

Em seus 30 anos de história, a Prefácio construiu uma cultura sólida, que sempre foi um de seus pilares.

Para fortalecer ainda mais essa cultura com os antigos e novos colaboradores, foi criada uma campanha em duas fases. A primeira teve como foco o resgate e a disseminação da cultura organizacional, enquanto a segunda etapa concentrou-se no reforço dessa cultura com a celebração dos 30 anos da empresa.

TROFÉU JATOBÁ
CAT: COMUNICAÇÃO INTERNA

30 anos Prefácio Comunicação
NOVEMBRO DE 2021 A DEZEMBRO DE 2023

FASE 1

NOSSO JEITO

FASE 1

NOSSO JEITO

Para aproximar mais dos colaboradores, colocando-os como protagonistas e multiplicadores da cultura, o mote da campanha foi: **“Nosso jeito...”**

A identidade desenvolvida teve como foco as pessoas, já que são elas que constroem e dão vida à cultura da Prefácio.



O NOSSO JEITO PREFÁCIO

*Foco no cliente
Entusiasmo
Espírito de equipe
Postura empreendedora
Produtividade*



NOSSA CULTURA

Viver essas práticas no dia a dia



ALGUNS RESULTADOS

Realizamos uma pesquisa interna sobre a percepção dos colaboradores quanto à cultura da Prefácio. Tivemos cerca de 69% de participação.



RETORNO AO PRESENCIAL

A agência foi ambientada para o retorno da equipe em sistema híbrido pós-pandemia. Um kit com orientações e itens de segurança foi entregue a cada colaborador, contendo também um caderno com o mote de começarmos a contar novas histórias. Era o início da campanha.

Porta-lápis



Jogo americano



CULTURA ORGANIZACIONAL

Somos unidos por nossos valores, atributos, propósito e missão



Banners do site



TRADIÇÕES

Retomada de práticas tradicionais da empresa, reforçando sua cultura.



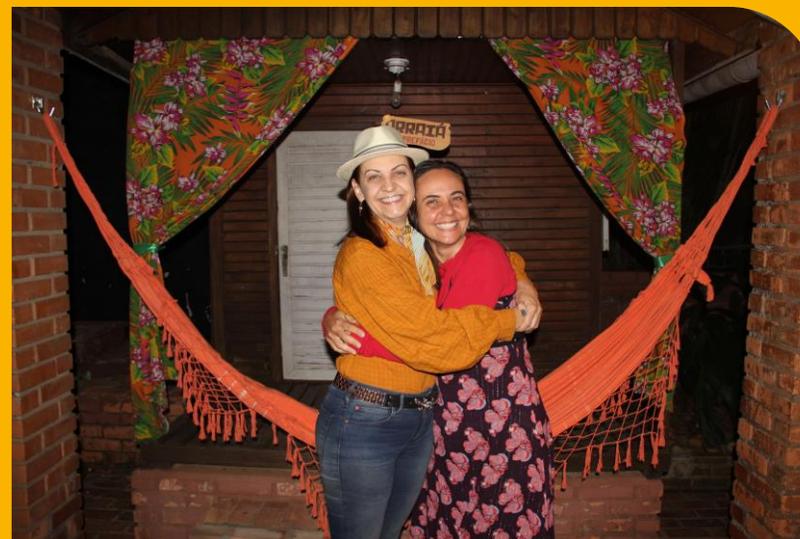
Carnaval



Carnaval



Bolão do Oscar



Festa junina

PÍLULAS

Por meio do e-mail corporativo, foram enviadas pílulas informativas sobre a cultura da Prefácio.



CONHECIMENTO COMPARTILHADO

- Foi realizado um Conhecimento Compartilhado especial com a convidada Denise D'Assunção Leite, da Fundação Dom Cabral (FDC), especialista em cultura organizacional.
- Esse evento instigou a Prefácio a criar seu propósito. Os colaboradores participaram com sugestões por meio de um formulário e reuniões. O propósito foi redigido e homologado pela diretoria, numa criação conjunta e que reflete realmente a essência da Prefácio.

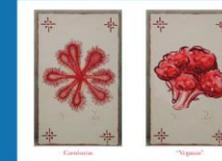
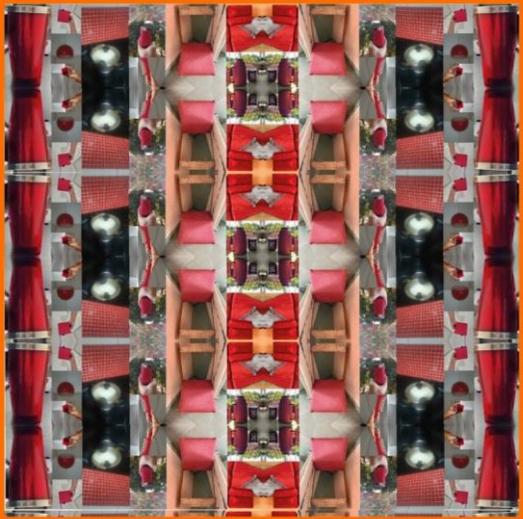


INHOTIM

Dia de imersão em Inhotim. Esta experiência ampliou o olhar artístico e criativo da equipe, em alinhamento com os valores da Prefácio.

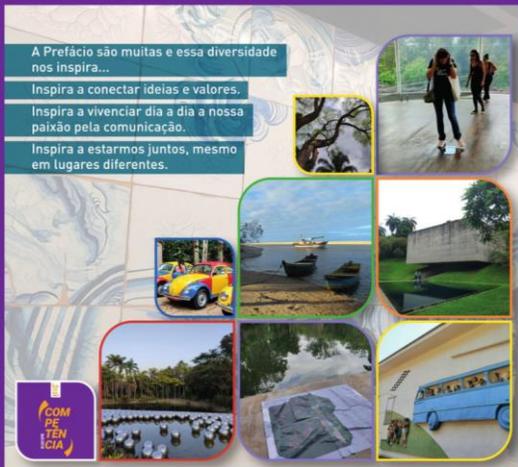
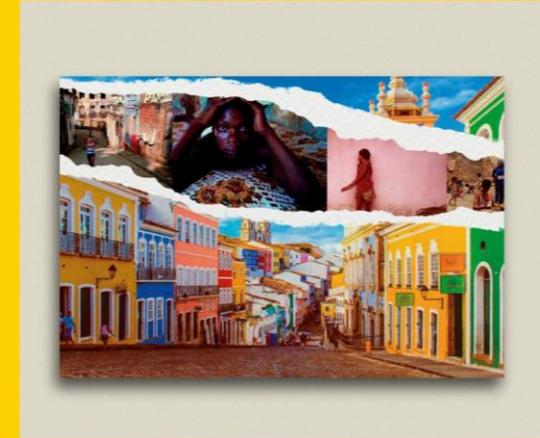
Na visita a Inhotim, foi entregue uma blusa com o slogan "Nosso jeito Prefácio" e informações sobre a próxima etapa da campanha, a gincana.





CRE
DIBILI
DADE

CRIA
TIVI
DADE



GINCANA

Momento de interação das equipes.

Foram realizadas tarefas envolvendo os pilares da Prefácio:

- Sustentabilidade
- Trabalho em Equipe
- Criatividade

FESTA REBOBINA

A festa de fim de ano teve como temática dos anos 1990, época em que a Prefácio foi fundada, abrindo a segunda fase da campanha: as comemorações dos 30 anos!



FASE 1

NOSSO JEITO

ALGUNS RESULTADOS

Na gincana, a agência contava com aproximadamente 55 funcionários, distribuídos em diversas localidades de Minas Gerais. No total, 94% dos colaboradores participaram, formando oito grupos que representavam os valores essenciais da agência:

- **Competência**
- **Credibilidade**
- **Criatividade**
- **Respeito**
- **Transparência**
- **Integridade**
- **Dedicação**
- **Seriedade.**

GIN CA NA prefácio

RESPEITO

EQUIPE

Iaçanã
Dani
Higor
Paula Magali
Jessica
Lais
Ligiane

GIN CA NA prefácio

CRIATIVIDADE

EQUIPE

Viviane
Gabriel
Carol Duarte
Cida
Aline Costa
Rute

GIN CA NA prefácio

CREDIBILIDADE

EQUIPE

Tércio
Bruno
Ana
Aline Reis
Cíntia
Catherina

GIN CA NA prefácio

COMPETÊNCIA

EQUIPE

Lu Grillo
Lucas
Henrique
Ângelo
Débora
Marquinhos

GIN CA NA prefácio

SERIEDADE

EQUIPE

Agda
Celuta
Claudinha
Cris
Josi
Juliana
Fernanda P.

GIN CA NA prefácio

DEDICAÇÃO

EQUIPE

André
Lu Trindade
Pituca
Paulo
Júlia
Rebeca

GIN CA NA prefácio

INTEGRIDADE

EQUIPE

Ana Gabriella
Alice
Vicente
Alexandre
Fernanda Z
Joyce
Ana Caroline

GIN CA NA prefácio

TRANSPARÊNCIA

EQUIPE

Flávia
Samuel
Ana Cláudia
Natália
Paulinha
Rodrigo
Roger

FASE 1

NOSSO JEITO

ALGUNS RESULTADOS REDES SOCIAIS

Nas redes sociais, atualizamos os destaques do Instagram da Prefácio com o propósito da agência.

Tivemos um crescimento de mais de 37% em relação à seguidores das redes da agência. Ao lado, alguns posts que tiveram melhor repercussão.



Destaque Instagram

Conhecimento Compartilhado



56 curtidas
5 comentários
4 compartilhamentos
393 contas alcançadas
693 impressões

Visita Inhotim



100 curtidas
41 comentários
13 compartilhamentos
524 contas alcançadas
636 impressões



TBT Volta para casa

34 curtidas
3 comentários
0 compartilhamento
243 contas alcançadas
337 impressões

FASE 1

NOSSO JEITO

ALGUNS RESULTADOS VÍDEO DO PROPÓSITO

Disparamos o vídeo sobre o nosso propósito primeiro internamente, depois para os clientes. Desdobramos nas redes sociais também.

E-mail enviado em 27/04
(quinta) - **EQUIPE**
61 pessoas receberam
45 aberturas (73.8%)
13 cliques (21,3%)

E-mail enviado em 27/04
(quinta) - **CLIENTES**
198 pessoas receberam
79 aberturas (43.2%)
10 cliques (5,5%)



**NOSSO PROPÓSITO É
CRIAR, SUSTENTAR E FORTALECER
VÍNCULOS ENTRE PESSOAS.**

Há 30 anos, seguimos este propósito com muito orgulho. Ele é uma inspiração para continuar nossa trajetória. Nossa comunicação conecta, transforma e reinventa. Nossas narrativas emocionam, envolvem, aproximam.

Você faz parte de tudo isso.

Te convidamos a assistir ao vídeo de apresentação do nosso propósito.

Assista, entenda, pratique.



FASE 1

NOSSO JEITO

ALGUNS RESULTADOS REDES SOCIAIS

Releitura Inhotim parte 1



22 curtidas
2 comentários
0 compartilhamentos
252 contas alcançadas
334 impressões

Releitura Inhotim parte 2



17 curtidas
1 comentário
0 compartilhamentos
193 contas alcançadas
251 impressões

Divulgação do propósito



29 curtidas
4 comentários
1 compartilhamento
261 contas alcançadas
334 impressões

Reels sobre Inhotim



65 curtidas
3 comentários
1 compartilhamento
489 contas alcançadas
527 impressões

FASE 1

NOSSO JEITO

ALGUNS RESULTADOS REDES SOCIAIS

Realizamos a cobertura completa da campanha nos stories, repercutindo de forma positiva com muitas interações.

6 stories sobre a volta a casa



18 stories sobre Inhotim



7 stories relacionado a campanha



FASE 1

NOSSO JEITO

ALGUNS RESULTADOS BOLETIM INTERNO

O boletim continha informações acerca da Campanha e complementava esses dados com imagens que ilustravam os eventos em tempo real.

Precisamos de você! | **Boletim**

Nosso Jeito de Ser Prefácio



Iniciamos a campanha de **cultura** organizacional com o pé direito! A Denise, da Fundação Dom Cabral, ministrou o conhecimento compartilhado sobre o assunto e já trouxe diversas reflexões para a nossa equipe. A nossa **cultura** depende da nossa união e envolvimento, por isso, o assunto é extremamente importante para todos os colaboradores.

Não conseguiu participar?

Confira o material usado na apresentação

Boletim enviado em 18/08/2022

(sexta-feira)

42 pessoas receberam

28 aberturas (66.7%)

2 cliques

Produções de sucesso | **Boletim**

Repertório **Cultura**



Nosso jeito de ser
Prefácio

Para que nossa organização seja cada vez mais completa e criativa, precisamos expandir o nosso repertório e ir além do óbvio. Por isso, em setembro, teremos um dia de imersão no mundo da arte e cultura.

Inscriva-se para um dia de trabalho em Inhotim

Boletim enviado em 02/09/2022
(sexta-feira)

50 pessoas receberam

33 aberturas (66%)

4 cliques

queles! | **Boletim**

Um dia de muita alegria e conhecimento



Nosso dia de imersão cultural em **Inhotim** foi maravilhoso!
Com quase toda a equipe presente, tivemos momentos de descontração, integração e ócio criativo. Estamos muito felizes com os retornos e temos certeza que trará bons frutos para o nosso dia-a-dia de trabalho.

Boletim enviado em 07/10/2022
(sexta-feira)

51 pessoas receberam

36 aberturas (70.6%)

12 cliques

FASE 2

**30 ANOS FEITOS
POR PESSOAS**

FASE 2

30 ANOS FEITOS POR PESSOAS

Não existiria Prefácio se não fossem as pessoas. Pensando nisso, para celebrar os 30 anos da agência foi usado o mote "Feitos por pessoas".

Houve divulgação nas redes sociais da empresa e foi veiculado um anúncio institucional sobre os 30 anos da agência no Anuário de Comunicação Corporativa 2023, veículo relevante para o segmento.



FEITOS POR PESSOAS



Prefácio no
**ANUÁRIO DE
COMUNICAÇÃO 2023!**

Olhar para trás nos faz ter orgulho do caminho percorrido e nos inspira a continuar a trajetória. São 30 anos de comunicação estratégica, com propósito e significado. Comunicação para estreitar os relacionamentos, fortalecer a imagem e a reputação de nossos clientes. São anos de comunicação que conecta, transforma e reinventa. Anos de respeito e cuidado com as pessoas: nossa equipe, clientes, parceiros, fornecedores e todos que nos cercam.



prefacio.com.br



PROPÓSITO

O propósito da Prefácio, importante marco da nossa cultura, foi divulgado internamente e, depois, para clientes e parceiros.



NOSSO PROPÓSITO É
CRIAR, SUSTENTAR E FORTALECER
VÍNCULOS ENTRE PESSOAS.



MEMÓRIA EMPRESARIAL

As histórias da Prefácio foram recuperadas por meio de depoimentos e lembranças dos colaboradores, gerando sentimento de orgulho e pertencimento.

Os relatos foram transformados em posts nas redes sociais e em uma editoria fixa no boletim interno.



#30ANOSPREFÁCIO | COLETIVO LENA SANTOS



#30ANOSPREFÁCIO | CASE ALLIANZ



CANECAS E BRINDES POR TEMPO DE CASA

Ainda para reforçar o sentimento de orgulho e pertencimento, foi entregue aos colaboradores e parceiros uma caneca personalizada.

Para o tempo de casa dos colaboradores, também foi entregue um brinde especial.



TRADIÇÕES

As tradições da Prefácio foram reforçadas e, sempre que possível, tiveram o tema associado aos 30 anos.



Festa junina



Bolão do
Oscar



Carnaval

FESTA DE 30 ANOS

Uma grande festa celebrou os 30 anos da Prefácio, com a presença de 200 pessoas que fazem e fizeram parte da história da agência.



COMITÊ DE DIVERSIDADE

Pensando no futuro e na sustentabilidade da agência, foi criado um programa Diversidade, Equidade e Inclusão da empresa e, como parte dele, o Comitê de Diversidade Prefácio.

Composto por sorteio dos inscritos, o comitê tem o intuito de ampliar a conscientização sobre a diversidade, além de estimular discussões construtivas, promover o letramento da equipe e garantir entregas assertivas aos clientes, por meio da análise dos conteúdos gerados.



WORKSHOP DE COMUNICAÇÃO INTERNA

WORKSHOP
PREFÁCIO
Comunicação Interna
& Diversa



O tradicional Workshop de Comunicação Interna da Prefácio foi promovido e, neste ano, teve como ponto focal as discussões que envolvem Comunicação e Diversidade.

O workshop reuniu especialistas da agência e clientes, em uma troca de experiência rica que foi assistida presencialmente e online por um público interessado nos dois temas e na congruência entre eles.



FASE 2

30 ANOS FEITOS POR PESSOAS

ALGUNS RESULTADOS BOLETIM INTERNO

Enviamos e-mail marketing especial 30 anos para colaboradores, clientes, relacionamentos e parceiros.



Boletim enviado em 02/01 (segunda-feira)
54 pessoas receberam
41 aberturas (77.4%)
13 cliques

DEPOIMENTOS

Em outubro e novembro de 2023, vamos convidar clientes e ex-colaboradores para gravarem depoimentos sobre os 30 anos da Prefácio, envolvendo também esses parceiros na história que vem sendo contada ao longo do ano.

Assim como todas as ações, os testemunhos também serão desdobrados nos canais estruturados da agência.

FESTA DE ENCERRAMENTO

Em dezembro, faremos uma festa de encerramento da campanha só para a equipe direta, quando também será comemorado o fim do ano.

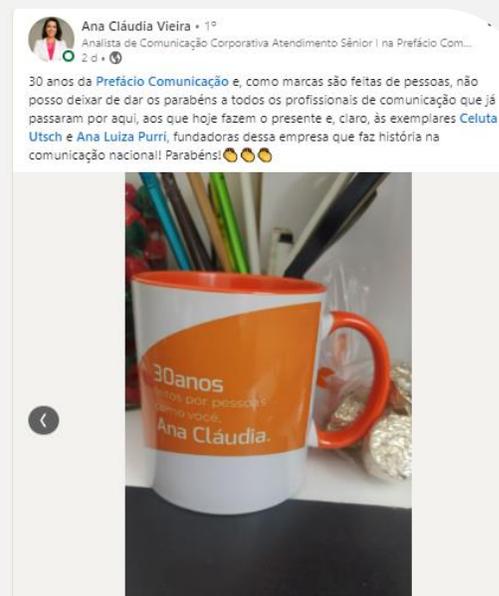
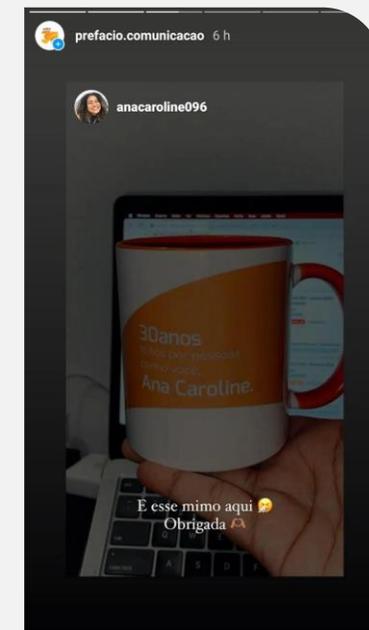
FASE 2

30 ANOS FEITOS POR PESSOAS

ALGUNS RESULTADOS ENTREGA DAS CANECAS E MOUSEPADS

A entrega das canecas com bombons para os colaboradores e parceiros em comemoração aos 30 anos Prefácio repercutiu positivamente com elogios e menções nas redes.

Além disso, também foi entregue aos colaboradores mousepads personalizado dos 30 anos da empresa.



FASE 2

30 ANOS FEITOS POR PESSOAS

ALGUNS RESULTADOS LINKEDIN DA EQUIPE

Foi divulgado o novo fundo do Teams e a capa no LinkedIn em comemoração aos 30 anos da empresa. Muitos colaboradores usaram, ampliando ainda mais essa celebração.



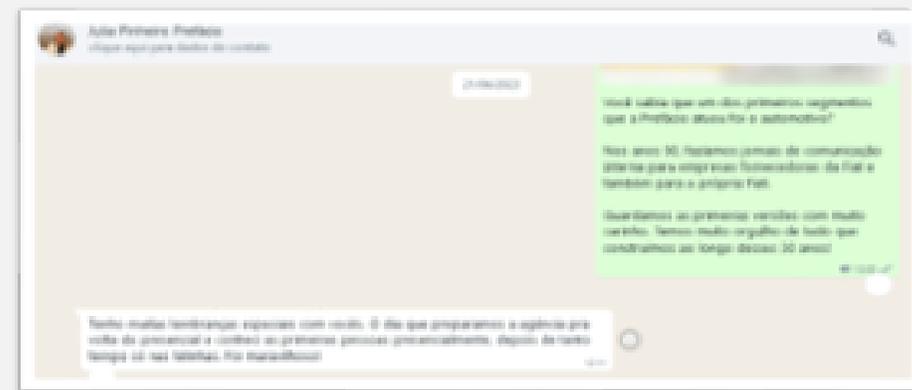
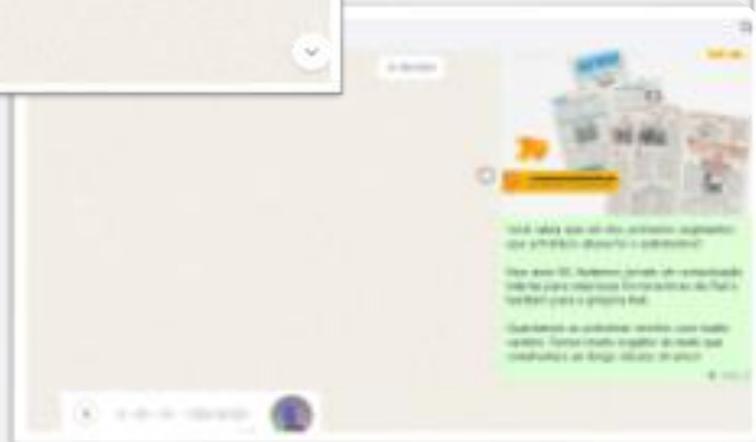
FASE 2

30 ANOS FEITOS POR PESSOAS

ALGUNS RESULTADOS LISTA DE TRANSMISSÃO

Convidamos nossos ex-colaboradores a participarem da nossa listas de transmissão para receber em primeira mão curiosidades sobre a empresa, uma vez que eles desempenharam um papel importante na história da Prefácio.

Cerca de 60 pessoas aderiram à lista de transmissão, e também compartilharam feedbacks positivos.



FASE 2

30 ANOS FEITOS POR PESSOAS

ALGUNS RESULTADOS TEMPO DE CASA

Revisamos o programa de valorização dos “pratas da casa” e entregamos brindes especiais aos colaboradores. Em 2023, cerca de 10% completaram mais de 10 anos de Prefácio.



FASE 2

30 ANOS FEITOS POR PESSOAS

ALGUNS RESULTADOS FESTA DE FIM DE ANO

Em agosto, foi realizada a festa em comemoração aos 30 anos da empresa. Foi o ápice das comemorações, reunindo cerca de 200 convidados no espaço P7 Criativo. Cerca de 70% colaboradores estavam presentes.

A festa repercutiu positivamente nas redes sociais da empresa e também foi veiculada em 2 portais de notícias: Jornal Estado de Minas e Mercado Comum.

30 anos da Prefácio Comunicação

20/08/2023 04:00

COMPARTILHE    SIGA NO  Google News



MAIS LIDAS

- 04:00 - 19/02/2023 - Compartilhe 
[Lições de estolcismo](#)
- 08:00 - 18/09/2022 - Compartilhe 
[Conheça a história da Arezzo e especial comemorativa](#)
- 04:00 - 18/07/2021 - Compartilhe 
[Manto da Massa surpreende co de venda](#)
- 04:00 - 02/07/2023 - Compartilhe 
[Secretário propõe pacto para re mercado mineiro](#)



Compartilhe:



Na primeira imagem, as sócias-diretoras da Prefácio durante a celebração de aniversário. Na segunda foto, a equipe Prefácio reunida para comemorar os 30 anos da empresa.

FASE 2

30 ANOS FEITOS POR PESSOAS

ALGUNS RESULTADOS WORKSHOP DE COMUNICAÇÃO INTERNA

Em setembro, aconteceu o Workshop de Comunicação Interna com o tema Comunicação Interna e Diversa. Convidamos clientes e especialistas da agência para compartilhar conhecimentos sobre o tema. Realizado de forma híbrida, o evento repercutiu na imprensa e teve 376 visualizações no Youtube, até 25-09-23.

No formato online, 75% dos inscritos acompanharam o evento ao vivo, enquanto presencialmente, a taxa de participação foi de cerca de 65%.

Dados Workshop

