

Ficha técnica

Título

DSM - Campanha “Nossa Voz Cuida”: Colaboradores como protagonistas na busca pelo comportamento seguro

Tipo de organização

Grande Agência

Sinopse do case

Tratando-se de uma empresa fabril, a DSM, empresa responsável por desenvolver aditivos para manter a saúde humana e animal, tinha um índice de incidentes elevado em suas unidades até a implementação da campanha A Vida em Suas Mãos. Criada após a morte de um colaborador dentro da fábrica, essa campanha tinha como objetivo engajar cada indivíduo da importância do cuidado com a própria saúde durante sua jornada de trabalho.

Com o sucesso da campanha que repercutiu internamente entre 2019 e 2020, a empresa decidiu dar continuidade no projeto com a agência criadores, Ideal H+K Strategies. Para isso, trabalhamos na evolução do conceito para a campanha “Nossa Voz Cuida”, que coloca a VOZ do colaborador como protagonista na comunicação sobre saúde, segurança e sustentabilidade.

Desenvolvemos uma plataforma criativa, batizada de Rádio DSM, abastecida com assuntos selecionados pelos próprios colaboradores. Como resultado, nos primeiros 6 meses de trabalho, a DSM LATAM ganhou reconhecimento sendo a região no mundo com o menor índice de acidentes reportáveis.

Cronograma

- Maio 2021: Entrega de proposta
- Junho 2021: Aprovação e negociações
- Julho 2021: Início da Campanha - Ações para serem apresentadas no Town Hall
- Agosto 2021: Lançamento da Rádio e do 1º episódio sobre os pilares de SHE (saúde, sustentabilidade e segurança) da DSM / Encontro com Embaixadores
- Setembro 2021: Divulgação interna sobre conteúdos de SHE
- Outubro 2021: Ativação carros de som - SHEQ Week / Lançamento do 2º episódio sobre a área de operações na DSM
- Novembro 2021: Divulgação interna sobre conteúdos de SHE / Lançamento do 3º episódio sobre segurança no trânsito

- Dezembro 2021: Apresentação de resultados no Town Hall com uma coletânea de todos os podcasts publicados na Rádio
- Janeiro 2022: Divulgação interna sobre conteúdos de SHE
- Fevereiro 2022: Divulgação interna sobre conteúdos de SHE / Lançamento do 4º episódio do podcast sobre autocuidado na pandemia
- Março 2022: Divulgação interna sobre conteúdos de SHE
- Abril 2022: Divulgação interna sobre conteúdos de SHE
- Maio 2022: Lançamento do 5º episódio do podcast sobre o prêmio interno SHE Award/ Apresentação de resultados no Town Hall / criação da próxima campanha de sustentação

Orçamento

Fee Ideal H+K: R\$ 277.200,00 (12 meses)

Fee de traduções espanhol: R\$ 19.721,64 (12 meses)

Plano Editorial da Rádio DSM: R\$14.800,00

Setup da rádio: R\$20.007,46 - programação e podcasts inaugurais

Produção de Podcasts*: R\$ 25.580,97 (4 edições - 4 em PT e 2 em ES)

Ativação de carros de som: R\$26.334,81 (em 6 unidades DSM Brasil)

R\$ 383.644,87

*Valores até fevereiro de 2022, esses faturamentos ocorrerão esporadicamente até julho de 2022

Número de pessoas que atuaram no projeto

10

Detalhamento da equipe, com os nomes e as respectivas funções

Paula Nadal – Chefe de Estratégia

Núbia Matos – Gerente de Comunicação Interna

Nayara Nascimento - Analista de Comunicação Interna

Lucia Muller – Diretora de Criação

Liliam Carvalho – Coordenadora de Operações Criativas

Geo Ximenes – Diretora de Arte Senior

Rodrigo Sena – Diretor de Arte Pleno

Pedro Martines – Redator Pleno

Fábio Barile – Redator Pleno

Marcella Morijo - Planejamento