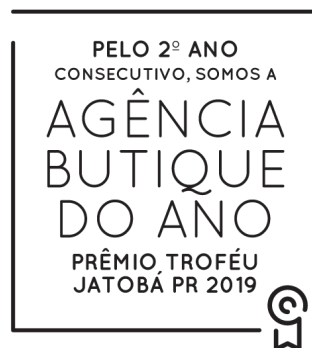




4CO

cappellano & carramenha
comunicação e
cultura organizacional



GDM
Treinamento de porta-vozes informais #SomosGDM
Categoria: Comunicação Interna | Prêmio Jatobá 2020



- contexto -



O Agronegócio é um setor da economia com grande exposição social que carrega uma série de questões sensíveis e que frequentemente são abordadas por ativistas e influenciadores.

Não apenas no contexto corporativo essas abordagens acontecem. O tempo todo, empregados de empresas do Agronegócio estão sujeitos a constantes questionamentos e até críticas sobre suas organizações, seja nas mídias sociais, num churrasco de família ou até em reuniões de trabalho.

O que responder quando alguém te pergunta se sua empresa é responsável pelo desmatamento da Amazônia?

- desafio -

Diante da tamanha exposição do setor, a GDM, empresa argentina de melhoramento genético vegetal, precisou criar uma estratégia para se fortalecer em vista a um importante processo de expansão internacional, que naturalmente acarretará maior exposição da marca ao mercado.

Assim, a GDM confiou à Comunicação uma responsabilidade relevante na sua estratégia de negócios, de forma com que a internacionalização das operações passasse por uma mudança de marca e uma revisão de posicionamento.



- solução -

A GDM resolveu se fortalecer institucionalmente a partir de seu principal ativo: seus empregados.

Para isso, criou o programa **#SomosGDM**, que capacitou seus empregados a tornarem-se porta-vozes informais da organização, alinhando mensagens-chave da empresa e técnicas de comunicação interpessoal.





- estratégia de conteúdo -

Para assegurar a correta assimilação das principais mensagens-chave da empresa, a estratégia de conteúdo valeu-se de um **equilíbrio entre discussões acerca de questões de mercado, informações institucionais e oportunidades de os participantes aprenderem e treinarem técnicas de comunicação interpessoal**, que facilitassem o uso das mensagens-chave em contextos de sua vida pessoal. Por isso, o treinamento foi desenvolvido em **formato de workshop, assegurando participação ativa** dos empregados.

Para cada turma treinada, foi ministrada uma série de 3 encontros virtuais, sendo um por mês. O treinamento foi realizado para empregados da Argentina, Estados Unidos e Brasil, os três principais mercados da companhia.

Para que todos os empregados pudessem se sentir seguros a transmitir a qualquer pessoa o posicionamento de marca da GDM e sua posição sobre as principais questões do mercado, foi preciso promover entendimento não apenas de mensagens-chave da empresa, mas também das diferentes perspectivas associadas às principais pautas abordadas no contexto do setor agro e à forma com que a GDM lida institucionalmente com essas questões.



- dinâmica -



Todos os workshops foram ministrados virtualmente ao vivo. A estrutura do programa, que contou com três módulos mais conteúdo colateral, manteve-se a mesma em todos os módulos:



Questões centrais do Agronegócio, com contexto e principais pontos de atenção



Posicionamento da GDM acerca dos assuntos em questão, em formato de mensagens-chave



Conteúdo sobre habilidades de comunicação interpessoal



Dinâmica para treinamento e prática dos conceitos aprendidos



Ficha de avaliação, para mensuração qualitativa da retenção de conteúdo



Envio de fichas técnicas, com conteúdo organizado para posterior consulta

pós-workshops



Workshop 1



De forma mais ampla, o encontro jogou luz à abordagem pejorativa que o setor do agronegócio tem na sociedade em geral. Também tratou sobre os principais chavões usados pelos grupos ativistas, frequentemente repetido pela população leiga.



Em seguida, apresentou e elucidou-se os motivos da criação do programa #SomosGDM e o conceito de mensagens-chave, para que, assim, já no primeiro encontro fossem evidenciadas as mensagens associadas às perguntas “Quem somos” e “O que fazemos”,



O conteúdo de habilidades de comunicação foi focado em dicas práticas e recomendações para se manter uma conversa saudável. A comunicação foi abordada como ferramenta fundamental nas relações corporativas e interpessoais.



O exercício de prática foi uma dinâmica de grupo, em que os participantes tinham que adivinhar alguma mensagem-chave da empresa sem que, para isso, o líder-orador pudesse mencionar alguns conceitos associados.

#SomosGDM



Workshop 2



No segundo encontro, foram detalhadas temáticas específicas às quais as empresas do setor agrícola são associadas, como desmatamento, biotecnologia, transgênicos, fitossanitários e defensivos e edição gênica.



Para cada uma das questões, o treinamento elucidou o posicionamento da GDM sobre a temática. De forma direta e simples, apresentou-se e discutiu-se como a empresa encara cada um destes temas e o que é possível dizer sobre isso.



Nesta etapa, foi apresentado conteúdo sobre como atender-se e melhorar a comunicação não verbal. A partir de conceitos e dados quanto à importância que este tipo de comunicação tem, foram apresentadas dicas práticas de melhoria.



Na dinâmica, participantes encararam situações fictícias para mostrar suas habilidades em comunicação e nas mensagens-chave. As situações apresentavam interpelações em contextos da vida real, como uma festa de aniversário ou uma reunião na escola do filho

#SomosGDM



Workshop 3



No último encontro, foram retomadas as questões mais críticas do setor e detalhado mais as principais abordagens negativas que as cercam, tais como transgênicos, fitossanitários e defensivos e edição gênica.



Já no começo, os empregados foram convidados a resgatar as mensagens e posicionamentos dos encontros anteriores. Uma dinâmica pediu para que participantes explicassem esses temas de maneira simples e facilmente inteligível por qualquer um.



As habilidades de comunicação trabalhadas neste módulo foram sobre ação e reação comunicacional em momentos de extrema tensão, a partir de vídeos ilustrativos e estudo de casos práticos.



Na dinâmica, novamente situações fictícias exercitaram o uso das mensagens-chave, mas, desta vez, as situações foram se tornando tensas ao longo da simulação. Em todos os casos, além da fala, observaram-se as expressões corporais na participação.

#SomosGDM

- resultados -



O sucesso de uma ação como essa está no legado deixado tanto para a companhia quanto para o empregado. Ao investir em um programa de treinamento de porta-vozes internos informais, a GDM não apenas está munindo um exército de embaixadores de mensagens adequadas e alinhadas, como está também oferecendo um benefício adicional aos empregados, já que as habilidades de comunicação treinadas valem para todas as situações da vida.

Nas avaliações realizadas pós-treinamentos, o programa **#SomosGDM** recebeu uma média de

96%
de favorabilidade

Parabéns pela iniciativa! Foi um momento muito importante, foi objetivo e pratico.

Muito positivo esta ação para todos estarem alinhados com a mensagem do Grupo

Sem comentários. Excelente trabalho !

Ótimo conteúdo e boa abordagem!

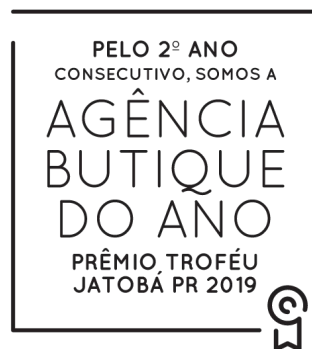
4co

cappellano & carramenha
comunicação e
cultura organizacional



4CO

cappellano & carramenha
comunicação e
cultura organizacional



GDM
Treinamento de porta-vozes informais #SomosGDM
Categoria: Comunicação Interna | Prêmio Jatobá 2020