

transformar **VIDAS**



CASE DE COMUNICAÇÃO INTERNA

PRÊMIO JATOBÁ 2022

AÇÃO INTEGRADA + ASTRAZENECA BRASIL

CONTEXTO



Em 2021, a AstraZeneca Brasil começou o ano com uma nova gestão, a qual demandou uma mudança cultural e organizacional a fim de desafiar a companhia a conquistar os objetivos estratégicos planejados: tornar-se a empresa mais admirada pelos clientes e pacientes, dobrando o volume de vendas em dois anos e tornando-se a top 5 no mercado nacional.

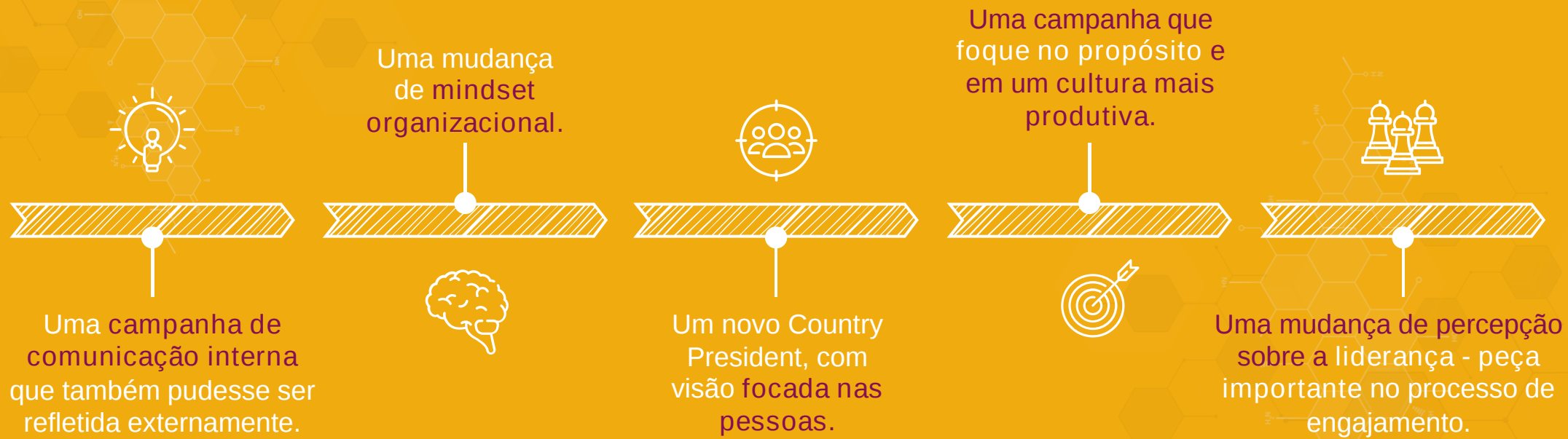


Para isso, era necessário o forte envolvimento da liderança – a qual não tinha o processo de comunicação estabelecido como uma de suas responsabilidades no histórico da companhia, além do engajamento de todos os colaboradores na mudança de mentalidade e forma de trabalhar.



Ao mesmo tempo, o início da aplicação das vacinas da AstraZeneca como uma das principais formas de combate a uma pandemia global proporcionou a oportunidade de reforçar a conexão com a empresa e o orgulho de pertencimento.

BRIEFING



Uma narrativa que contribua para a criação de uma cultura mais participativa, com mais autonomia para as áreas, que estimule o pensamento diferente e a exposição das ideias, e que reforce o sentimento de orgulho de ser AZB e de proprietários do negócio.



transformar
VIDAS

#SouAZB

Peça busca transmitir com positividade e leveza a conexão dos colaboradores com a empresa e seus valores.

Textura de fundo remete a fórmulas químicas, conectando o negócio da AZB.

O olhar para o futuro inspira para esse novo dia de oportunidades para fazer a vida das pessoas e a do próprio colaborador melhor.



Slogan mobiliza cotidianamente para o propósito.

Hashtag destaca orgulho de pertencer à empresa.

As imagens das pessoas dentro da palavra TRANSFORMAR representam as várias vidas que são beneficiadas com as atitudes dos colaboradores AZB.

A JORNADA DA *transformação*

O conceito Transformar Vidas foi criado com base na conexão do negócio da AstraZeneca, uma empresa voltada ao paciente, que produz soluções inovadoras no mercado farmacêutico para transformar a qualidade de vida das pessoas com alguma condição relacionada às áreas terapêuticas, o que vai muito além da vacina para a Covid-19.

Essa jornada foi dividida em quatro pilares: Inovação, Expansão, Parceiras e Pessoas – definidos em parceria com AZB como atributos necessários para que a empresa pudesse cumprir seus objetivos estratégicos e transformar milhares de vidas no Brasil.

PORQUE ESTAMOS MUDANDO

ECOSSISTEMA
FOCADO NO
PACIENTE



GARANTIR NOSSOS MUST WIN

- acelerar lançamentos
- acesso ao mercado
- ampliação de mercado e expansão

EXPLORAR POTENCIAL DE CRESCIMENTO

- prevenção e diagnóstico precoce
- estratégia digital
- vacina

A JORNADA DA TRANSFORMAÇÃO



INOVAÇÃO

- ✓ Nova estrutura de CVRM para maximizar portfolio de Cardio-Renal

- ✓ Sinergia para doenças do Pulmão

- ✓ Expansão da estratégia de diagnóstico para todas as áreas terapêuticas



PARCERIAS

- ✓ Engajamento com stakeholders externos para co-criação de soluções inovadoras para nossos pacientes



PESSOAS

- ✓ Evolução contínua da nossa cultura e liderança: cultura de alta performance, inclusão, ownership e accountability

PROTAGONISMO

CULTURA DE ALTA PERFORMANCE

- Foco em Resultados
- Atitude e Autonomia
- Responsabilidade
- Diversidade e Inclusão
- Inovação

AMBIÇÃO



DOBRAR AS RECEITAS DA EMPRESA ATÉ 2023
E COM ISSO PASSAR DE 10º PARA 5º NO MERCADO BRASILEIRO (MNC)

Ter a AZB reconhecida como a Empresa mais respeitada por nossa comunidade; admirada por nossos concorrentes e amada pelas pessoas que servimos (pacientes, colaboradores e clientes)

EXPANSÃO

- ✓ Aumentar nossa base de pacientes e clientes através de sinergias internas e digital

- ✓ Melhorar cobertura de contas-chave (público e privado)



+ comunicação

+ colaboração

+ priorização

+ simplificação

+ ambição

+ speak up

Astrazeneca
BRASIL 2021

Melhorar 1% a cada dia, todos os dias!

Transformar Vidas

AstraZeneca

PREMISSAS DE **COMUNICAÇÃO**

HUMANIZAÇÃO



Durante toda a campanha, o tema “Transformar Vidas” foi transmitido pelos próprios colaboradores. A escolha fez tanto sentido que não foi necessário um trabalho de sensibilização para convencimento das pessoas. Desde a primeira peça da campanha, elas tinham a certeza de que, no fim do dia, estavam ali para transformar vidas – independentemente do nível hierárquico, função ou área em que trabalhavam. Dessa forma, com suas histórias, depoimentos, iniciativas, projetos e imagens, os colaboradores foram os porta-vozes da campanha.

LIDERANÇA COMUNICADORA



Sabemos que os líderes médios são os principais mobilizadores dos seus times (2ª Pesquisa Nacional de Comunicação com a Média Liderança – Ação Integrada), e que uma notícia comunicada pela liderança é nove vezes mais eficaz do que uma notícia comunicada por um canal de comunicação (T.J. Larkin).

Sendo assim, para um movimento de gestão de mudança cultural e organizacional, antes de contarmos com a liderança para desdobramento da narrativa, foi necessário criar momentos e movimentos de contato desse público com os colaboradores, e fóruns de instrumentalização e sensibilização da liderança para alinhamento com a cultura e atuação como comunicadores.

PRIORIZAÇÃO DE NARRATIVAS



Seja por conta do cuidado com os colaboradores, novas formas de trabalho ou mudanças operacionais, em grande parte das empresas, a pandemia intensificou o volume de informações divulgadas por meio da Comunicação Interna. Na AstraZeneca Brasil não foi diferente.

Por esse motivo, uma das premissas da campanha foi a simplificação da compreensão das narrativas por parte dos colaboradores, amarrando a temática de Transformar Vidas em diferentes iniciativas e narrativas prioritárias e estratégicas durante o ano.



GRANDES MOMENTOS DA CAMPANHA



Lançamento
Vídeo
manifesto

Fóruns de Conexão
com a Liderança
(Conversas Transformadoras e
Círculo de Cultura)



Simplificação de Narrativas
de Campanhas
Estratégicas
(Pulse, GPTW...)

AZ Experience



Assinatura com
o propósito



transformar
VIDAS

AstraZeneca

transformar
VIDAS

#SouAZB

EXPANSÃO
que transforma.
e nos leva
A além!

#SouAZB | #TransformarVidas AstraZeneca



**PARCERIAS
QUE**

Transformam,

co-criando soluções inovadoras
para os nossos pacientes

#SouAZB | #TransformarVidas

AstraZeneca

Impulsionados
pela **ALTA**
PERFORMANCE
PARA
transformar

#SouAZB | #TransformarVidas

AstraZeneca

EVOLUÇÃO

continua

das nossas pessoas
e lideranças

#SouAZB | #TransformarVidas

AstraZeneca

LANÇAMENTO

LANÇAMENTO

LANÇAMENTO

LANÇAMENTO

LANÇAMENTO

Além do vídeo manifesto, exibido no lançamento e em todos os demais encontros de Conversas Transformadoras, o kick off da campanha contou com:



Desenvolvimento da primeira temática desdobrada de acordo com os quatro pilares de transformação, focada em pessoas “Com você, transformamos vidas”.



Ambientação digital, com stickers de WhatsApp e fundo de tela para reuniões e para desktop.



Vídeos de depoimentos de colaboradores contando como transformavam vidas por meio de seus trabalhos.



Mensagem da Diretora de RH por meio dos canais de comunicação sobre a importância das pessoas na jornada da transformação.

FÓRUNS DE CONEXÃO COM A **LIDERANÇA**



CONVERSAS TRANSFORMADORAS

A partir da necessidade de direcionamento da alta liderança para a nova estratégia e mentalidade do negócio, foi preciso criar um fórum de comunicação que pudesse refletir os resultados da organização, anunciar as principais iniciativas para atingir os objetivos e definir e combinar os próximos passos. Dessa forma, foi criado o evento de Conversas Transformadoras, realizado mensalmente de forma online, com transmissão via Workplace para todos os colaboradores da AZB. Liderado pelo CEO Brasil, com a participação do quadro de Diretores e outros líderes abordando as iniciativas das áreas, e espaço para trocas, dúvidas e comentários entre todos os colaboradores.

Cada um dos eventos de Conversas Transformadoras tinha como temática o desdobramento de um dos quatro pilares da jornada da transformação, com a estratégica e tática definidas para a conquista dos objetivos.



CÍRCULO DA CULTURA

Também com foco na liderança, esse ritual foi criado para ouvir os colaboradores e criar soluções para os principais desafios da companhia. Nele, os líderes eram responsáveis pela representação dos seus times, a fim de contribuir com a construção coletiva de experiências cada vez melhores para os colaboradores da AZB.



TEMAS TRABALHADOS NO **CONVERSAS** **TRANSFORMADORAS**



Vem aí a terceira edição do nosso encontro de **Conversas Transformadoras!**

Já falamos sobre as nossas **Pessoas** e sobre o pilar **Expansão**. Agora é hora de trazer a importância da **PARCERIA** com os nossos stakeholders externos.

Prepare as suas perguntas e vamos continuar transformando vidas juntos.
Esperamos por você!



21 DE MAIO
(sexta-feira)



8H ÀS 10H



**GRUPO COMUNICAÇÃO
AZ BRASIL -
WORKPLACE**



Você é nosso convidado para, junto com o nosso CEO e os nossos principais líderes, saber tudo o que estamos fazendo nesta nossa jornada para transformar vidas.



DIA 19 DE MARÇO
(sexta-feira)



DAS 8H30 ÀS 9H30 HORAS



**GRUPO COMUNICAÇÃO
AZ BRASIL -WORKPLACE**

Vamos trilhar juntos este caminho da transformação!



SIMPLIFICAÇÃO DE **NARRATIVAS** DE CAMPANHAS **ESTRATÉGICAS**

Um dos pilares de comunicação da campanha foi simplificar a compreensão dos colaboradores por meio da conexão de diferentes iniciativas da companhia em uma mesma narrativa.

Exemplos dessa simplificação foram as campanhas das pesquisas Pulse e GPTW, as quais usamos o conceito de Transformar Vidas para reforçar a importância da participação dos colaboradores. Outras campanhas de diversidade, sustentabilidade, marketing e processos internos também foram trabalhadas de acordo com a conexão com o conceito da campanha.

SIMPLIFICAÇÃO DE NARRATIVAS DE CAMPANHAS ESTRATÉGICAS

Com **você** a gente **trans**
forma
o futuro.

Faça parte da NOSSA CAMPANHA

Carece gestões.

Estamos lançando nossa nova campanha para incentivar a participação de todos os colaboradores na pesquisa GPTW 2021. Há 16 anos, estamos entre os **Melhores Lugares para se Trabalhar no Brasil** e queremos seguir sendo reconhecidos por oferecer um ambiente excelente para nossos colaboradores.

Contamos com seu apoio para incentivar a participação de todos na pesquisa, relembrando e valorizando nossos esforços para ampliar a diversidade, criar novas oportunidades de desenvolvimento e oferecer mais benefícios que tragam bem-estar para colaboradores e seus familiares.

É ouvindo o nosso time que nós vamos poder construir juntos a AZB que queremos para o futuro!

PESQUISA GPTW 2021: de 8 a 19 de março

RELEMBRE A DINÂMICA:

Os colaboradores receberam por e-mail um convite formal para participar, com link para a pesquisa que vai até 19 de março.

Também será possível acessar o questionário pelo QR Code ao lado.

CÓDIGO DE ACESSO: AZB = os 8 primeiros dígitos do seu CPF, incluindo zeros.
SÉRIE DE ACESSO: AZB = os 8 primeiros dígitos do seu CPF, incluindo zeros.

#OrgulhoDeSerAZ

Este material é uma iniciativa da Comunicação Interna, exclusivamente intranet, destinado aos colaboradores da AstraZeneca Brasil. Proibido qualquer tipo de reprodução e/ou distribuição. Abril/2021.

Gratuito. Qualquer tipo de reprodução e/ou distribuição. Novembro/2021.

AstraZeneca

Com **você** a gente **trans**
forma
o futuro.

#OrgulhoDeSerAZ

VALEU, TIME!

Agradecemos a sua contribuição na **PESQUISA GPTW 2021**

Vem, ainda dá tempo!
Participe da pesquisa GPTW 2021 até o dia 19 de março.

#OrgulhoDeSerAZ

Gratuito. Qualquer tipo de reprodução e/ou distribuição. Novembro/2021.

AstraZeneca

Com **você** a gente **trans**
forma
o futuro.

Vem, ainda dá tempo!
Participe da pesquisa GPTW 2021 até o dia 19 de março.

#OrgulhoDeSerAZ

Gratuito. Qualquer tipo de reprodução e/ou distribuição. Novembro/2021.

AstraZeneca

Pulse A sua opinião transforma.

Participe da 2ª edição da Pulse de 2021!

Responda nossa avaliação interna global até o dia 17 de novembro. Sua colaboração é fundamental para a AZB ser cada vez mais um **Melhor Lugar para Trabalhar!**

Material destinado aos colaboradores da AstraZeneca Brasil. Proibido qualquer tipo de reprodução e/ou distribuição. Novembro/2021.

AstraZeneca

Pulse A sua opinião transforma.

Participe da 2ª edição da Pulse de 2021!

A pesquisa já está disponível. Participe até 17 de novembro.

Sua colaboração é fundamental para a AZB ser cada vez mais um **Ótimo Lugar para Trabalhar!**

Material destinado aos colaboradores da AstraZeneca Brasil. Proibido qualquer tipo de reprodução e/ou distribuição. Novembro/2021.

AstraZeneca

Já começou!

Participe da 2ª edição da Pulse de 2021!

A sua opinião transforma.

Sabemos que a **sua opinião transforma**. Por isso, queremos que você compartilhe como está sendo trabalhar na AstraZeneca e o quanto essa experiência contribui para o seu desenvolvimento profissional.

Para quem ainda não conhece, a **Pulse** é a nossa avaliação interna global - agora incluindo também as contribuições dos nossos colegas da **Aston** - sobre uma série de tópicos importantes para nossa Companhia. A pesquisa serve também como indicador da categoria **"Melhor Lugar para Trabalhar"** do nosso scorecard.

Fique atento à sua caixa de entrada, o e-mail com o link da pesquisa é enviado diretamente pelo **Willis Towers Watson**.

A PESQUISA JÁ ESTÁ DISPONÍVEL. PARTICIPE ATÉ 17 DE NOVEMBRO!

Contamos com a sua participação!

Material destinado aos colaboradores da AstraZeneca Brasil. Proibido qualquer tipo de reprodução e/ou distribuição. Novembro/2021.

AstraZeneca

Um time que está sempre entre os **melhores**

Conquistamos mais uma vez o selo **GPTW** com o apoio de todos vocês, que fazem o nosso ambiente de trabalho ser cada vez melhor.

#OrgulhoDeSerAZ

Gratuito. Qualquer tipo de reprodução e/ou distribuição. Abril/2021.

AstraZeneca

Com **você** a gente **trans**
forma
o futuro.

#OrgulhoDeSerAZ

Gratuito. Qualquer tipo de reprodução e/ou distribuição. Novembro/2021.

AstraZeneca

Pulse A sua opinião transforma.

Participe da 2ª edição da Pulse de 2021!

Responda nossa avaliação interna global até o dia 17 de novembro. Sua colaboração é fundamental para a AZB ser cada vez mais um **Melhor Lugar para Trabalhar!**

Material destinado aos colaboradores da AstraZeneca Brasil. Proibido qualquer tipo de reprodução e/ou distribuição. Novembro/2021.

AstraZeneca

Participe da 2ª edição da Pulse de 2021!

Responda nossa avaliação interna global até o dia 17 de novembro. Sua colaboração é fundamental para a AZB ser cada vez mais um **Ótimo Lugar para Trabalhar!**

Pulse A sua opinião transforma.

Material destinado aos colaboradores da AstraZeneca Brasil. Proibido qualquer tipo de reprodução e/ou distribuição. Novembro/2021.

AstraZeneca



Quase chegando ao final de 2021, criamos uma oportunidade para reunir os colaboradores de forma híbrida, prestigiar e agradecer a todos que fizeram parte da jornada de transformação. Assim, foi desenvolvido o AZ Experience, que promoveu um novo olhar para as conquistas da companhia.

Vocês tiveram **ATITUDEZ** e foram protagonistas da nossa transformação em 2021!



Relembrando as experiências do nosso ano, com projetos e iniciativas transformadoras.

Está aqui ou aí. Dentro de cada um de nós.

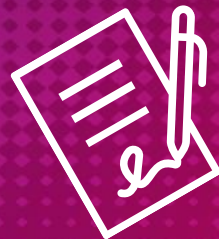
**UM TIME.
UMA JORNADA.
MUITAS VIDAS**

transformadas.

AstraZeneca 



O evento contou com a participação de uma paciente, com seu depoimento e agradecimento aos colaboradores; um vídeo de abertura oficial com o resumo de todas as iniciativas realizadas durante o ano; a apresentação de cases que tiveram destaque em 2021; mensagens importantes do Presidente da AZB; depoimentos da liderança internacional da empresa e stakeholders externos; e o encerramento com um vídeo especial trazendo o foco para a gratidão.



Além da participação de alguns familiares de colaboradores, que também são pacientes da AZ, em um vídeo emocionante no início do evento, as pessoas receberam em suas casas uma carta assinada por Carlos Sànchez, Presidente da AstraZeneca Brasil. A carta registrava a importância de cada um dos profissionais envolvidos na transformação da vida de milhares de pessoas no Brasil, e o agradecimento especial às famílias que contribuíram com todo amor e apoio necessário para que os colaboradores pudessem colocar o propósito da AstraZeneca em prática todos os dias.



Durante a experiência, os colaboradores também tiveram a oportunidade de receber algumas surpresas referentes às iniciativas desenvolvidas por diversas áreas da AstraZeneca para tornar a empresa ainda mais forte, eficiente e humanizada.



Tive a oportunidade de conhecer os laboratórios da mais alta tecnologia.



No que a gente acredita.



AZEXPERIENCE

Muito obrigado
POR TER FEITO PARTE DESSA
EXPERIÊNCIA
COM A GENTE!

Foi gratificante poder compartilhar nossos resultados e projetos que fizeram a diferença, além de reconhecer todos e todas que tiveram **ATTITUDEZ** neste ano e **TRANSFORMARAM a VIDA** de milhares de pessoas no Brasil.

Que esse propósito, que já faz parte de nós, continue nos guiando pelos próximos anos, e que a gente nunca esqueça de colocar no centro de tudo aquilo que nos move e nos faz ir além: as pessoas!

Mais uma vez, somos gratos por todo o seu compromisso e dedicação neste ano.

AstraZeneca

AZEXPERIENCE

SAVE THE DATE

3/11
das 9h às 12h

Um novo olhar para as nossas conquistas.
Um momento de conexão diferenciada com o nosso propósito.
E o reconhecimento de todos que contribuíram com a nossa transformação.

E vocês são nossos convidados especiais!

CLIQUE AQUI
para fazer parte dessa experiência.

Estamos te esperando.

AstraZeneca

PANORAMA 2021

**UM MOVIMENTO.
UMA JORNADA.
MUITAS VIDAS transformadas.**

AstraZeneca

UM PROPÓSITO **ORGÂNICO E GENUÍNO**

Mesmo sem o objetivo inicial da criação de um propósito para a companhia, a jornada da transformação fez tanto sentido para os colaboradores que eles passaram a adotar o Transformar Vidas como propósito da companhia, em suas publicações, depoimentos e fóruns internos.

De forma orgânica e genuína, a campanha impulsionou a identificação dos colaboradores com a empresa, aproximando o público aos valores da organização e cumprindo esse grande desafio de comunicação interna.

Dessa maneira, para a virada de ano e de fase da jornada da transformação, o conceito foi transformado em um logotipo que assinaria todas as iniciativas da empresa com foco no propósito da companhia.



RESULTADOS

Média de participações no Conversas Transformadoras:

767

AZ Experience:
participação de
880
pessoas

Além disso, foram registradas mais de
2.500
reações entre comentários, elogios, perguntas, e depoimentos no chat da plataforma.

Evolução na nota de liderança na Pulse:

Como os líderes sêniores da AZB se comunicam com seus times?

72%
VS 55%
em 2021

Como os líderes estabelecem prioridades?

70%
VS 56%
em 2021

Eu recomendo a AZB como uma GPTW

89%
VS 86%
em 2021

Eu entendo a direção do futuro da AstraZeneca e as prioridades-chave

91% VS 84%
em 2021

Resultados de negócio:

a empresa dobrou o volume de vendas em um ano, antecipando a meta programada para dois anos.

EVOLUÇÃO PARA

2022

Com a virada de ano e conclusão do primeiro ciclo da jornada da transformação, foi necessário trabalharmos a evolução da campanha para um novo mote, tão poderoso quanto o então propósito da empresa, seguindo a linha de evolução do Transformar Vidas.

Dessa forma, foi criada a campanha do tema do ano de 2022 “Geração AZB: crescer sem limites e transformar universos”.

Essa campanha também permitiu a revisão e lançamento de iniciativas a partir do aprendizado do ano anterior:

- Conversas Transformadoras passou a ser trimestral, com foco nos resultados e grandes mensagens de orientação de futuro da companhia.
- Para manter a conexão com o Presidente criada em 2021, neste ano, o CEO Brasil marcou presença mensal com vídeos motivadores por meio do Workplace.
- A instrumentalização da liderança foi aprimorada por meio da pauta de comunicação Liderança Transformadora e Conectada e encontros mensais de café com a liderança, chamados de StAZBucks.
- A simplificação das narrativas foi mantida, de acordo com a evolução da campanha.
- A inclusão de histórias de colaboradores e pacientes como parte do storytelling das iniciativas da empresa também foi impulsionada, já que evoluímos para um momento em que o propósito está genuinamente inserido no dia a dia dos colaboradores da AZB.

