

happy
house

PROGRAMA DE
VOLUNTARIADO HEINEKEN:

**Que marca você
quer deixar?**

★ **HEINEKEN**

CONTEXTO



O Grupo HEINEKEN chegou ao Brasil em 2010 e hoje é o segundo player no mercado brasileiro de cervejas. Com sede em São Paulo, a companhia é uma subsidiária da HEINEKEN NV, a maior cervejaria da Europa.

O Grupo gera mais de 14 mil empregos e tem 14 unidades produtivas no país, sendo 12 cervejarias, localizadas em Alagoinhas (BA), Alexânia (GO), Araraquara (SP), Benevides (PA), Caxias (MA), Igarassu (PE), Igrejinha (RS), Itu (SP), Jacareí (SP), Pacatuba (CE), Ponta Grossa (PR) e Recife (PE), e duas micro cervejarias em Campos do Jordão (SP) e Blumenau (SC).

No Brasil, o portfólio de cervejas do Grupo HEINEKEN é composto por Heineken®, Sol, Amstel, Amstel Ultra, Tiger, Lagunitas, Kaiser,

Bavaria, Eisenbahn, Baden Baden, Devassa, Schin, Glacial, No Grau e Kirin Ichiban. O portfólio de não alcoólicos inclui Água Schin, Schin Tônica, Skinka e os refrigerantes Itubaína, Viva Schin, Clash'd e FYs.

Em 2022, para reforçar o seu compromisso ESG, a empresa lançou o **Instituto HEINEKEN Brasil** — o primeiro Instituto HEINEKEN no mundo. A iniciativa tem o objetivo de impactar 10 mil vendedores ambulantes e catadores e 1 milhão de jovens direta e indiretamente até 2025, por meio de programas para desenvolver habilidades socioemocionais e empreendedoras, capacitação, geração de emprego e renda e promoção do consumo responsável de álcool, contribuindo para uma melhor perspectiva de futuro para os públicos envolvidos.



Em 2023, para fortalecer o Instituto e, por consequência, suas atitudes ESG, a empresa lançou o **Programa de Voluntariado HNK** para colaboradores HEINEKEN. O programa está alicerçado na Cultura HEINEKEN e se propõe a criar conexão entre as pessoas colaboradoras do Grupo HEINEKEN Brasil, parceiros e a comunidade para, juntos, impactar positivamente o mundo.

CONTEXTO



NOSSO SONHO:

NOSSA  EM CADA  E EM CADA 

NOSSO PROPÓSITO:

Criar momentos de verdadeira união para inspirar um mundo melhor.

NOSSOS VALORES:



RESPEITO E
CUIDADO



PAIXÃO



CORAGEM



DIVERSÃO

DESAFIO

Diante desse contexto, a HappyHouse — uma das maiores agências de Endomarketing e Comunicação Interna do Brasil — assumiu o desafio de informar os colaboradores sobre o lançamento do **Programa de Voluntariado HNK**, engajá-los e incentivá-los a atuar como voluntários.

ESTRATÉGIAS

- 1 Criar a marca do **Programa de Voluntariado HNK**.
- 2 Criar **letterings para as causas** que fazem parte do programa.
- 3 Criar o **conceito criativo** para a campanha de lançamento do Programa de Voluntariado HEINEKEN.
- 4 Criar a **identidade visual** para a campanha de lançamento do Programa de Voluntariado HNK.
- 5 Criar o plano de **Comunicação Interna e Endomarketing** para lançar, fazer a manutenção e os reforços da comunicação do Programa de Voluntariado pelo período de um ano, considerando que, a cada mês, uma das marcas comerciais da HEINEKEN no Brasil assumiria o protagonismo diante de uma causa social e, no decorrer do ano, foram criadas duas iniciativas complementares: **Comitê de Voluntariado** e **Semana do Voluntariado HNK**.

PLANO DE AÇÃO

1 CRIAR A MARCA DO PROGRAMA DE VOLUNTARIADO HNK.

PROGRAMA VOLUNTARIADO HNK

Para criar a marca e, por consequência, a identidade visual do **Programa de Voluntariado HNK** e a campanha de Comunicação Interna, buscamos inspiração na *street art*. A arte manifesta-se por meio de intervenções, performances, grafite etc. A *street art* faz parte da rotina da população por ser encontrada em espaços urbanos públicos em todo o país. Tudo a ver com a essência HEINEKEN.

2 CRIAR LETTERINGS PARA AS CAUSAS QUE FAZEM PARTE DO PROGRAMA.

Criamos letterings para dar visibilidade a cada uma das causas que são parte do **Programa de Voluntariado HNK**. Esses letterings foram criados também tendo como base o universo da *street art*, com inspiração no stencil — técnica usada para aplicar um desenho em uma superfície por meio do uso de tinta ou aerossol e de um molde vazado.



3 CRIAR O CONCEITO CRIATIVO PARA A CAMPANHA DE LANÇAMENTO DO PROGRAMA DE VOLUNTARIADO HNK.

Quando falamos em deixar marcas, queremos deixar lembranças, impactar positivamente a vida de alguém ou, no caso do **Programa de Voluntariado HNK**, impactar a vida de muitas pessoas. O conceito criativo da campanha é um incentivo à reflexão, um convite à ação. Além disso, é formado por uma expressão reconhecida pelos brasileiros, de norte a sul do país, facilitando o engajamento com a campanha.



4 CRIAR IDENTIDADE VISUAL PARA A CAMPANHA DE LANÇAMENTO DO PROGRAMA DE VOLUNTARIADO HNK.

A identidade visual da campanha do Programa de Voluntariado HNK está totalmente alinhada à street art e reúne outra técnica visual que vemos nas ruas. Além do grafite e do stencil, incluímos a colagem, que complementa o layout com fotos em forma de cartazes que representam as causas que o Programa de Voluntariado HNK apoia.



5 CRIAR PLANO DE COMUNICAÇÃO INTERNA E ENDOMARKETING.

A estratégia de Comunicação Interna está alinhada ao perfil dos colaboradores HEINEKEN e, por isso, contempla peças e materiais digitais e físicos e utiliza como meio de informação e mídia para campanha os canais de Comunicação Interna da empresa: murais, TVs corporativas, Workplace, Teams, e-mail marketing, WhatsApp, rádio interna, site, materiais de ambientação, entre outros.

A campanha foi lançada em julho de 2022 e, de lá para cá, é sustentada por meio de peças e conteúdos atualizados mensalmente. Além disso, duas novas iniciativas foram lançadas em 2023 — o **Comitê de Voluntariado** e a **Semana do Voluntariado HNK** —, o que nos fez desdobrar a campanha com estratégia de conteúdo e layout renovados e complementares.



LANÇAMENTO

Hotsite do Programa de Voluntariado HNK:

página informativa contendo todos os conteúdos sobre o Programa de Voluntariado, informações sobre como participar como voluntário e como indicar instituições para fazerem parte da iniciativa.

Manual do Programa de Voluntariado HNK:

em formato digital, com conteúdo informativo para os voluntários, o material traz as principais informações sobre o Programa de Voluntariado.

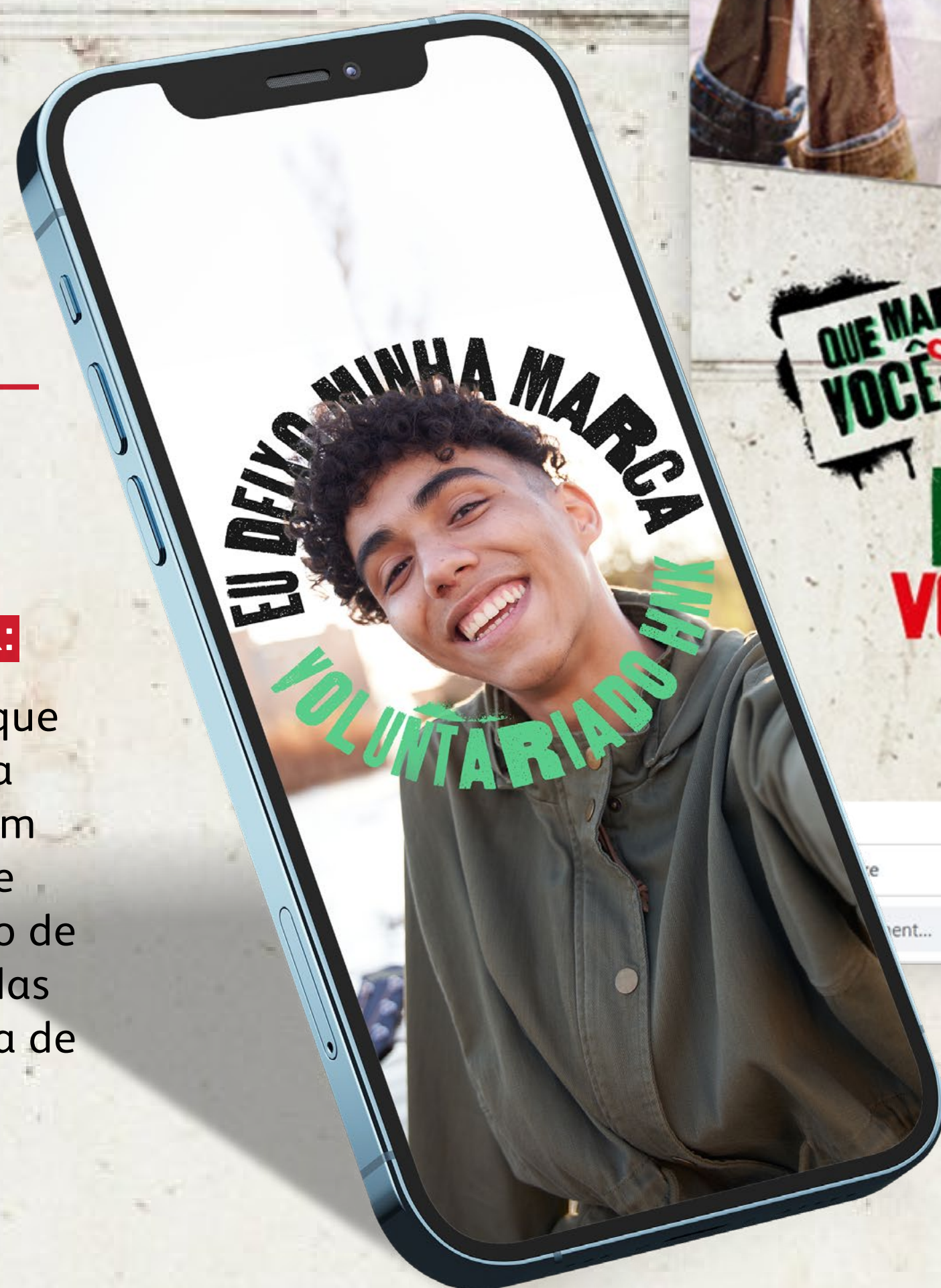


Guia de ações: material destinado aos embaixadores e líderes, para conhecerem, participarem e engajarem suas equipes.

SUSTENTAÇÃO

Filtro Destaque para o site Voluntariado HNK:

desenvolvido para que os colaboradores da HEINEKEN pudessem compartilhar no site da Atados o orgulho de participar de uma das causas do Programa de Voluntariado HNK.



Post na Rede Social Interna:

no lançamento da campanha e nas etapas de Sustentação e Reforço foram realizados diversos posts na rede social interna da HEINEKEN (Workplace) para informar e engajar colaboradores.



Para assistir ao
videomanifesto,
[clique aqui.](#)

Videomanifesto: lançado na convenção interna para líderes, no dia 20/6, e, depois, postado no Workplace no dia do lançamento, na primeira semana de agosto.

SUSTENTAÇÃO



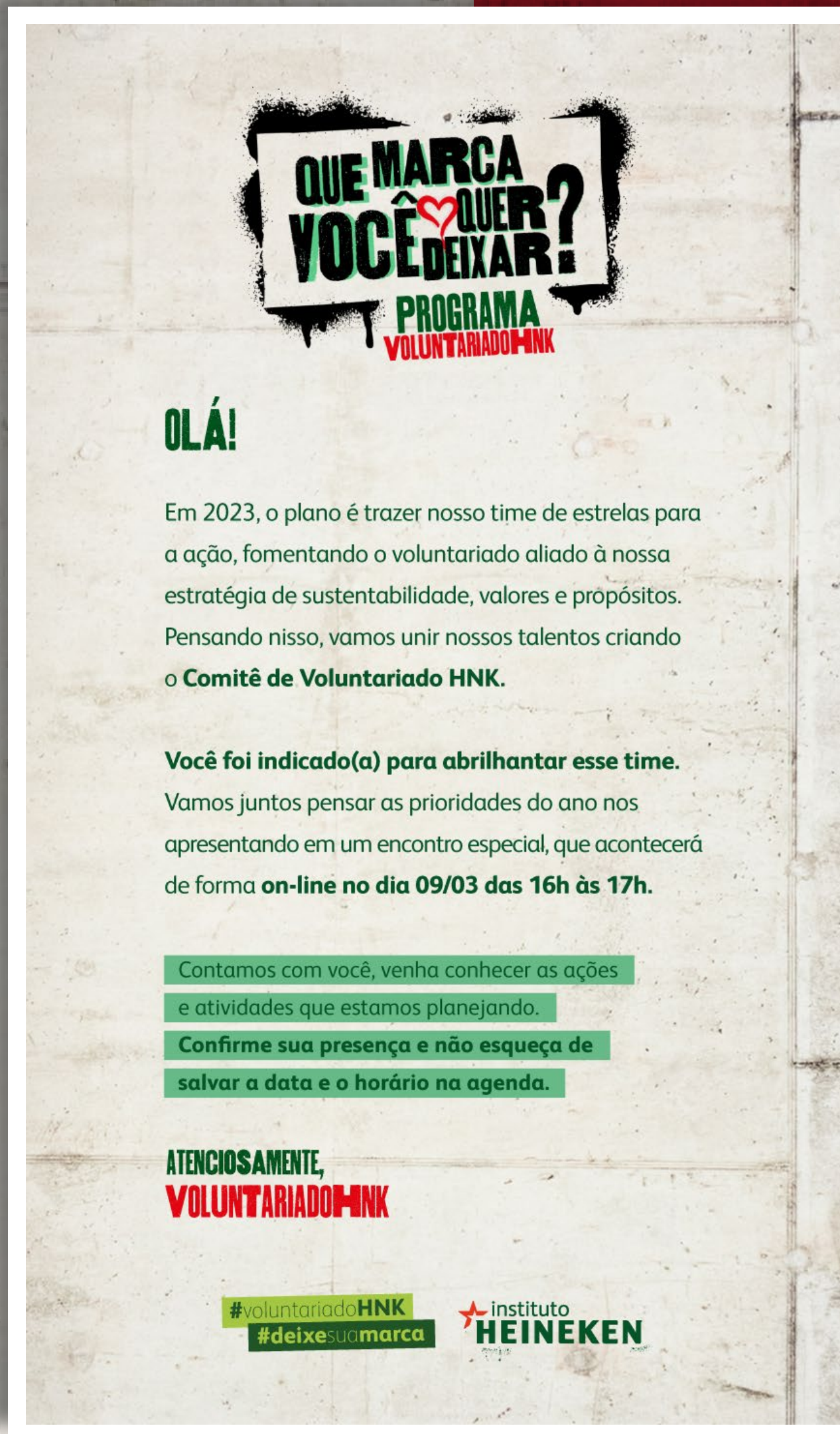
Wallpaper e Fundo Teams:

para seguir impactando os colaboradores no dia dia, também foi criado um enxoval de peças digitais, composto por wallpaper e fundo para reuniões digitais.

REFORÇO 1

Convite Comitê de Voluntariado HNK:

Em março de 2023, foram criados seis Comitês de Voluntariado, um para cada causa: Cidades sustentáveis e consumo responsável, Equidade racial, LGBTQIAP+, Recuperação ambiental, Proteção animal e Qualificação profissional. Alguns colaboradores foram selecionados para compor os comitês e receberam o convite por meio de um e-mail marketing.



REFORÇO 2

Em agosto de 2023, foi realizada a **Semana do Voluntariado HNK** e o desafio foi aumentar o número de colaboradores engajados no programa.

Nesse momento, o KV ganhou desdobramentos alinhados à identidade original do **Programa de Voluntariado HNK**, ou seja, à street art, mas com visual renovado para chamar ainda mais a atenção do público interno.



Peças Digitais e Peças Físicas foram desenvolvidas para ativar a semana.



Cartaz

Banner



Post na Rede Social Interna



Fundo de Tela



RESULTADOS

Um ano após o lançamento do Programa de Voluntariado HNK



10%

do público interno **está inscrito na plataforma e participa como voluntário em projetos sociais.**

+ **DE 5 MIL**

horas de trabalho **foram dedicadas ao voluntariado na HEINEKEN.**

573

novos cadastros
na plataforma

no período de 7/7/2023 a 14/8/2023.

633

novas
inscrições

30

ONGs foram
beneficiadas
diretamente e

4.788

ONGs
indiretamente.

20

ONGs representantes
de cidades brasileiras
distribuídas em 10 estados.

CONCLUSÃO

As estratégias de Comunicação Interna implementadas tinham o objetivo inicial de informar os colaboradores sobre o lançamento do **Programa de Voluntariado HNK**, engajá-los e incentivá-los a atuar como voluntários.

Ao longo dos meses, surgiram novos desafios, como lançar e engajar pessoas para apoiar a governança do programa e ativar a primeira semana do Voluntariado HNK, promovendo o interesse dos colaboradores em participar das ações propostas.

Os resultados obtidos demonstram que **os objetivos foram atingidos**. Atualmente, o **Programa de Voluntariado HNK** é uma iniciativa reconhecida por todo o público interno da empresa e mobiliza centenas de colaboradores que atuam como voluntários nos projetos sociais apoiados.





55 51 3321.4000
Av. Carlos Gomes, 1340 - sala 101
Porto Alegre/RS - Brasil
CEP 90480-001
happy.net.br