUIZZES INDIVIDUAIS

Ao responderem perguntas sobre temas da campanha, os participantes concorreram a prêmios em dinheiro.



253 colaboradores responderam a, pelo menos, um dos quizzes. Foram distribuídos **R\$ 5.000,00** em prêmios.

- 67,2% dos respondentes que participaram de, ao menos, um quiz ficaram muito satisfeitos (5,0★).
- Para 98,8% dos participantes, os prêmios oferecidos na campanha foram atrativos.
- Menção positiva à possibilidade de ser premiado por aprender mais sobre a empresa, e aprovação da premiação em dinheiro.

Grau de satisfação: 4,5 ★

* Grau Máximo 5,0 ★

DESAFIOS RELÂMPAGO

Concursos de memes com temas ligados à companhia e ao dia-a-dia dos colaboradores.

4 desafios relâmpagos, que reuniram um total de **308** memes criados pelos colaboradores, com suas fotos e participação de suas famílias. **20** colaboradores premiados.

- Linguagem que aproximou os colaboradores.
- Descontração e interação rápida.
- Envolvimento dos familiares e animais de estimação nas fotos e criações dos memes.

SHOW DE TALENTOS

Participantes enviaram vídeos mostrando seus talentos, e os colegas elegeram os vencedores por curtidas.

27 vídeos recebidos com os talentos dos colaboradores. Total de **1.772** reações e **648** comentários recebidos nos vídeos.

- 75,6% dos respondentes ficaram muito satisfeitos com a ação (5,0★).
- Elogio à possibilidade de descontração, interação e aproximação entre as pessoas.
- Menção à possibilidade de conhecer outros colegas de trabalho e seus talentos.

Grau de satisfação: 4,7 ★

* Grau Máximo 5,0 ★

RESULTADOS DA CAMPANHA

2.682 visualizações de matérias em canais internos

Considerando páginas da intranet, notícias e comunicados, até 10/8/2020.

603 membros no grupo no Facebook

Em 7/8/2020. **51,4%** dos 1.173 colaboradores ativos.

334 membros ativos diariamente no grupo

Em média, de 3/7 a 7/8/2020. **55%** dos membros.

15.495 reações e **4.881** comentários no grupo

Em todas as publicações no grupo, de 3/7 a 7/8/2020.

1.479 novos seguidores no LinkedIn

Em julho de 2020.

725 novos seguidores na página do Facebook

De 2/7 a 7/8/2020.

550 reações no post do Desafio Coletivo #1

181 compartilhamentos do post do Desafio #4

135 participantes do Quiz com 20 ou mais pontos

53% dos participantes obtiveram ao menos metade dos pontos em jogo (40).

585 brindes entregues ao longo da campanha

92% dos respondentes da pesquisa conhecem a campanha.

71,6% consideram-se muito informados sobre a campanha (5,0★).

62,5% consideram que aprenderam muito com a campanha (5,0★).

67,5% consideram-se muito satisfeitos com a campanha (5,0★).

98,8% dos respondentes consideraram os prêmios atrativos.

63,6% das respostas abertas são elogios gerais à campanha.

67,9% dos respondentes consideram a campanha inovadora

76,5% avaliaram como adequada para o home office.

Grau de satisfação: 4,4 ★

* Grau Máximo 5,0 ★

DEPOIMENTOS ANÔNIMOS DE COLABORADORES

Sensacional, pois muitas vezes é difícil separar um horário durante o expediente para acompanhar. **No facebook temos a liberdade de assistir e ler os conteúdos fora desses horários, era tudo tão interativo, linguagem informal que nem pareceria "do trabalho"**, senti como se fosse um lazer mesmo. Acho até que deveria rolar uma campanha atrás da outra e TODAS nesse mesmo formato.

Amei a campanha, **senti abraçada pela empresa**, uma característica forte dela, fazer todos participarem e conhecerem as propostas da empresa e descontrair um pouco para aliviar o stress. Coimo o Home Office, senti medo de perder essa aproximação, e **essa campanha aproximou a empresa novamente**, gostaria que durasse o ano todo, afinal nosso futuro é ver menos as pessoas na empresa. Este evento fez sofrermos menos com a ausência dos outros que tínhamos (Super Liga AWP, Dia D, entre outros)

Ação **incrível, inovadora, atrativa, despojada, interativa**. Tratamos de assuntos sérios como a pandemia porém, **com a leveza de um meme, uma brincadeira...** E isso foi um diferencial, já que estamos todos tão aflitos com a atual situação que estamos vivenciando. Conseguirmos ajudar com as ações de solidariedade, rir com os memes, adquirir conhecimento com as lives, chorar com o coral e nos sentir mais próximos do nosso ambiente corporativo (que está fazendo tanta falta), mesmo de longe. Parabéns pela campanha, todos vocês arrasaram! **Me fez ter ainda mais orgulho em pertencer a Allianz Partners**. Karina Summer, espero te ver em breve na próxima campanha!

Gostaria de deixar meus Parabéns para a Equipe de Comunicação, pois nesse momento tão difícil que estamos vivendo, as ações, interações, dinâmica, acolhimento, deixaram nossos dias mais animados e ainda assim, **fez com que sentíssemos a presença de todos como se estivéssemos no nosso local de trabalho.** :)

Gostei muito da campanha, **aprendi muito sobre a estratégia/atributo de pessoas**, achei bem legal ter prêmios em dinheiro, seria legal nas próximas vocês premiarem os top 10! Achei bem legal ter a troca de **aprender sobre a empresa e ter a possibilidade de ser premiado por isso**. Parabéns comunicação!

CONSIDERAÇÕES FINAIS

- Retorno **majoritariamente positivo**, percebido tanto pelas interações no grupo do Facebook quanto pelas respostas ao Questionário de Avaliação.
- As respostas recebidas demonstram que a campanha despertou nos colaboradores **orgulho de pertencer e sensação de aproximação, acolhimento e animação**. Esses sentimentos trouxeram **conforto** neste momento de isolamento social, e a interação proporcionada compensou, de certa forma, o afastamento físico do local de trabalho e a ausência de outros eventos esperados pela equipe.
- A possibilidade de **participar remotamente das ações**, mesmo para quem estava de férias, também foi elogiada. Outra observação positiva foi a **ação social** (doações realizadas).
- A linguagem informal e leve teve um excelente retorno, por proporcionar um **ambiente descontraído e divertido** para o aprendizado sobre a empresa.
- Muitos respondentes elogiaram o formato e **pedem que seja mantido em próximas campanhas**, especialmente, em razão do provável afastamento físico que se manterá.
- Os **prêmios oferecidos** foram bem avaliados, assim como a ideia de premiar em dinheiro pelo aprendizado sobre a empresa.