

CASE SEPHORALL

Comunicação Interna 2021

Prêmio Jatobá 2021

Grande Agência: Máquina CW
Categoria: Comunicação Interna
Cliente: Sephora

SEPHORA
#sephorall



Ampliando a discussão sobre diversidade e inclusão na empresa

A equipe de Recursos Humanos da Sephora, multinacional varejista de beleza, assumiu o compromisso de aumentar no Brasil a contratação de colaboradores dentro de quatro pilares de diversidade: pessoas com deficiência, com mais de 50 anos, de variadas etnias e LGBTQIA+.

Entretanto, o time percebeu que de nada adiantaria ampliar as contratações sem antes conscientizar equipes e líderes sobre a importância de ter times diversos no ambiente corporativo, preparando os colaboradores para acolher da melhor forma as pessoas em suas equipes para que se sentissem bem-vindas e fossem ouvidas e incluídas.

Diante disso, a Máquina CW, que havia acabado de assumir a comunicação interna da empresa, recebeu o desafio de pensar numa série de ações que cumprissem esse objetivo.

#SephoraAll

Nascia, assim, a campanha #SephoraAll, com uma robusta frente de iniciativas para impactar o público por meio de treinamentos e eventos que colocaram como protagonistas pessoas de lugar de fala dentro dos pilares propostos, com a intenção de chamar a atenção e conscientizar todos os funcionários sobre o assunto.



Treinamento obrigatório

A campanha interna começou com um vídeo teaser, apresentado inicialmente ao board de líderes da companhia, depois enviado por e-mail marketing, whatsapp corporativo, e publicado no workplace e LinkedIn de executivos. O objetivo era lançar o projeto e impactar as pessoas por meio de mensagens fortes ditas por cada um dos participantes escolhidos para os vídeos de treinamento obrigatório que seriam trabalhados na sequência com todos da empresa:



Viviane Elias, gerente sênior de Riscos e Controles Internos, do UnitedHealth Group, para falar sobre negros em cargos de liderança;



Andrea Schwarz, CEO da Igual Inclusão e Diversidade e LinkedIn Top Voice, que trouxe questões sobre a inclusão de pessoas com deficiência;



Valéria Cirello, criadora de conteúdo no @SemDatadeValidade, falando sobre a atuação de profissionais com mais de 50 anos;



Iran Giusti, fundador da Casa 1, que recebe jovens LGBTQIA+ expulsos de casa, para falar sobre inclusão deste grupo no mercado de trabalho.

Vídeo teaser

Este vídeo inicial foi apresentado em primeira mão à diretoria com objetivo de engajar as lideranças.

SEPHORA

SEPHORA



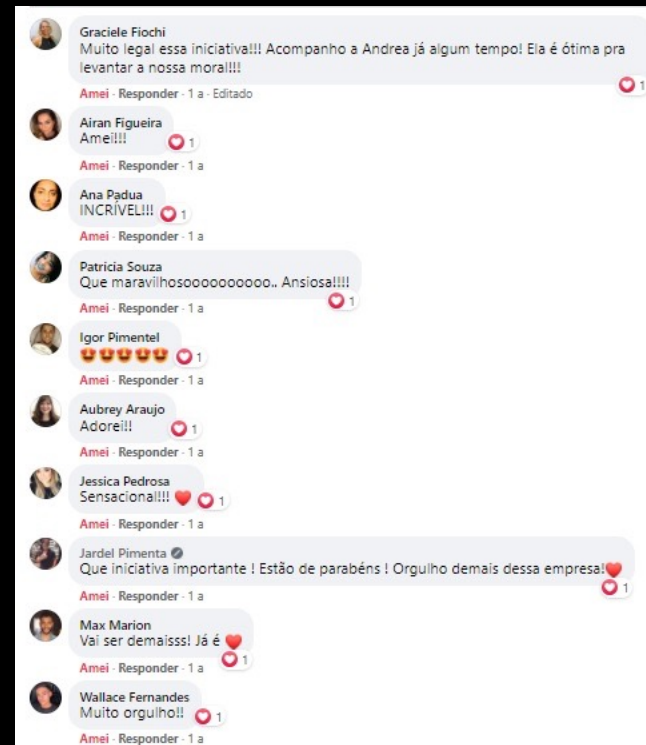
Vídeos de treinamento

Cada pilar de diversidade ganhou, ainda, um vídeo exclusivo com cada profissional renomado em sua área de atuação destacado no teaser.

Em seguida, o material completo ficou disponível na Sephora University, plataforma interna de treinamentos da companhia, figurando como treinamento obrigatório.



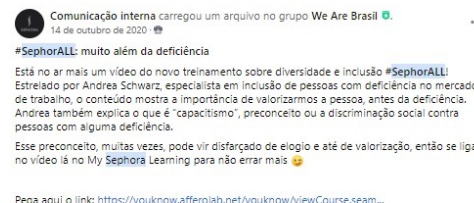
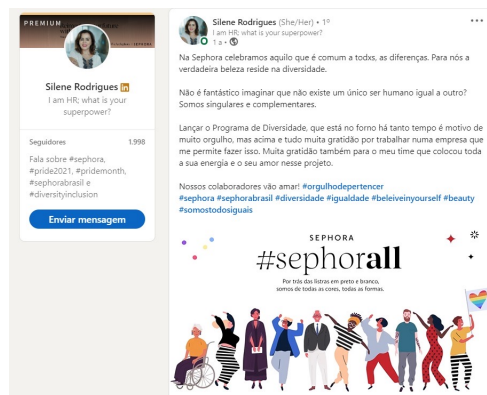
Mais de 70% dos colaboradores finalizaram os treinamentos sem necessidade de cobrança pela equipe de educação.



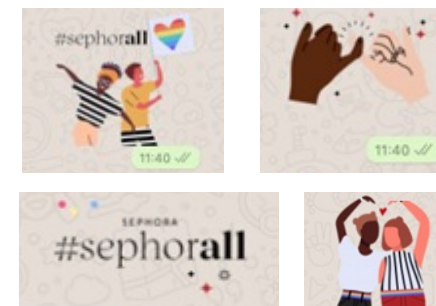
Conteúdo multiplataforma

O assunto diversidade também passou a constar de uma seção fixa dentro da newsletter mensal, além de discussões propostas via workplace - a rede social corporativa - e nos treinamentos alocados dentro da plataforma de e-learning da empresa. A fim de ampliar o engajamento, a equipe também criou figurinhas de WhatsApp para que os colaboradores utilizassem entre os públicos interno e externo.

Também foram mudadas as assinaturas de e-mail dos colaboradores – processo aumentou a inclusão ao trazer ainda o pronome pelo qual os colaboradores devem ser chamados.



SEPHORA
Ana Paula Cardozo Geraldini
Recursos Humanos
ela 55 11 98479-3188
R. Dr. Geraldo Campos Moreira, 240/ 11º andar - SP



SEPHORA



Quiz dos colaboradores

Como forma de mensurar se as informações passadas por meio dos vídeos alcançaram grande penetração nos colaboradores, os espectadores foram convidados a responder a um quiz após conhecer o conteúdo de cada uma das peças.

Os resultados indicaram grande absorção da mensagem-chave da campanha #Sephoraall.

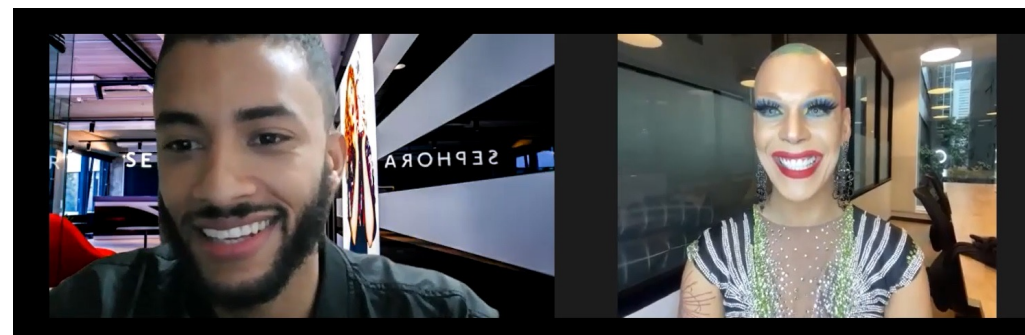
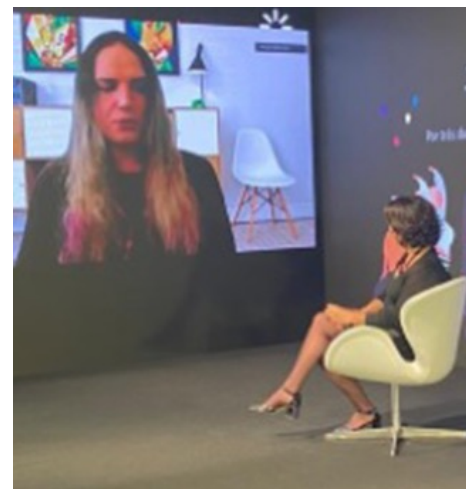


Campanha ongoing

O assunto também ganhou destaque na convenção de final de ano, ocasião em que a vice-presidente de RH da Sephora, Silene Rodrigues, conduziu um bate-papo ao vivo e online. A reunião mais importante da empresa contou com a presença de todos os colaboradores, inclusive a primeira executiva trans do Brasil, Danielle Torres.

Como forma de marcar o Dia Internacional do Orgulho LGBTQIA+ e o Dia Internacional das Pessoas com Deficiência, a Máquina CW ainda organizou dois workshops internos: um com o treinador Sephora Brasil Max Marion e a drag queen, jornalista e ativista Ikaro Kadoshi; e outro com a jornalista e palestrante Nathalia Santos, do canal do YouTube "Como assim cega?"

Mas vieram ainda outras ações além dos treinamentos.



Desdobramentos

Contratação às cegas

Uma das ações realizadas pelo time de recursos humanos após os treinamentos foi alterar o processo de seleção para a realização de entrevistas às cegas. Para não gerar vieses, as primeiras conversas com candidatas e candidatos ocorreu – e continua ocorrendo - com câmera fechada em formato remoto.

Fruto disso, logo na sequência, a empresa contratou a primeira estagiária 50+: Ana Paula Geraldini, uma professora de 55 anos que mudou de carreira e decidiu cursar gestão de recursos humanos, sendo admitida pelo departamento de RH da Sephora.

A experiência foi tão bem sucedida que ganhou destaque este ano em uma matéria da Revista Exame.

REVISTA EXAME

Diversidade etária no ambiente de trabalho: 'Conhecimento acumulado'

Cada vez mais empresas têm aberto espaço a profissionais à beira dos 60 anos, em uma bem-vinda iniciativa a favor da diversidade etária

Por **Daniel Salles**
Publicado em: 29/07/2021 às 06h00
Alterado em: 28/07/2021 às 23h08
🕒 Tempo de leitura: 4 min





Ana Paula Geraldini, 55 anos: Estagiária de RH da Sephora desde maio (Leandro Fonseca/Exame)

CONCLUSÃO

A diversidade se tornou um valor ainda mais presente, necessário e urgente nas companhias. Por isso, a iniciativa proposta pela Máquina CW para a campanha #Sephora11 se revelou acertada e possibilitou a colheita de frutos de forma imediata. Vale reforçar, porém, que a ação não foi algo passageiro e momentâneo, uma vez que vem tendo reflexos de lá para cá.

Isso fica claro numa pesquisa interna realizada com colaboradores da companhia relacionada ao tema diversidade e inclusão, depois dos treinamentos e da campanha, em 2021. Nela, 95% dos respondentes disseram que acreditam que os valores e propósito da empresa incluem o tema diversidade e inclusão e 94% das acreditam que a SEPHORA está comprometida com o tema de D&I.

#Sephora #Sephoro #Sephore #Sephorex #Sephora11



SEPHORA

