



TROFÉU JATOBÁ

PRÊMIO EXCELÊNCIA E INOVAÇÃO EM PR 2021

Comunicação Interna

thyssenkrupp Metalúrgica Campo Limpo
60 ANOS | O que vamos construir hoje?

DO LANÇAMENTO ÀS
AÇÕES DE ENGAJAMENTO



Teaser
Janeiro

2021

Dia das Mulheres
Março

Ação de reforço
Abril

Ações de engajamento
Maio

Comemoração oficial
Junho

Saúde integral
Setembro a
dezembro

Encerramento
Dezembro

Lançamento
Março

Maio Amarelo
Maio

Concurso infantil
Julho

**Dia Internacional
Contra a corrupção**
Dezembro

**Storytelling: Benefícios e
Programas**
Maio a dezembro

O PRIMEIRO CONTATO

No início de 2021, a equipe teve o primeiro vislumbre da comemoração que estava por vir. Um vídeo envolvente, com imagens históricas e gravações com os colaboradores, contou que a empresa estava prestes a completar seis décadas.

Trazendo as pessoas para o centro da história, essa primeira narrativa mostrou que **a equipe é a responsável pela construção e pelo desenvolvimento da empresa.**



CONSTRUÇÃO POR ELAS

No início de março, antes mesmo do lançamento oficial da campanha dos 60 anos, uma ação de Dia das Mulheres foi realizada, baseada na **representatividade delas na construção do futuro, não só da empresa, mas da sociedade como um todo.**

Com um guia de bolso, um concurso de cultura, peças informativas e um brinde, ressaltou-se a importância de as mulheres reconhecerem sua representatividade. O material foi distribuído para colaboradoras e para as companheiras dos colaboradores.

Além disso, um vídeo construído com a participação de mulheres de diversos segmentos e níveis hierárquicos trouxe uma homenagem envolvente e delicada.

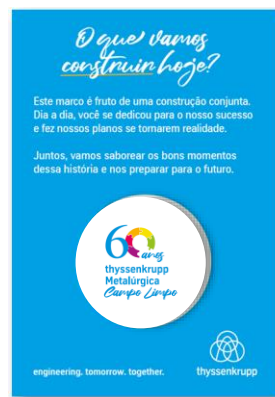


DIA D

Ação deu o pontapé oficial da campanha 90 dias antes de 17 de junho de 2021, data da comemoração dos 60 anos.

Com os espaços ambientados, os canais de comunicação adequados ao tema e a entrega de um kit, os colaboradores foram envolvidos na comemoração como os devidos protagonistas da história. Ao chegarem na empresa, eles foram recebidos com a blitz festiva: um acolhimento especial feito por recepcionistas uniformizadas que distribuíram os brindes e convidaram os colaboradores para a comemoração.

Todos os protocolos de saúde foram respeitados.



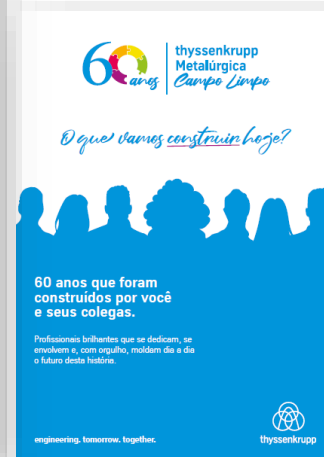
Kit do colaborador

- Folder com timeline
- Cartão com confete



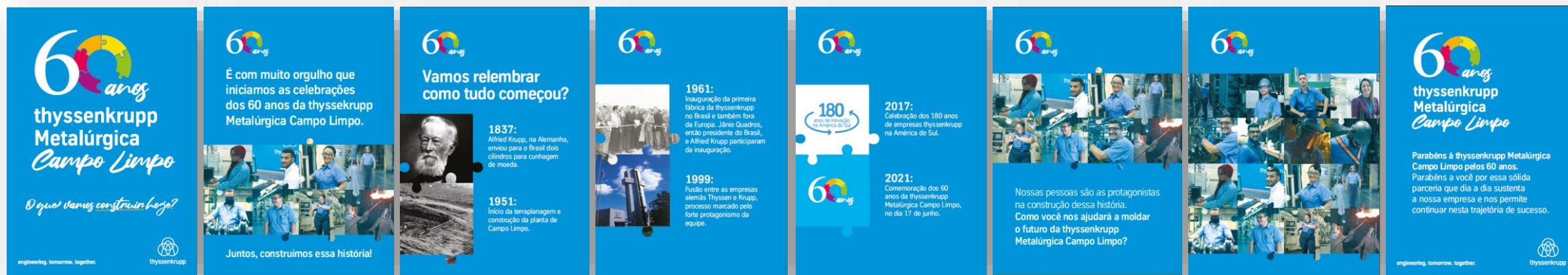
Ambientação

- Wooblers e móveis
- Adesivo nos elevadores
- Backdrop em áreas de grande circulação
- Adesivo no refeitório (portas e lavatório)



Personalização dos canais de comunicação

- Quadro jumbo
- Pôsteres
- Mural



92,2%

dos colaboradores **avaliaram positivamente** os materiais da campanha

MOMENTO DE PREPARAR PARA A COMEMORAÇÃO

Em 17 de abril, 60 dias antes da comemoração, houve um novo aquecimento, com mais uma blitz festiva. Cada colaborador recebeu duas partes de um quebra-cabeças de quatro peças e uma tag explicativa sobre o material. As peças restantes foram entregues no evento do dia 17 de junho.

QUEBRA-CABEÇAS

Utilizada em toda a campanha, a simbologia evidencia a importância de cada colaborador para a empresa: **todos são peças essenciais.**

O material trouxe, em sua composição, imagens de colaboradores de diferentes grupos e setores.

74,3%

das famílias **compreenderam a importância do colaborador** para o futuro da empresa



A VIDA NÃO TEM REPLAY

Essa campanha teve como foco transmitir mensagens para que as **pessoas se cuidem no trânsito, zelando pela construção de um futuro mais seguro e saudável para eles, para suas famílias e para a sociedade como um todo.**

Os filhos dos colaboradores foram trazidos para a frente das câmeras para sensibilizar e chamar a atenção quanto ao tema. Na voz de cada criança, um apelo pela conscientização de pedestres, motoristas e motociclistas.

Para engajar ainda mais as famílias, foram lançados o **ebook com dicas de segurança** para toda a família, e o **Jogo da Responsabilidade**, que promoveu a experiência lúdica com um trajeto seguro entre a empresa e o lar de cada colaborador.



Jogo da responsabilidade

30,2%

dos colaboradores afirmaram
que sua família se divertiu
participando da dinâmica
do Jogo da Responsabilidade



40,4%

das famílias dos colaboradores
utilizaram o ebook com
dicas de segurança e
vídeos da campanha



ENVOLVER, MOBILIZAR E APOIAR

Uma importante iniciativa realizada em maio e junho foi a campanha de arrecadação de alimentos para instituições de Campo Limpo Paulista. Com o forte envolvimento dos colaboradores, **quase 1 tonelada de donativos** foi arrecadada, além das 6 toneladas doadas pela empresa.

Juntos, os colaboradores mostraram estar envolvidos também na construção de uma sociedade mais justa e humana.



A ação foi divulgada no LinkedIn global da thyssenkrupp

