

**PRÊMIO JATOBÁ PR 2020**

**APLICATIVO SOU RENAULT, SUA  
IMPORTÂNCIA E POSICIONAMENTO  
COMO PRINCIPAL CANAL DE  
COMUNICAÇÃO NA RENAULT DO BRASIL  
DURANTE A PANDEMIA DA COVID-19.**



## CASE

---

**Aplicativo Sou Renault**, sua importância e posicionamento como **principal canal de comunicação** na Renault do Brasil durante a **pandemia da Covid-19**.



**Categoria:** Comunicação Interna | KPIs de Comunicação

**Speaker:** Fernanda Stocco – Gestora de Comunicação Interna RdB

**Equipe Digital:** Fabíola Roes, Francine Nickel e Kátia Schichl.

# CONTEXTUALIZAÇÃO

Com mais de 6.400 colaboradores, a **Renault do Brasil** está localizada no Complexo Ayrton Senna, na cidade de São José dos Pinhais (PR), e possui as seguintes fábricas e Centros Administrativos:

-  **Sede Administrativa:** onde se encontram a Presidência da Renault do Brasil e todas as atividades de suporte à produção e comercialização.
-  **Curitiba Veículos de Passeio (CVP):** produz os modelos Kwid, Sandero, Sandero Stepway, Logan, Duster, Duster Oroch e Captur para o mercado brasileiro e exporta para 8 países da América Latina – Argentina, Chile, Colômbia, México, Paraguai, Peru, Uruguai e Venezuela –, 15 países da África – Angola, Benin, Burkina Faso, Cabo Verde, Camarões, Costa do Marfim, Djibouti, Gabão, Gana, Libéria, Madagascar, Nigéria, Senegal, Sudão do Norte e Togo – e para a França.
-  **Curitiba Veículos Utilitários (CVU):** produz a linha de utilitários Master para o mercado brasileiro e para Argentina, Colômbia, Peru e Uruguai.
-  **Curitiba Motores (CMO):** produz três famílias de motores para os modelos locais e para exportação à Argentina e Colômbia, além de fornecer cabeçotes para a fábrica de motores da Turquia.

## CONTEXTUALIZAÇÃO

 **Curitiba Injeção de Alumínio (CIA):** blocos e cabeçotes para os motores 1.6 SCe.

 **Renault Tecnologia Américas (RTA):** reúne mais de 1.000 engenheiros dedicados ao desenvolvimento de produtos dirigidos ao mercado latino-americano.

*A empresa conta ainda com duas operações na cidade de São Paulo (SP):*

 **Sede Administrativa:** onde se encontra a vice-presidência comercial com estrutura de vendas, pós-vendas e marketing.

 **Renault Design Center São Paulo:** único estúdio de design do Grupo Renault no continente americano.

Com o objetivo de aproximar o colaborador das ações e atividades da empresa, independente do seu local de atuação ou atividade exercida, em 2018 a Renault do Brasil desenvolveu e lançou o canal de comunicação mobile **“Aplicativo Sou Renault”**.

Além de trazer mais proximidade entre colaboradores e empresa - considerando que pouco mais de **80%** do público interno da Renault do Brasil atua em atividades operacionais\* - a criação do app atendeu a necessidade de uma comunicação ainda mais fácil, rápida e acessível, trazendo comodidade ao colaborador, que agora tem as informações sempre disponíveis, na palma da mão, em qualquer momento, todos os dias.

*\*Dados extraídos da base de dados de colaboradores da Renault do Brasil.*

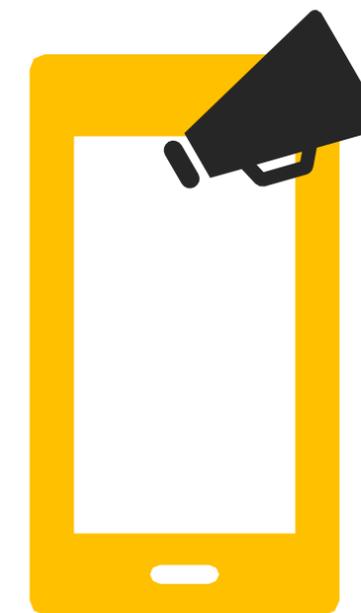
## CONTEXTUALIZAÇÃO

Já em seu primeiro mês de lançamento, o canal que nasceu trazendo inovação para a comunicação corporativa, mostrou-se promissor, com mais de **56%** de usuários ativos. Na ocasião, 4126 colaboradores instalaram o aplicativo, num universo de 7300 pessoas.

Vale ressaltar que em 2018 quando o aplicativo foi ao ar na Renault do Brasil, pesquisas do ramo de CI indicavam que aplicativos próprios internos eram ainda uma tendência em comunicação digital. Uma delas foi apresentada no Clube da Comunicação Interna de Curitiba, em fevereiro de 2018, e foi realizada pela agência Ação Integrada. A pesquisa contou com 500 profissionais de Comunicação de empresas de diversos segmentos.

**Quanto ao uso dos canais de comunicação, ao considerar a utilização de um aplicativo, as empresas pretendiam:\***

- 22% intensificar o uso
- 14% manter o que é realizado
- 30% aderir
- 2% descontinuar o uso
- 32% não utilizamos e não pretendemos utilizar



*\*Dados extraídos da pesquisa do Clube de Comunicação de Curitiba, apresentada em maio de 2018.*

## CONTEXTUALIZAÇÃO

E sobre a implantação de um aplicativo, as empresas indicavam:\*

- 21% das empresas pequenas pretendiam implantar o canal;
- 31% das empresas médias pretendiam implantar o canal;
- 34% das empresas grandes pretendiam implantar o canal.



Outro dado relevante apontado na pesquisa foi a **importância da mensuração e confiabilidade de dados em comunicação interna**. **66%** dos respondentes consideraram muito importante a utilização de métricas. Nesse sentido, a utilização de um aplicativo como canal de comunicação contribui para tangibilizar resultados.

Acreditamos que a **agilidade e eficiência de um canal digital coopera para o sentimento de pertencimento, para o alinhamento de objetivos da empresa – principalmente em momentos de crise – e isso contribui para o negócio**. Por isso, após o lançamento, o desafio da equipe de Comunicação Interna foi fortalecer o canal, para engajar cada vez mais o colaborador e fazer com que ele seja um usuário frequente e ativo no aplicativo.

\*Dados extraídos da pesquisa do Clube de Comunicação de Curitiba, apresentada em maio de 2018.

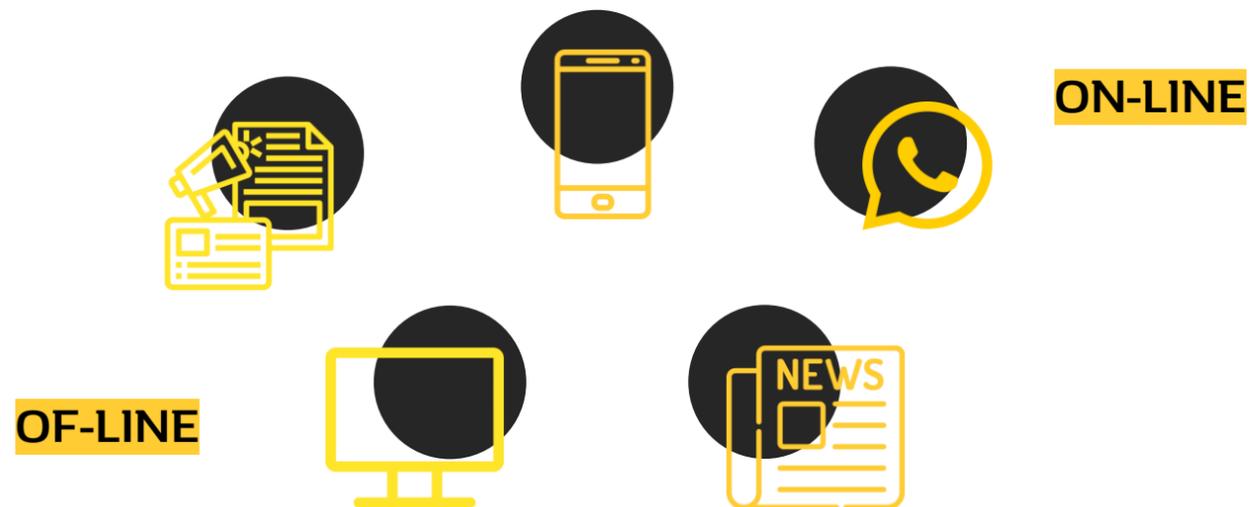
**O DESAFIO PARA CONSOLIDAR O  
APP SOU RENAULT COMO PRINCIPAL  
CANAL DE COMUNICAÇÃO**



# DESAFIO

O aplicativo Sou Renault foi lançado em um cenário de canais de comunicação tradicionais já consolidados e com altos índices de satisfação.

A interligação entre eles (que na Renault do Brasil são: **ilhas de comunicação, TVs corporativas, jornal impresso, whatsapp e o aplicativo**) é um processo natural e constante. O colaborador tem acesso a todos os canais online - offline e espera uma experiência contínua, uniforme e estreita, em que uma informação se complementa a outra, reforçando o conceito de *onicanal* ou *omnichannel*.



Nesta trajetória, para alcançamos o objetivo de tornar o **App Sou Renault o mais importante canal de comunicação interna da Renault do Brasil**, além da facilidade de se ter um aplicativo moderno e intuitivo na palma da mão com funcionalidades específicas, foi preciso estar **antenado ao desenvolvimento de conteúdo**.

# DESAFIO

Neste sentido, alguns eixos foram de extrema importância:



Linguagem acessível a todos os públicos internos;



Temas abordados em posts que venham de encontro à necessidade do colaborador;



Versatilidade para utilizar diferentes formatos no mesmo canal: texto, fotos, vídeos;



Oportunidade de interação do colaborador, a todo o momento, nos conteúdos publicados, com respostas rápidas para demandas que chegam via aplicativo.

O trabalho é contínuo e está apoiado em algumas diretrizes essenciais: **comunicação assertiva e relevante, assegurando o alinhamento com os demais canais de comunicação, com os objetivos estratégicos da empresa e sempre pensando em atingir todos os públicos.**

# DESAFIO

O mindmap abaixo demonstra todas as conexões necessárias para desenvolver as atividades.



# **APLICATIVO SOU RENAULT**

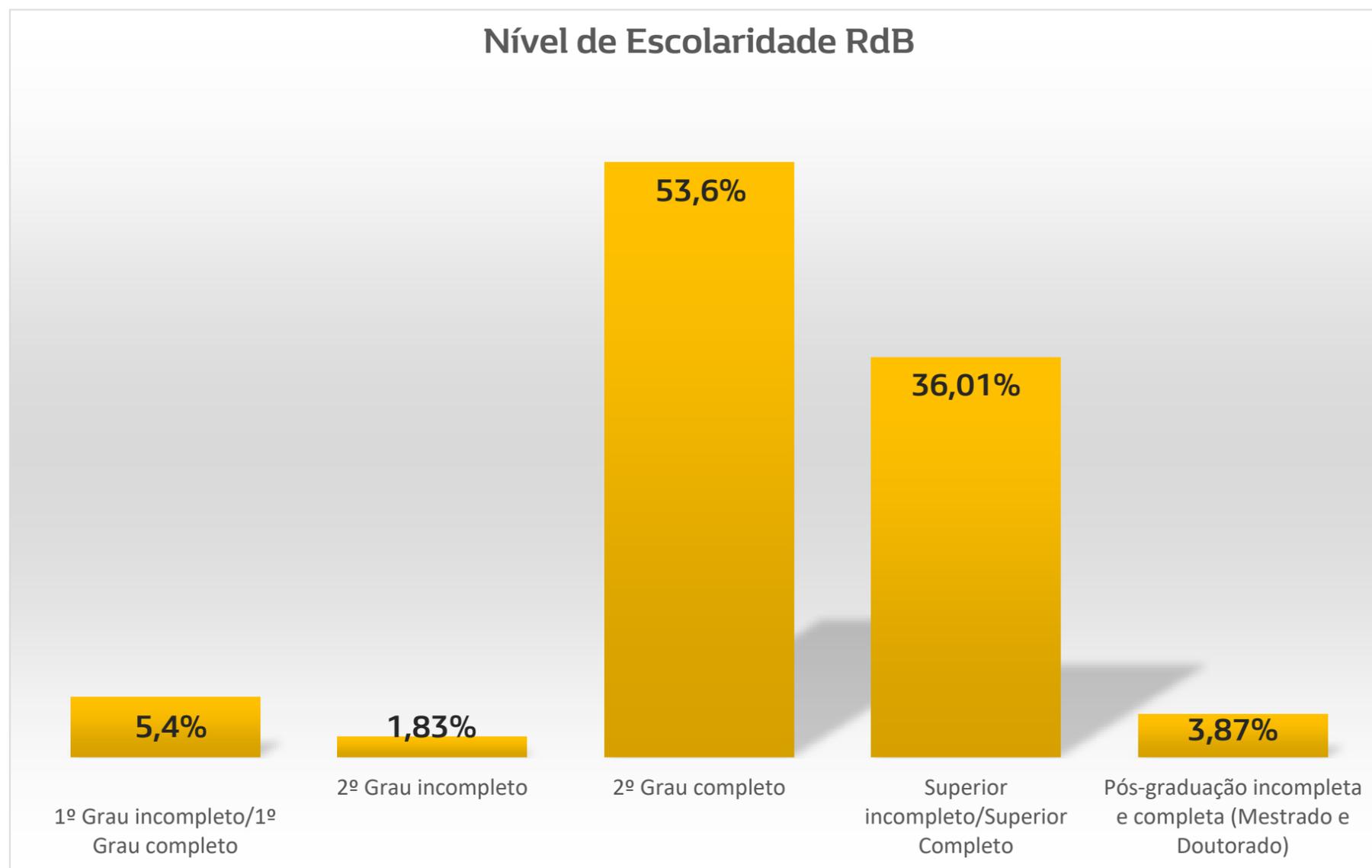




## LINGUAGEM ACESSÍVEL A TODOS OS PÚBLICOS INTERNOS

Elaborar **textos simples, curtos e de fácil compreensão** é um dos principais desafios e a chave para **aumentar o número de acessos e melhorar continuamente o engajamento no app Sou Renault.**

Os colaboradores da Renault do Brasil possuem nível de escolaridade entre primeiro grau completo e pós-graduação completa.



\*Dados extraídos da base de dados de colaboradores da Renault do Brasil.



## TEMAS ABORDADOS EM POSTS QUE VENHAM DE ENCONTRO À NECESSIDADE DO COLABORADOR

Essa **diversidade de conhecimento e instrução escolar** faz com que a equipe de Comunicação priorize sempre uma linguagem mais direta nos conteúdos publicados. Ao optar por uma linguagem simples, a informação é compreendida por todos os públicos internos e se é fácil entender, mais fácil será para o colaborador se sentir seguro para interagir e se expressar.



O aplicativo Sou Renault contou desde o seu lançamento com algumas funcionalidades específicas e úteis ao colaborador, que contribuem com nossos indicadores de audiência: divulgação de oportunidades internas exclusivamente pelo aplicativo, seção de classificados e enquetes, mas a grande sacada para a consolidação está no cuidado na geração de conteúdo.

Trazer temas de interesse do colaborador faz com que a interação e o engajamento no app Sou Renault aumentem. Por isso, **identificar os hábitos, as necessidades, o perfil dos colaboradores e estudar os conteúdos mais acessados, são atividades de rotina e contribuem para a consolidação do canal de comunicação.**



## TEMAS ABORDADOS EM POSTS QUE VENHAM DE ENCONTRO À NECESSIDADE DO COLABORADOR

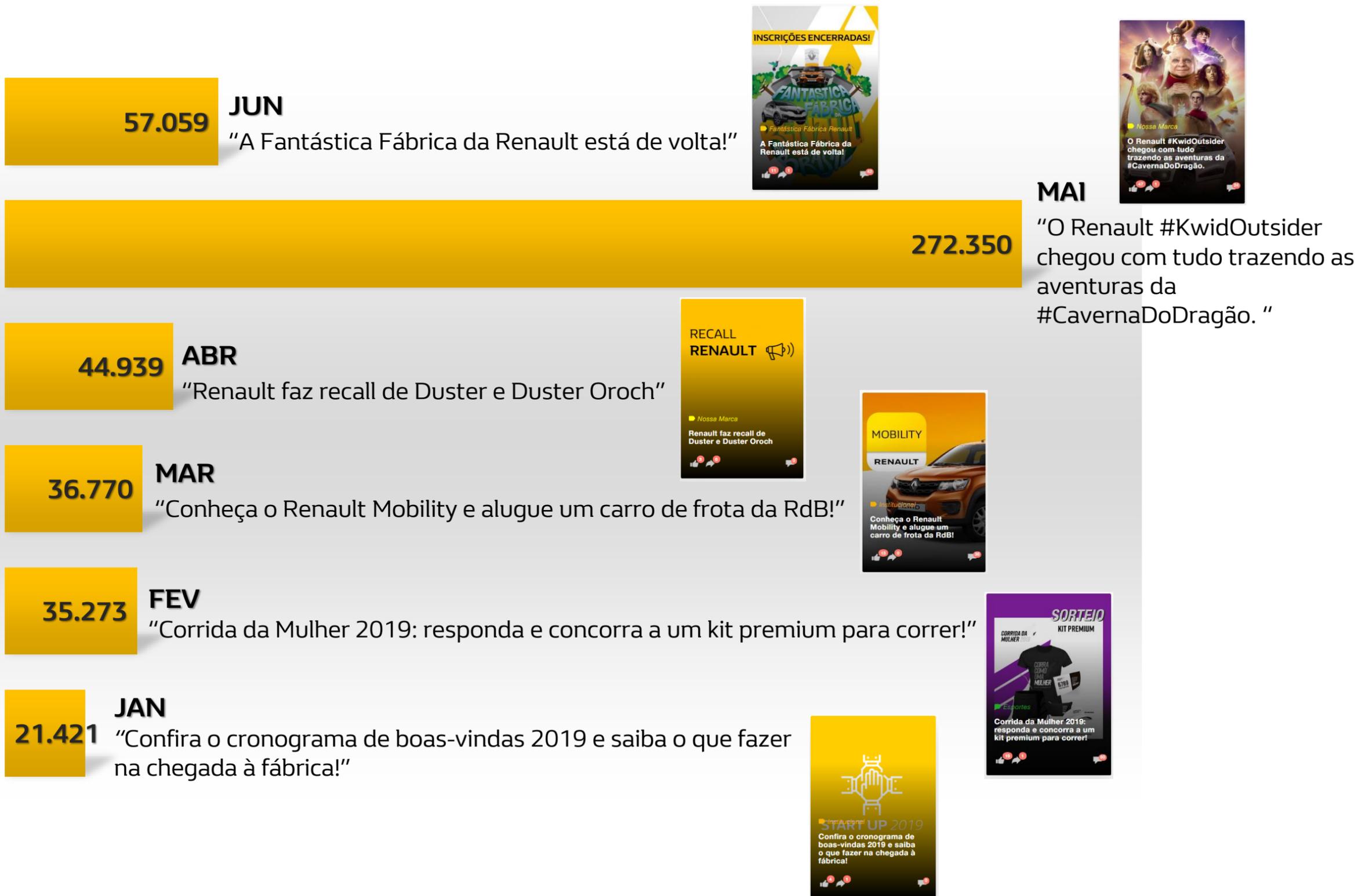
Os top 3 temas do ano de 2019, foram:

-  Notícias de mercado, que trazem o contexto atualizado de vendas do setor e os impactos causados à indústria como um todo e consequentemente à Renault do Brasil.
-  Comunicados internos, que trazem novidades e orientações práticas para o dia a dia de todos.
-  Mensagens do presidente da Renault do Brasil, Ricardo Gondo, que reforça o interesse pelo papel da liderança.





Abaixo temos as visualizações totais em cada mês de 2019 (1º semestre) com as notícias mais visualizadas:





## VERSATILIDADE

Além de trazer **proximidade e facilidade** ao colaborador, que pode saber tudo o que acontece na empresa de uma forma rápida e intuitiva, dentro de uma forte estratégia de conteúdo aplicado em uma linguagem simples, o **aplicativo Sou Renault foi desenvolvido para que fosse versátil**.

Desde o seu lançamento, a plataforma de comunicação permite a publicação de conteúdos em diversos formatos. Textos, fotos, vídeos e animações podem ser utilizados simultaneamente. Cada conteúdo é pensado para o aplicativo, após análise de comportamento, e são aplicados com o objetivo claro de aumentar o número de visualizações.

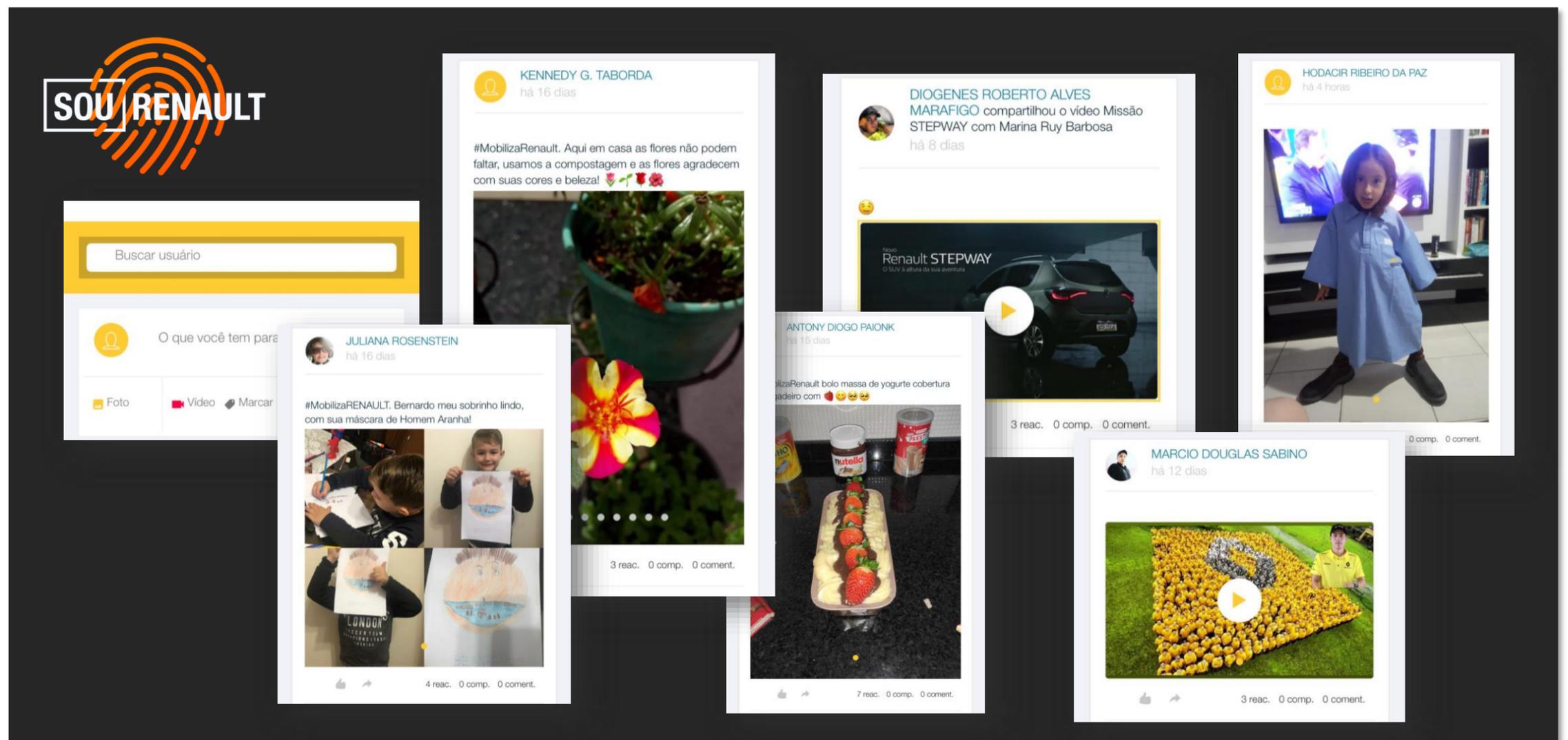
1 GALERIA DE VÍDEO 2 GALERIA DE FOTO 3 IMAGEM NO POST 4 TEXTO + FOTOS 5 TEXTO + IMAGEM 6 TEXTO SIMPLES 7 TEXTO + VÍDEO

Diversos formatos de comunicação podem ser explorados no app Sou Renault.



O colaborador da Renault do Brasil também pode fazer comentários em todos os conteúdos publicados e possui uma página social, no qual tem a possibilidade de compartilhar fotos, vídeos, conteúdos que julgar interessante, e ainda seguir páginas de amigos e ver todas as publicações em uma timeline compartilhada.

Na **parte social do App Sou Renault**, os colaboradores costumam publicar fotos com os familiares, com os carros da Renault, conquistas na empresa, imagens com seus times, aumentando assim a interação e engajamento.





Além disso, os conteúdos publicados no **App Sou Renault** podem ser **compartilhados em outras mídias sociais – Whatsapp, LinkedIn e Facebook**, o que traz ainda mais abrangência para as informações.

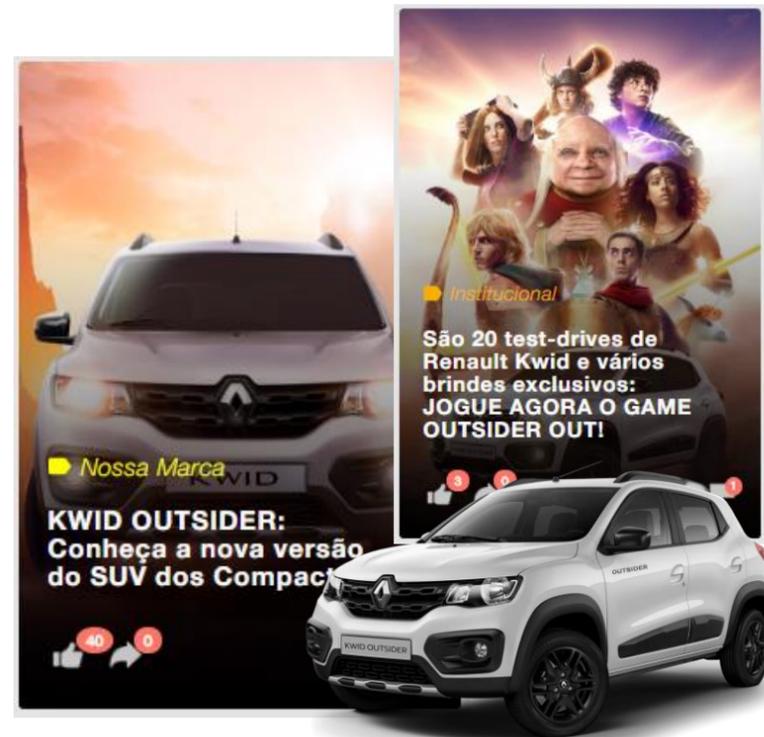


No processo de fortalecimento do canal, no final de 2019, uma nova funcionalidade foi lançada agregando mais facilidade e conteúdo de interesse: a aba de documentos úteis, que dá ao colaborador da Renault do Brasil a possibilidade de baixar em seu celular itinerários de ônibus, políticas internas, principalmente relacionadas à saúde e segurança.

Apoiados na versatilidade do App, diversas ações foram realizadas em 2019 utilizando o aplicativo como meio de engajamento e mobilização: Lançamento do Kwid Outsider e Lançamento do Sandero, Logan e Stepway.



## LANÇAMENTO KWID OUTSIDER



### No App Sou Renault

- Divulgação de fotos e mais informações em 1ª mão para todos os colaboradores;
- Jogo: Game Outsider Out com premiação de test-drive.

## LANÇAMENTO DO SANDERO, LOGAN E STEPWAY 2020

### No App Sou Renault

- Divulgação de fotos e mais informações em 1ª mão para todos os colaboradores;
- Desafio Rolê em Família com premiação de assistir a Fórmula 1 em São Paulo.





Todo este trabalho realizado em **2019**, primeiro ano completo de atividades do **App Sou Renault**, rendeu ao aplicativo a **consolidação entre os canais de comunicação internos** e a certeza de que ele apresentava potencial de ser o canal mais importante da empresa.

**Veja os resultados realizados num universo de 7.300 pessoas.**

**ACESSOS: 805.571**

**INTERAÇÕES: 11.528**

**PARTE SOCIAL: 1.905**

**COMPARTILHAMENTOS/MÊS: +127% vs 2018**

**PESQUISA DE SATISFAÇÃO: 98%**





Em **2020**, os trabalhos foram iniciados mantendo o foco em conteúdo, sempre antenados nas oportunidades.

**PANDEMIA DA COVID-19: DE UM CANAL  
CONSOLIDADO AO PRINCIPAL CANAL  
DE COMUNICAÇÃO DA EMPRESA**



# CONTEXTUALIZAÇÃO

A crise do Coronavírus reforçou a necessidade de um canal ágil, fácil e intuitivo, tanto para os colaboradores quanto para a empresa.

A partir do mês de março as comunicações relacionadas ao coronavírus se intensificaram. Num primeiro momento com intuito informativo, as publicações no app Sou Renault tiravam dúvidas sobre o vírus, os sintomas e como a doença estava modificando o trabalho das outras indústrias da Renault no mundo.

Com os primeiros casos confirmados no Brasil, diversas ações foram tomadas pela Direção da Renault do Brasil, pilotadas em um Comitê de Crise, para reduzir os impactos na empresa. Como medidas de prevenção, no dia 17 de março os colaboradores das áreas suporte começaram a trabalhar em formato home office. Já os colaboradores das fábricas tiveram suas atividades suspensas em 25 de março. A partir daí, férias coletivas foram aplicadas para garantir a segurança e saúde de todos.

**Encontramos na crise, a oportunidade que precisávamos para tornar o App Sou Renault o canal oficial mais importante da empresa. Como manter todas as pessoas informadas sobre os próximos passos? Como fazer com que o espírito de equipe e apoio mútuo no enfrentamento à esta crise de saúde acontecesse de forma remota?**

# CONTEXTUALIZAÇÃO

Nesse período o **App Sou Renault** foi essencial para manter o colaborador atualizado das decisões tomadas, das medidas de saúde e segurança aplicadas e de qual era o cenário da empresa diante da parada de produção e fechamento das concessionárias em todo o Brasil.

**Sem ter acesso aos outros canais de comunicação, o aplicativo manteve o colaborador conectado à empresa e ciente das informações em tempo real.**

Por meio de envio de notificações enviadas por celular, os colaboradores tiveram acesso a todos os comunicados internos, mensagens do presidente da Renault do Brasil – Ricardo Gondo, notícias de mercado e orientações de saúde para evitar a contaminação pelo coronavírus.

Essa comunicação pelo app trouxe agilidade, rapidez, transparência aos processos executados e comodidade ao colaborador, que recebia a informação na palma da mão. Além disso, a linguagem assertiva e as respostas às dúvidas, davam a clareza e entendimento dos dados publicados para todo o público interno. A comunicação nesse período foi usada, em sua maioria, em dois formatos: comunicados e vídeos.

# CONTEXTUALIZAÇÃO



Os comunicados eram enviados diariamente e traziam as atualizações das informações, como por exemplo, orientações para colaboradores e familiares evitarem o contágio pelo coronavírus, previsão de volta ao trabalho, as medidas que estavam sendo tomadas para o retorno e informações sobre a aplicação da MP 936, que se somava à crise da COVID-19, e que impactava o dia a dia na empresa.

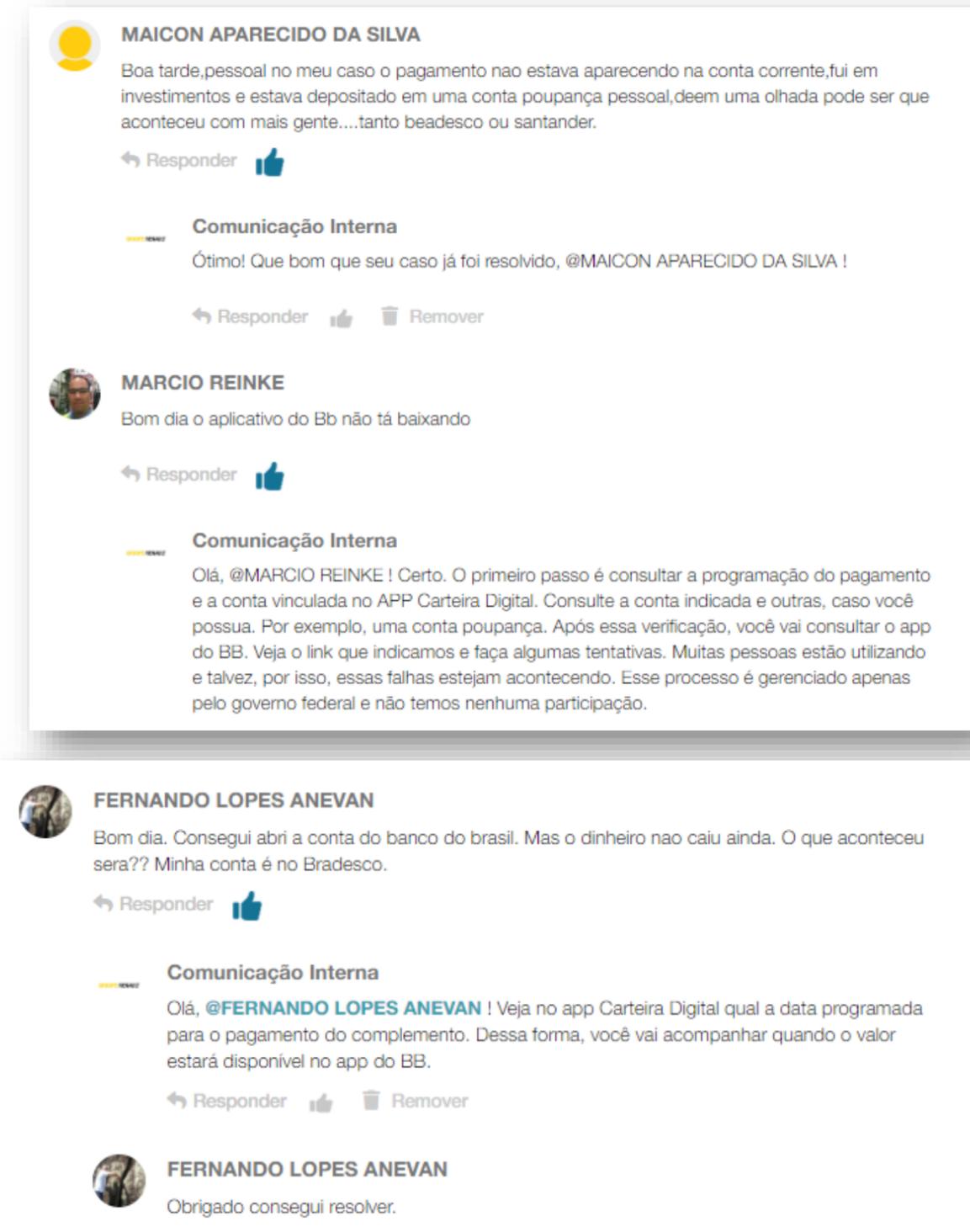


Já os vídeos traziam sempre a mensagem do presidente da Renault do Brasil, Ricardo Gondo, com informações sobre o mercado de veículos, o cenário econômico da empresa e, principalmente, as decisões tomadas para priorizar a saúde e o emprego dos colaboradores.



Ao falar com todos os colaboradores de forma clara e transparente, o presidente aproximou e conscientizou todo o público interno de como a Renault do Brasil enfrentava a crise. Ao receber a notificação diariamente, o colaborador começou a se familiarizar com o fato de encontrar no aplicativo tudo o que precisava saber. Isso se tornou um hábito. O app criou o one voice que conectava empresa e colaboradores, atendendo a necessidade da empresa naquele momento. **O pico de audiência foi fundamental para que pudéssemos partir para o próximo passo da nossa estratégia: FIDELIZAR PESSOAS.**

# CONTEXTUALIZAÇÃO



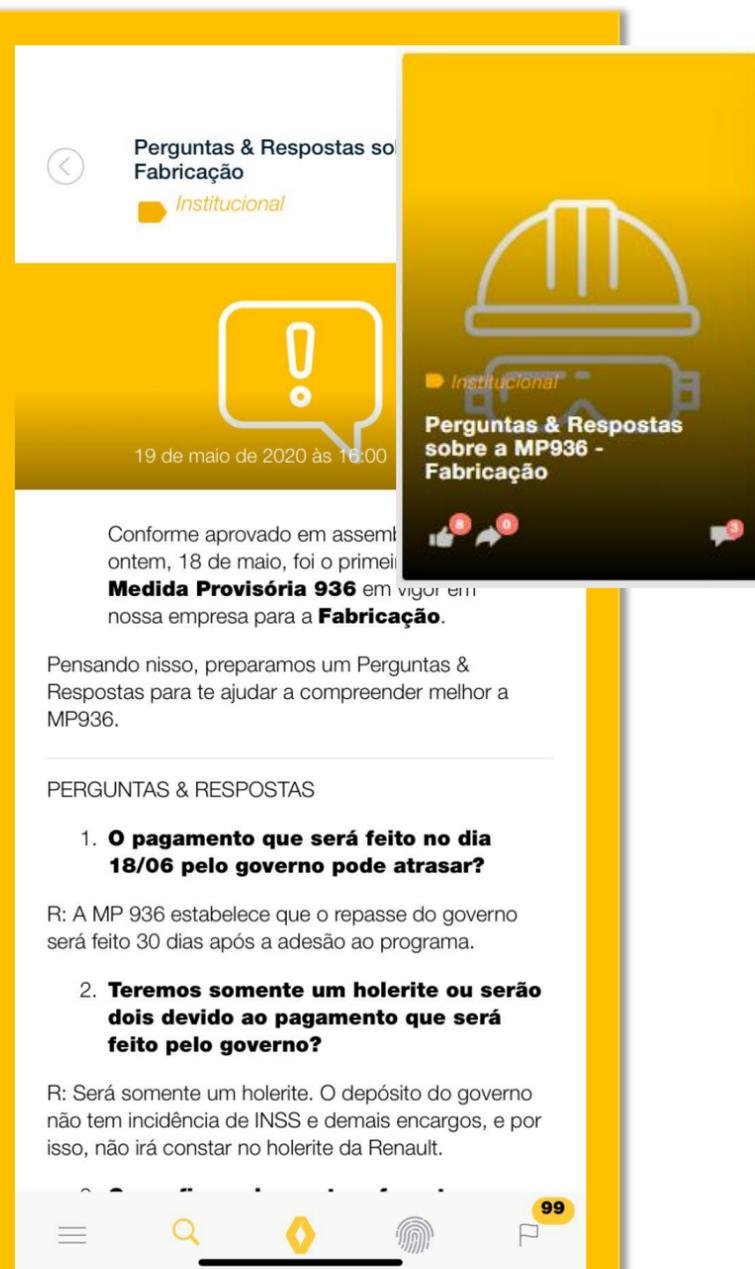
**DEPOIS DA AUDIÊNCIA, VEIO A FIDELIZAÇÃO DO USUÁRIO AO APP SOU RENAULT.**

# CONTEXTUALIZAÇÃO

Justamente pela interação entre o colaborador e a equipe de Comunicação nos comentários feitos nas publicações, várias oportunidades de novas comunicações foram criadas.

A dúvida expressada nos posts era monitorada, levada em discussão no Comitê de Crise e medidas eram tomadas para facilitar e auxiliar os colaboradores. Novas medidas ou orientações eram comunicadas.

**Este ciclo foi uma chave importante para reter a audiência.**



Além disso, a equipe de Comunicação, sempre atenta ao público, adequou, diante das necessidades vindas pelo aplicativo e pelo whatsapp, novas maneiras de desdobrar as informações, como por exemplo, informativos no formato **Perguntas e Respostas**.

Podemos citar as dúvidas que surgiram, como reflexo econômico da pandemia do Covid-19, a aplicação da MP 936, de redução de jornada e salário. Apesar de ser um assunto relacionado ao Recursos Humanos, os colaboradores buscaram o aplicativo para expressar suas dúvidas. Os comentários postados no Sou Renault indicaram quais eram as dificuldades para acessar o aplicativo disponibilizado pelo Governo Federal e para o recebimento do complemento do pagamento de salário.

# CONTEXTUALIZAÇÃO

Como o procedimento estava sendo executado pela primeira vez, era natural que as dúvidas surgissem. A partir daí, uma nova comunicação foi feita com um passo a passo detalhado de como deveriam acessar os dados processados pelo Governo Federal e também de como acompanhar o pagamento. Além disso, um outro fato foi essencial para fidelizar o usuário ao Sou Renault: **todos os colaboradores receberam respostas da Comunicação Interna a partir de seus comentários.**

**É importante frisar que todas as respostas enviadas, principalmente durante o período da pandemia da Covid-19, são baseadas no contexto do momento, na melhor forma de tirar a dúvida ou esclarecer o questionamento, e são feitas de forma personalizada.**

 **JOAQUIM GONCALVES FILHO**  
O meus dados estão certo mas não caiu na minha conta

↳ Responder 

 **Comunicação Interna**  
Olá, @JOAQUIM GONCALVES FILHO. Neste caso, o ideal é você baixar o app indicado no nosso post. Clique na imagem e veja o passo a passo.

 **Deimeson de Oliveira Santos**  
Quem tem conta no Bradesco o pagamnto cai direto ?

↳ Responder 

 **Comunicação Interna**  
Olá, @DIEMERSON SOUZA PRESTES ! Para ter certeza desta informação, você terá qz consultar os dados cadastrados na carteira de trabalho digital. No dia 10, colocamos aqui no APP as informações sobre o segundo período da redução de jornada e sobre a carteira de trabalho digital. Veja o post e as informações.  
<https://www.sourenault.com.br/noticia/4163/mais-informacoes-sobre-o-2o-periodo-da-reducao-de-jornada-cvp-cvu>

 **DANILO FERNANDO MARTINS**  
Ola, tentei diversas sugestoes de instalar o aplicativo, a conta Bradesco tanto em investimento e poupanca nao caiu e no aplicativo a conta bb vai apenas para o chat, alguem pode me ajudar?

↳ Responder 

 **Comunicação Interna**  
Olá, @DANILO FERNANDO MARTINS . Mande um whats para o nosso número da Comunicação Interna e vamos tentar te ajudar. 41 99266-4350.

 **HUMBERTO FERNANDES**  
Meu aparece na carteira digital que foi emitido dia 17 os dados da conta estao ok mais não caiu nada até agora nem poupança nem corrente e nao consigo acessar o aplicativo BB ele da erro quando coloca o código.

↳ Responder 

 **Comunicação Interna**  
Olá, @HUMBERTO FERNANDES ! Algumas pessoas tiveram problemas parecidos com o seu. No primeiro código não deu certo, mas no segundo, sim! Tente um segundo código ou reinstalar o app para ver se dá certo.

# CONTEXTUALIZAÇÃO

O fato de não utilizarmos respostas totalmente padronizadas, faz com que o colaborador se sinta parte do processo e que ele tenha a certeza que sua opinião tem relevância. Ao utilizar o app Sou Renault para se expressar, o colaborador espera ser visto de forma rápida. Dessa maneira, todos os comentários são respondidos prontamente e, quando necessário, os temas são encaminhados para que outras áreas e diretorias possam dar a tratativa mais adequada.

A ABORDAGEM APLICADA NO **APP SOU RENAULT** EM RELAÇÃO AO ENFRENTAMENTO DO CORONAVÍRUS E DO MERCADO IMPACTADO PELA PANDEMIA, SOMADO A UM FORTE TRABALHO DE BACKOFFICE, CONFERIU A ELE, JÁ NO PRIMEIRO SEMESTRE DO ANO DE 2020, O **TÍTULO DE CANAL MAIS IMPORTANTE DA EMPRESA.**

# NÚMEROS DO APP SOU RENAULT EM 2020

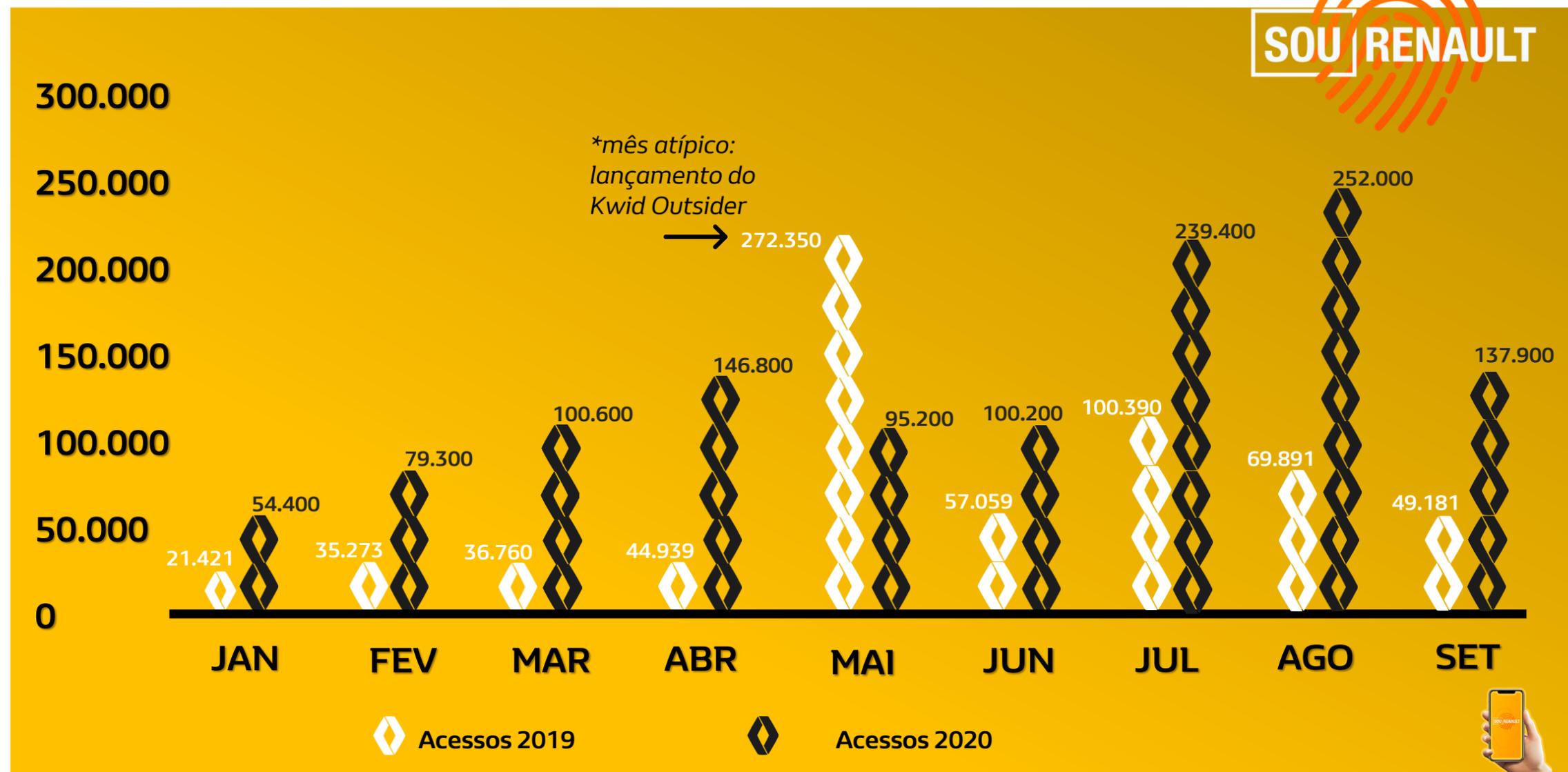


# MENSURAÇÃO

No primeiro semestre de 2020, temos números expressivos de crescimento em todos os indicadores analisados. Vamos trazer três exemplos: acessos, compartilhamentos e reações.

## Acessos – 1º Semestre de 2019 X 1º Semestre de 2020

Os números de acessos nos trazem uma visão de alcance e retenção do público, que passou a confiar no aplicativo Sou Renault como principal meio de comunicação.



Total de acessos Janeiro a Setembro de 2019: 687.264

Total de acessos Janeiro a Setembro de 2020: 1.205.800

Em agosto de 2020, alcançamos mais de 1 milhão de acessos no aplicativo.

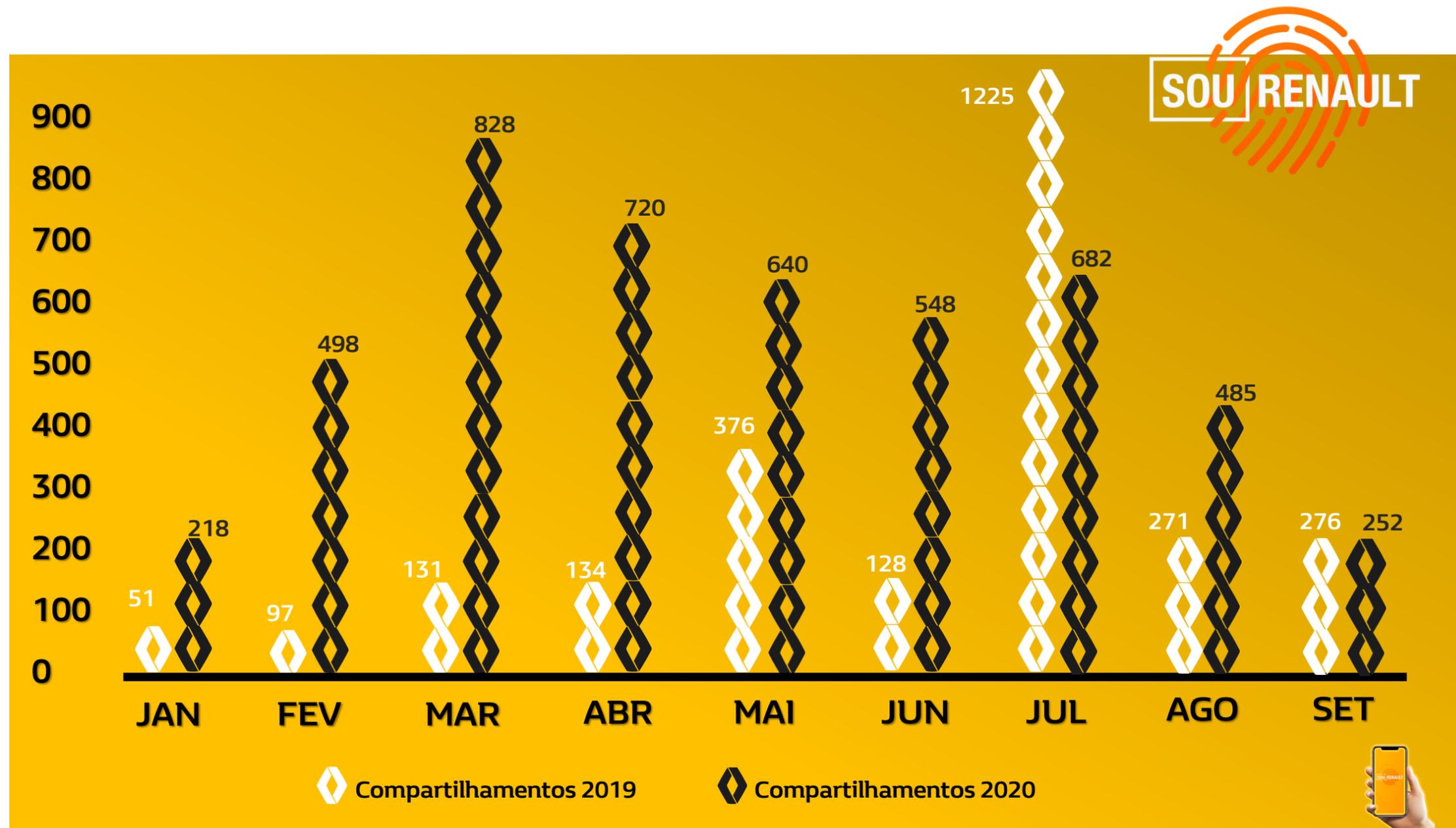
**Aumento de 75,45%**

Fonte: Google Analytics e Firebase Analytics

# MENSURAÇÃO

## Compartilhamentos – 1º Semestre de 2019 X 1º Semestre de 2020

Os dados de compartilhamentos nos mostram o avanço no engajamento do público interno, que deixa de apenas receber a informação, e passa a interagir com ela.



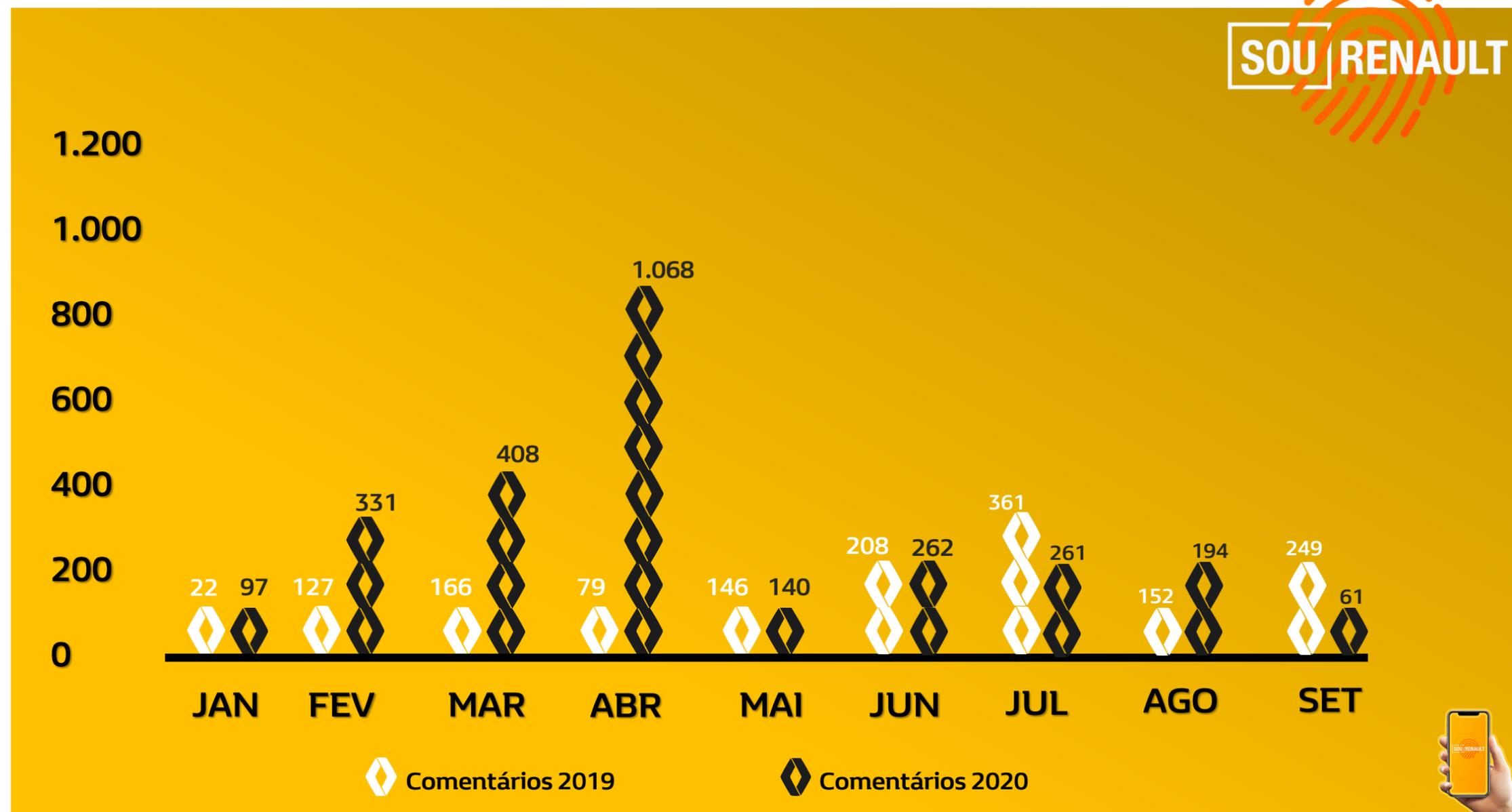
Total de compartilhamentos Janeiro a Setembro de 2019: 918  
Total de compartilhamentos Janeiro a Setembro de 2020: 3.452  
Aumento de 276,03%

Fonte: Google Analytics e Firebase Analytics

# MENSURAÇÃO

## Comentários – 1º Semestre de 2019 X 1º Semestre de 2020

O número de comentários reforça a nossa estratégia de posicionar o App Sou Renault como um canal de mão dupla, em que o colaborador recebe informação e é atendido à cerca de suas dúvidas.



Total de comentários Janeiro a Setembro de 2019: 1.510

Total de comentários Janeiro a Setembro de 2020: 2.822

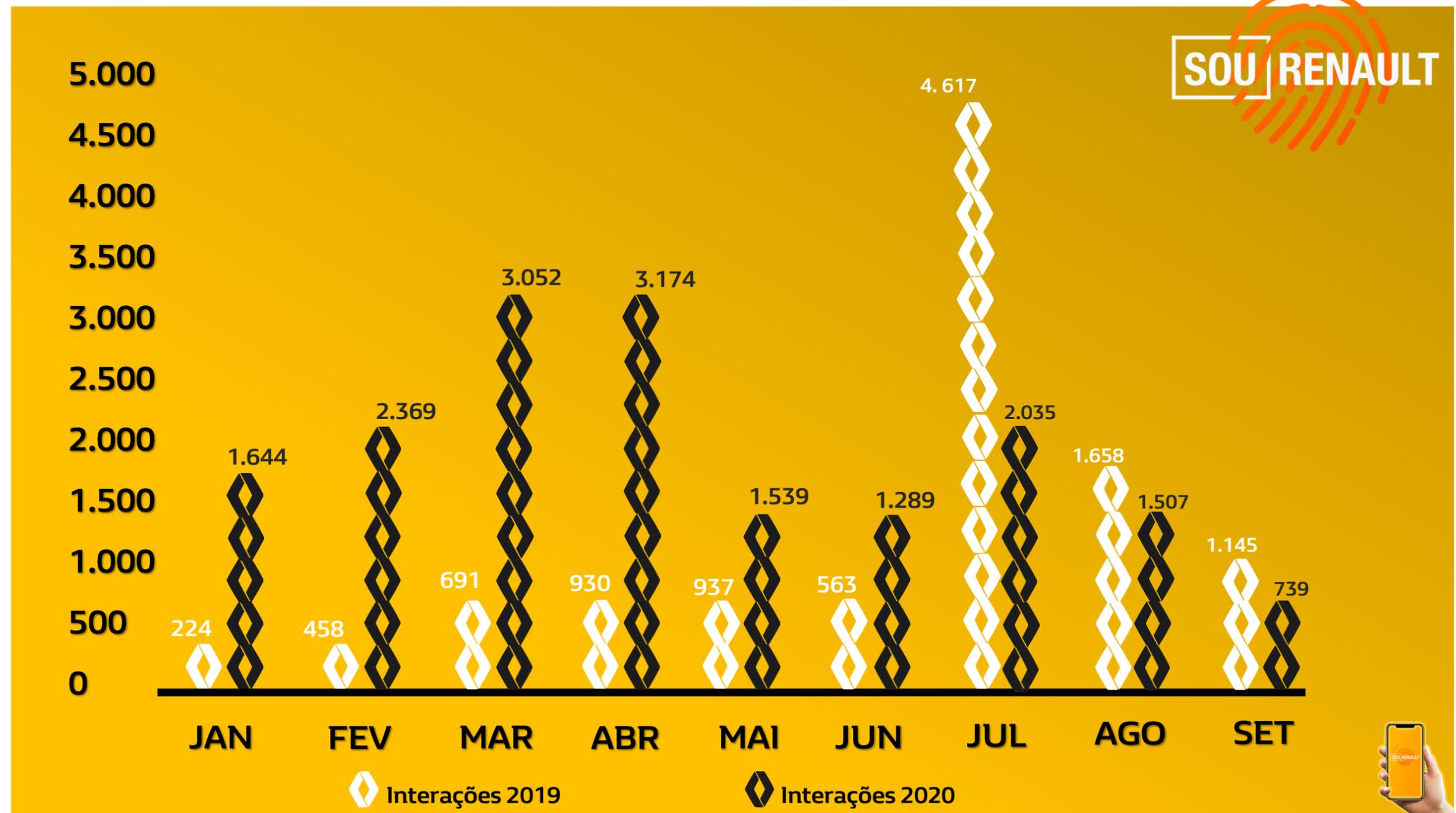
Aumento de 86,89%

Fonte: Google Analytics e Firebase Analytics

# MENSURAÇÃO

## Somatória de interações 2019 X2020

O comparativo entre 1º semestre de 2019 e 1º semestre de 2020 reforça a consolidação do canal, como principal meio de comunicação da Renault do Brasil.



Interações = Publicações área social, reações, downloads e comentários

Total de interações 1º Semestre de 2019: 11.223

Total de interações 1º Semestre de 2020: 17.338

Aumento de 54,49%

Fonte: Google Analytics e Firebase Analytics

**INVESTIMENTOS**  
**APP SOU RENAULT**



# INVESTIMENTOS

Lançamento do Aplicativo Sou Renault (2018)

**R\$ 81.485,25**

Consolidação como um forte canal de comunicação (melhorias técnicas - 2019)

**R\$ 30.412,80**

Consolidação como o mais importante canal de comunicação (foco em conteúdo - 2020)

**R\$0,00**

## ABERJE

**APLICATIVO SOU RENAULT, SUA IMPORTÂNCIA E POSICIONAMENTO COMO PRINCIPAL CANAL DE COMUNICAÇÃO NA RENAULT DO BRASIL DURANTE A PANDEMIA DA COVID-19.**

**OBRIGADA.**

