



Troféu Jatobá 2021 | Categoria Pesquisa de Comunicação

**PESQUISA QUALITATIVA + COLABORAÇÃO GERANDO UMA  
REVOLUÇÃO NA COMUNICAÇÃO INTERNA DA ALELO**

Quintal<sup>22</sup>



## CENÁRIO

A Alelo é uma empresa de serviços financeiros, especializada em benefícios, incentivos e gestão de despesas corporativas. Ela conecta pessoas e negócios por meio de inteligência de mercado e o trabalho dos seus quase 1200 colaboradores.

## DESAFIO

Em 2020, a empresa percebeu a necessidade de fazer uma revisão de todo o seu sistema de comunicação, para verificar se ele era eficaz para informar, motivar, integrar, engajar e comemorar os seus funcionários e gerar o diálogo necessário com todos os seus públicos internos.

**A Quintal 22 foi escolhida para realizar este trabalho.**





ATENDER

ENTENDER

## SOLUÇÃO

Ouvir antes de falar. Para entender em profundidade o universo de comunicação interna do cliente, a Quintal 22 sugeriu uma pesquisa de caráter qualitativo, com foco no diálogo, na colaboração e na experiência do colaborador Alelo, usando técnicas do Design Thinking.

DIÁLOGO



COLABORAÇÃO



EXPERIÊNCIA DO USUÁRIO

**PESQUISA DESK**



**PESQUISA BLUE SKY**



**PESQUISA TRENDS**

**PESQUISA FIELD**



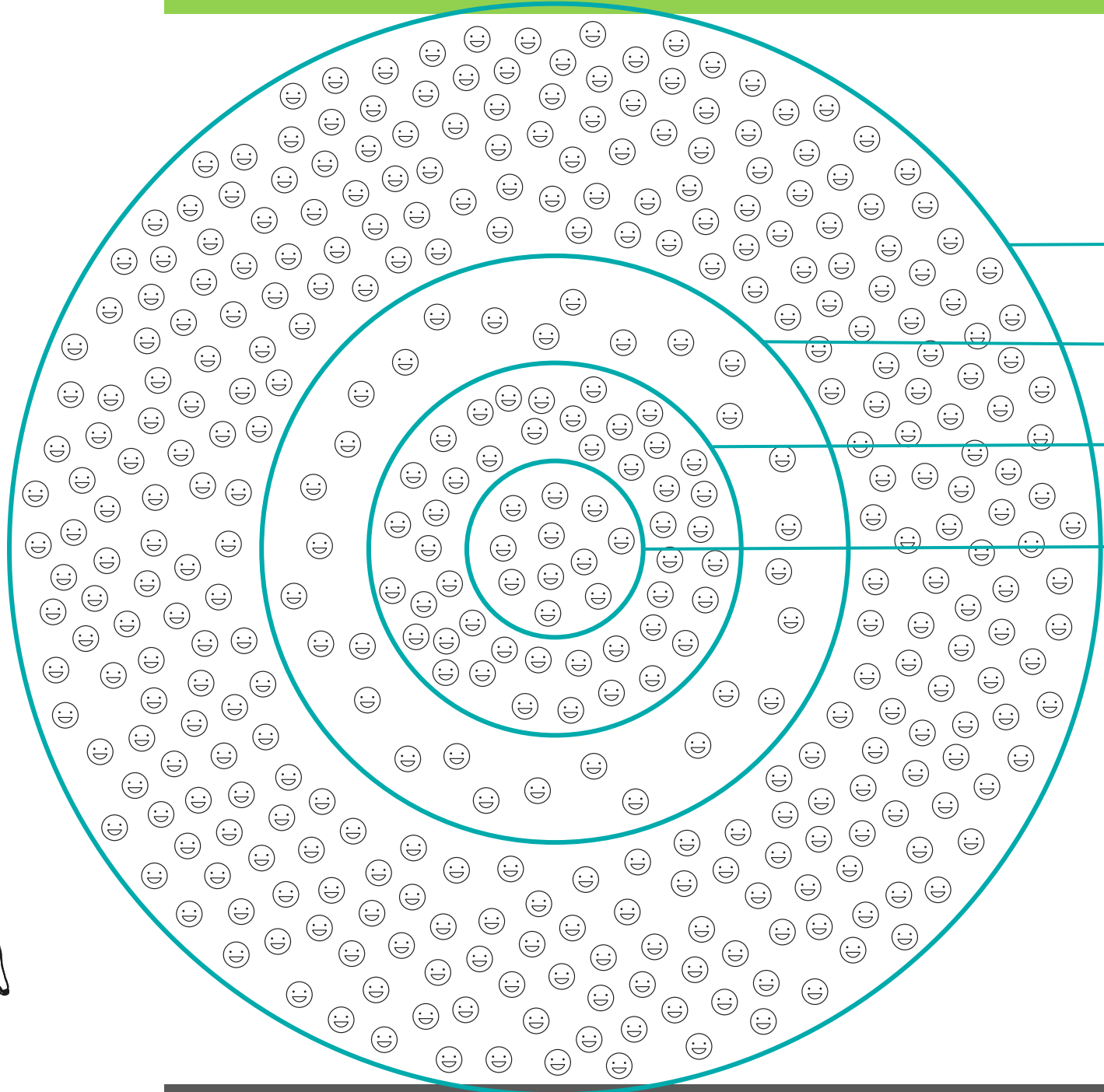
**11 ENTREVISTAS EM PROFUNDIDADE COM ALTA LIDERANÇA**

**3 GRUPOS FOCAIS COM INFLUENCIADORES**



**60 LAUDAS DE TRANSCRIÇÕES**

**WORK INNOVATION COM 30 INTÉRPRETES**



1200 COLA BORADORES

30 INTÉRPRETES

45 INFLUENCIADORES

11 ALTA LIDERANÇA

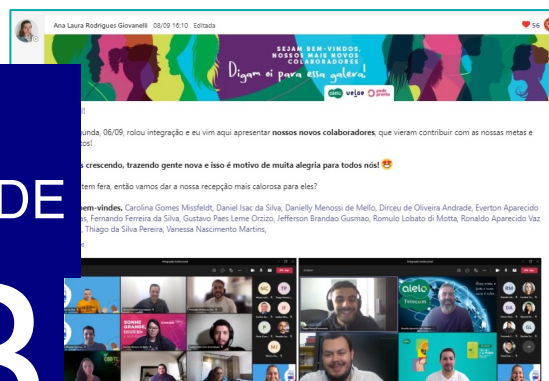


# RESULTADOS DOS RESULTADOS DA PESQUISA

Os resultados da pesquisa ainda hoje continuam a impactar positivamente a Comunicação Interna da Alelo, gerando novos canais e melhorando os já existentes, direcionando o tom de voz, influenciando e motivando os colaboradores, tanto offline quanto online.

## A ADOÇÃO DO TEAMS COMO REDE SOCIAL CORPORATIVA FOI UM SUCESSO

MÉDIA DE **83** REAÇÕES POR POSTAGEM



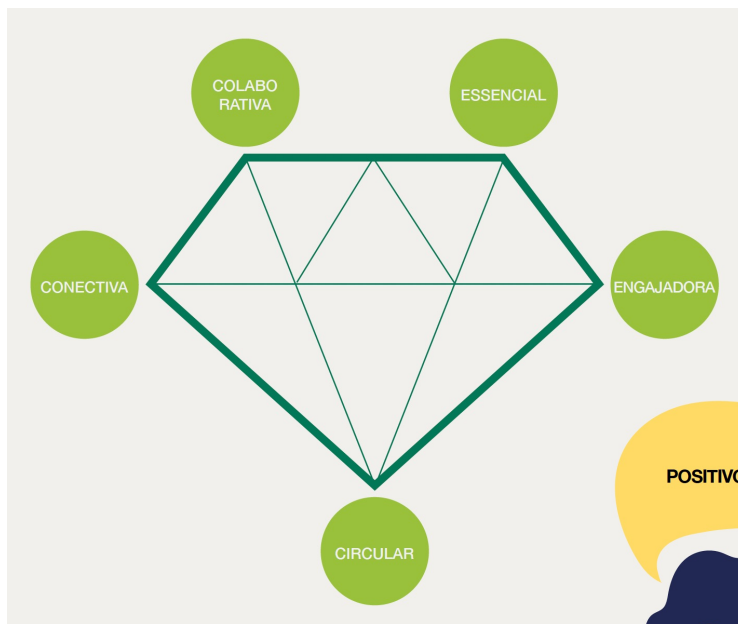
## O ESCUTAÍ, PODCAST DA ALELO ESTÁ TOCANDO ALTO NO CORAÇÃO DOS COLABORADORES



**1112** ASSINANTES

**582** DOWNLOADS

# RESULTADOS DOS RESULTADOS DA PESQUISA



O PAPO ABERTO QUE ANTES ERA ANCORADO APENAS PELO CEO, PASSA A TER EDIÇÕES COMANDADAS POR OUTROS PROFISSIONAIS



A PESQUISA REVELOU OS VALORES ESSENCIAIS E O TOM DE VOZ QUE DEVERIAM ESTAR PRESENTES NA COMUNICAÇÃO INTERNA DA ALELO

UM GRUPO DE INFLUENCIADORES, COM 25 COLABORADORES, FOI MONTADO E RECEBEU TREINAMENTO PARA AUXILIAR NO DIALOGO ENTRE A COMUNICAÇÃO E OS PROFISSIONAIS INTERNOS DA ALELO

**VALEU!**

Quintal<sup>22</sup>

COMUNICAÇÃO COM CONTEÚDO  
VALORIZA AS RELAÇÕES