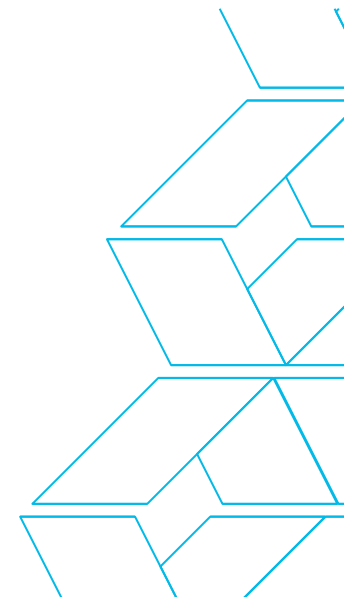


PROPOSTA ESTRATÉGICA VIVA ENGAGE CAIXA

GECOM - Gerência Nacional Comunicação Interna e Endomarketing
Novembro 2024

ÍNDICE

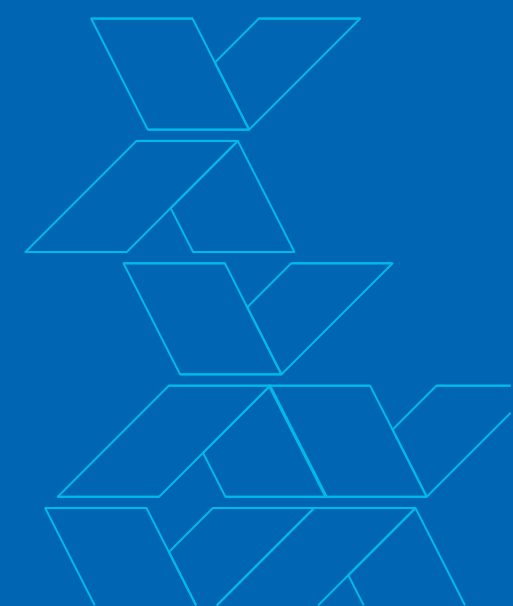
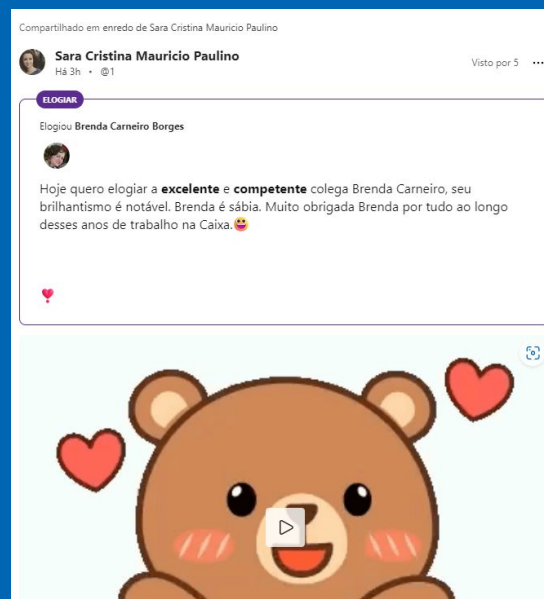
1. Análise situacional
2. Objetivos de comunicação
3. Público-alvo
4. Pilares estratégicos
5. Ações de Lançamento
6. Ações Táticas
7. Ações de reforço da rede
8. Plano de ação
9. Avaliação e métricas
10. Viabilidade Contratual



1 - CENÁRIO

CENÁRIO

A rede social interna VIVA Engage é utilizada pela CAIXA, principalmente, como canal de aprendizagem, em proposta de comunidades. Os grupos com maior número de participantes falam sobre investimentos, saúde e assuntos de trabalho de forma pontual. Os “enredos”, como são chamadas as publicações de cada usuário, variam. Entre os destaques estão a divulgação de projetos pessoais, como podcasts, o reconhecimento a colegas, através do formato de enredo “elogio”, e brincadeiras / falas sobre o cotidiano, fora da rotina de trabalho, como indicações de locais para almoço perto da CAIXA.





CENÁRIO



A VIVA Engage tem como características predominantes o uso de tom informal e bem humorado nos textos e as publicações com memes e gifs. Este plano tem como objetivo posicionar a nova comunidade da CAIXA dentro da rede social interna para: **desenhar** estratégias focadas em provocar a participação espontânea dos empregados, **estimular** o engajamento de conteúdos, **criar** editoriais para equilibrar a divulgação de conteúdos informativos, notícias do Jornal da CAIXA e conteúdos de entretenimento. Sempre com uma linguagem adequada para a rede, a exemplo da coluna ‘O Estagiário’, estruturada com humor e informalidade.

Considerando o histórico de hábitos e comportamento de empregados presentes na rede, a proposta também prevê ações de controle e delimitação de formatos para organizar divulgações de projetos pessoais e possíveis anúncios de vendas.



2 - OBJETIVOS GERAIS E ESPECÍFICOS

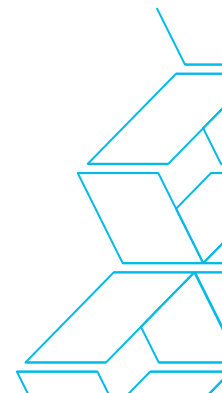
2 - OBJETIVO GERAL

Estabelecer a **Viva Engage CAIXA** como um novo canal estratégico de comunicação interna da CAIXA, como **ponto de conexão vivo**, fortalecendo o vínculo entre o banco e os empregados e promovendo uma cultura de participação e engajamento.



2 - OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Divulgar o lançamento da nova rede social corporativa, gerando conscientização e **adesão entre os empregados**.
- Incentivar os empregados da CAIXA a se tornarem **colaboradores ativos** na criação e compartilhamento de conteúdo na comunidade.
- Informar os colaboradores sobre temas institucionais de forma leve e atrativa, utilizando **estratégias de entretenimento** para aumentar o engajamento.
- Reverberar as principais informações do Jornal da CAIXA, aproveitando a rede como **canal complementar de atualização** e acesso às notícias da empresa.
- Incentivar a divulgação de bastidores e desdobramentos de **eventos internos** do banco, reforçando a transparência e aproximação dos colaboradores da cultura organizacional da CAIXA.



3 - PÚBLICO-ALVO

PÚBLICO-ALVO

Os públicos-alvo foram segmentados em cinco grupos de empregados CAIXA, considerando a função de cada um, para tornar a comunidade um canal de grande engajamento. Para o sucesso desses públicos, é necessária a atuação de um *community manager* (Gestão de comunidades online) para monitorar os enredos dos participantes da comunidade, prever discussões ou temas de oportunidade para gerar interações e bloquear conteúdos inadequados, como divulgação excessiva de projetos pessoais ou temas dissonantes aos objetivos da comunidade.

1. Embaixadores da Comunidade
2. Criadores de Conteúdo Espontâneos
3. Participantes Curiosos
4. Líderes e Gestores
5. Observadores (ou Consumidores Passivos)




PÚBLICO-ALVO

1. Embaixadores da Comunidade

- **Perfil:** Empregados entusiastas e engajados que produzem conteúdo e incentivam a participação ativa de colegas. Selecionar pessoas de todas os estados.
- **Função:** Criar conteúdo, moderar discussões, atuar como multiplicadores da cultura de engajamento e comunidade.

2. Criadores de Conteúdo Espontâneos

- **Perfil:** Colaboradores que, apesar de não serem embaixadores oficiais, têm interesse em compartilhar conteúdos sobre temas relevantes (projetos, inovações, conquistas).
 - **Função:** Gerar conteúdo de forma autêntica e diversificada, contribuindo com temas espontâneos que enriquecem a comunidade.
- 

PÚBLICO-ALVO

3. Participantes Curiosos

- **Perfil:** Empregados que não costumam produzir conteúdo, mas interagem (curtidas, comentários) e acompanham as novidades, especialmente quando o conteúdo é relevante para o seu trabalho.
- **Função:** Manter o nível de engajamento e audiência da rede, respondendo a enquetes, comentando, e validando o conteúdo dos demais.

4. Líderes e Gestores

- **Perfil:** Gestores e supervisores que apoiam iniciativas de comunicação para reforçar alinhamentos estratégicos e um posicionamento leve, com certo tom de informalidade.
- **Função:** Comunicar diretrizes institucionais, reconhecer e celebrar conquistas da equipe, e promover uma cultura de transparência e conexão.



PÚBLICO-ALVO

5. Observadores (ou Consumidores Passivos)

- **Perfil:** Colaboradores que acompanham a rede mais para consumo de informações do que para interação.
- **Função:** Ser o público que consome informações de forma passiva, mas contribui para a disseminação da mensagem dentro das equipes.



4 - PILARES ESTRATÉGICOS



PILARES ESTRATÉGICOS

- **AÇÕES DE LANÇAMENTO**
Estratégias on-line e off-line voltadas para a divulgação prévia da VIVA Engage CAIXA, com enxoval para comunicação padronizada.
- **AÇÕES TÁTICAS**
Estratégias de identificação e conexão de conteúdo da rede social VIVA Engage CAIXA, com editoriais e blocos temáticos.
- **AÇÕES DE REFORÇO DA REDE**
Estratégias *on-line* e *off-line* para reforçar a relevância da comunidade VIVA Engage CAIXA. Posicionamento que agrega valor na produção e consumo orgânico de conteúdo.



PILARES ESTRATÉGICOS



- **TOM DE VOZ**
 - Acolhedor:** criar sensação de proximidade, um espaço seguro e descontraído.
 - Bem-humorado:** incorporar leveza, piadas para tornar o ambiente alegre.
 - Informal e respeitoso:** diálogos informais, clima descontraído, mas apropriado para o ambiente corporativo.
- **POSICIONAMENTO**
 - Papo de copa:** Um ponto de encontro virtual onde o trabalho dá uma pausa para colocar o papo em dia. Aqui, os empregados CAIXA encontram informações úteis, conteúdos divertidos, em um formato leve para fazer amizades, trocar ideias, dicas e relaxar entre uma tarefa e outra. É como aquele bate-papo que acontece na copa: informal, acolhedor e cheio de boas histórias. Na Comunidade VIVA ENGAGE da CAIXA a gente se conecta, compartilha e dá boas risadas, sem esquecer do que importa.



5 - AÇÕES DE LANÇAMENTO

AÇÕES DE LANÇAMENTO



Enxoval com peças de design gráfico

Comunicação padronizada on-line e off-line sobre o lançamento da nova rede social - VIVA ENGAGE CAIXA: e-mail marketing, wallpaper dos computadores corporativos com alertas da contagem regressiva com alguns spoilers, comunicação off-line para os ambientes estratégicos nas unidades CAIXA, totens em pontos estratégicos: entrada dos prédios Matriz I e II, unidades da CAIXA.

Vídeo tutorial de apresentação

Vídeo animação dinâmico sobre a nova rede social, as funcionalidades, as editorias e o convite para engajamento orgânico. A expectativa é que o vídeo circule entre gestores e líderes da CAIXA, tanto em evento próprio de lançamento como posteriormente para fixar a usabilidade e interação dos empregados.

Workshop e cartilha

Padronização do entendimento sobre os acessos e liberdade de conexão, considerando o conhecimento intergeracional de empregados CAIXA. Ação presencial em Brasília-DF, com possibilidade de gravação + produção de guia objetivo sobre o VIVA ENGAGE CAIXA.

Glossário de memes

Curadoria de memes atuais, tendências e breve interpretação para melhor aplicação na interação diária.

ATUAÇÃO PÚBLICO-ALVO



▲ Aos embaixadores

e-mail marketing convidando para o lançamento da comunidade e para ser um embaixador. Anexar um glossário de memes, objetivo da comunidade, conceitos e detalhes sobre as editorias de conteúdo para facilitar sua atuação como colaborador na criação de conteúdo.

próximo a eventos ou grandes anúncios criar uma mensagem prévia e exclusiva aos embaixadores mostrando detalhes e como eles poderão colaborar com a divulgação.

▲ Aos criadores de conteúdo espontâneos

interagir com as suas publicações na comunidade, curtir, comentar por meio e mensalmente reconhecer os melhores. Criar categorias para premiar por exemplo, quem gerou uma discussão relevante ou criou algo que divertiu a todos.

criar o perfil do Estagiário na rede social para que ele seja um participante ativo na comunidade, modelo para os empregados de como podem criar conteúdos ali e um grande incentivador que interage de forma divertida e pessoal com os empregados criadores de conteúdos espontâneos.

ATUAÇÃO PÚBLICO-ALVO



▲ **Aos participantes curiosos**

conteúdos inéditos como bastidores dos eventos, vídeos teasers de projetos, sessões de perguntas e respostas com líderes de de projetos especiais, como a TEIA e enquetes feedback sobre o conteúdo da comunidade.

▲ **Aos líderes e gestores**

evento de lançamento com material de apoio sobre a importância da participação deles, destacar funcionalidades de elogio e temas em que eles podem colaborar como enquetes ou conteúdos de Perguntas e Respostas.

▲ **Aos observadores**

customizar a plataforma para manejar o envio de notificações, evitando o envio excessivo, além de usar os espaços comuns do local de trabalho para comunicar com esses empregados sobre a comunidade.

6 - AÇÕES TÁTICAS

EDITORIAS



O melhor da redondeza

sugestões que geram conforto na rotina de trabalho, localizadas nas redondezas das agências e da matriz. Por exemplo, os melhores pratos executivos, horário de saída com menor trânsito, indicação de academia ou manicure por perto.

Do nosso jeito CAIXA

bastidores de eventos, reuniões, ações de diversidade e acessibilidade, projetos especiais, iniciativas e produtos CAIXA que fazem sucesso entre os empregados.

Você fora da CAIXA

conteúdos sobre os talentos, esportes favoritos, família, dicas de saúde e outros assuntos que permeiam o universo pessoal dos empregados CAIXA.

Giro 360°

notícias, avisos e acontecimentos importantes que precisam de um destaque, como reforços de conteúdos do Jornal da CAIXA.

EDITORIAS



Enquetes Papo de copa

enquetes e opiniões sobre assuntos cotidianos para fomentar a participação dos membros da comunidade com memes.

Faz teu nome

espaço controlado para classificados e divulgação de projetos pessoais dos empregados.

Sextou

dicas de filmes em cartaz, shows, novos restaurantes, programações da CAIXA Cultural e outros entretenimentos de cada cidade.

Fazendo a hora de almoço render

Vai direto para um evento importante e precisa fazer as unhas? Não consegue malhar antes ou depois do expediente? Esqueceu de levar um remédio importante? Aqui os usuários são incentivados a indicar lugares perto do prédio ou agência em que trabalham, como mercadinhos, farmácias, salão de beleza e academia, para otimizar o tempo dos colegas.



Experiência na agência-barco Embarque CAIXA

Enredo incentivando os empregados CAIXA participantes do Embarque CAIXA a publicarem fotos/vídeos e outros conteúdos sobre a experiência durante um ciclo na agência-barco, compartilhando com os colegas como foi essa vivência, quais as principais diferenças em relação ao trabalho habitual, como faz para participar do Embarque CAIXA e etc. Pode ser criada uma hashtag como #EuNaAgênciaBarcoCAIXA.





O que você faria se ganhasse na Mega da Virada?

Enredo compartilhando matéria do CAIXA Notícias sobre o concurso especial de fim de ano. A ideia é aumentar as visualizações da notícia e chamar os empregados CAIXA para interagirem sobre o assunto, instigando respostas descontraídas. Por exemplo: [Link da notícia] + “Qual é a coisa mais doida que você faria se ganhasse na Mega?” Sempre que saísse uma notícia sobre edições atípicas da Mega-Sena, com os maiores valores acumulados da história, esse tipo de publicação poderia voltar à tona.

APCEF pelo Brasil



Enredo engajando os associados das APCEF's (DF e de outros estados) a mostrarem os benefícios que a Associação do Pessoal da Caixa Econômica Federal oferecem aos sócios: convênios, torneio de Beach Tennis, eventos como Reveillon, Festa Junina, Halloween, etc.

Trend início de um sonho, deu tudo certo!

Convidar os empregados CAIXA criarem enredos com fotos de quando entraram no banco ou bem no início da carreira e de como estão agora. Certamente, os comparativos de antes e depois vão movimentar a rede. Também é possível lançar um “concurso” para reprodução de fotos antigas. Exemplo: uma foto de anos atrás na frente da agência onde começou, aí a pessoa volta na agência para tirar a foto na mesma pose e expressão facial (ou tira na agência que trabalha atualmente, mas mantendo a pose).

[Referência.](#)



ONG Moradia e Cidadania

O que a ONG tem feito? Enredo compartilhando alguma ação da Moradia e Cidadania, ONG formada por empregados e aposentados CAIXA, com o intuito de apresentar o trabalho voluntário a quem ainda não faz parte ou contribui financeiramente, mostrando o retorno do tempo e dinheiro investido e fomentando a solidariedade. Os voluntários podem e devem compartilhar sobre as ações também.



DIY (Faça você mesmo):

Sabe aquela dica que a gente vê nas redes sociais para aproveitar algum material que tem em casa para criar um objeto novo ou dar a ele uma nova funcionalidade? Aquele enfeite natalino que você queria aprender a fazer em casa, sem gastar tanto? Ou aquele roupa que ganha vida nova com uma customização? Empregados CAIXA que já testaram ou inventar seus próprio “Do It Yourself” podem compartilhar com os colegas o que deu certo e o que falhou.





Quem sou eu?

Brincadeira para engajar os empregados e aumentar a audiência em algum momento estratégico, para dar um anúncio, por exemplo. O enredo seguiria esta linha: “Esse bebê entrou na CAIXA em 2015, é natural de Salvador e adora jogar futebol. Quem é ele? Comentem os seus palpites. Revelaremos no final do dia.” Ao final do dia, antes de fazer a revelação, criar o anúncio programado, ou incluir em um trecho do enredo que vai revelar a identidade do bebê, o anúncio importante.

Programação em família

Espaço para os usuários da rede compartilharem o que fazem no tempo livre com a família, principalmente com crianças. Alguma brincadeira criativa que inventaram para passar o tempo? Vale compartilhar para inspirar outros papais e mamães. Dicas de lazer e entretenimento para um tempo de qualidade serão sempre bem-vindas.



Histórias engraçadas:

Ambiente para compartilhar alguns “perrengues” do cotidiano. Ex: como fiz pra contar para o meu filho que o Papai Noel não existe (e algo cômico decorrendo disso); quando eu dormi no ônibus e fui parar no ponto final; e assim por diante.



O que aconteceu no CUIDAR 2024

Enredo com a série de vídeos transmitidos entre os painéis do evento de final de ano divulgando a visão e mensagens essenciais do evento.



TBT Melhores momentos do G20

Enredo reforçando algo da matéria do Jornal da CAIXA sobre a participação no G20, a curiosidade de algum Stand, por exemplo.



O que aconteceu no CUIDAR 2024

Enredo com a série de vídeos transmitidos entre os painéis do evento de final de ano divulgando a visão e mensagens essenciais do evento.



A volta dos Poupançudos

Enredo mostrando uma foto dos poupançudos ou bastidores do lançamento e instigando os empregados a comentarem qual o novo Poupançudo favorito deles



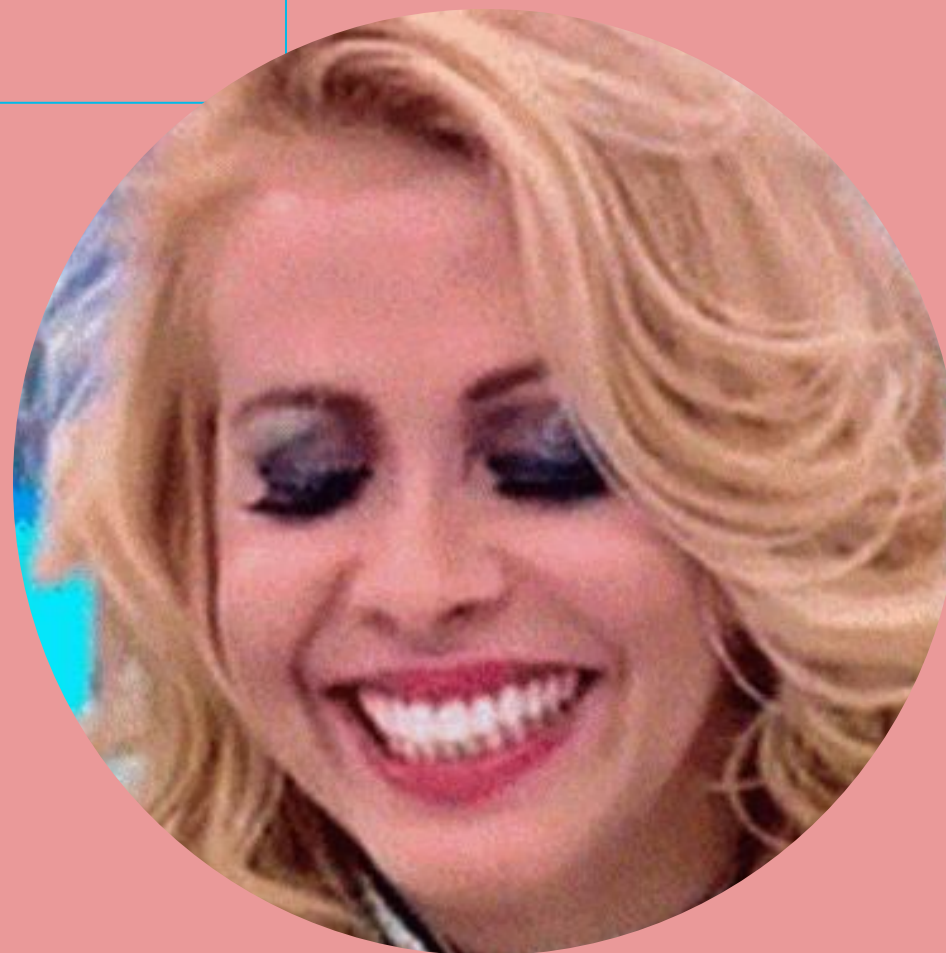
Esse atendimento marcou minha semana

Enredo pedindo aos empregados para compartilharem uma história marcante da sua semana de trabalho com o público.



Joelma por dentro e por fora/Nazaré confusa/Chico Buarque feliz e triste

Usar esses memes clássicos acompanhando enredo como: “2025 tem três feriados no domingo... mas nove são em dias úteis”; “Calculando quanto tempo falta pra tirar férias de novo depois de tirar 30 dias”; “Salário caiu na conta... Já foi tudo embora”.





Eu e Casca de Bala

Enredo trazendo meme da Rebeca Andrade e Simone Biles e perguntado: “Quem é seu colega de trabalho Casca de Biles? Aquele que tá sempre colado em você?” A ideia é os empregados CAIXA marcarem o @ dos colegas que estão junto com eles em todos os momentos, seja nas demandas, na hora do almoço, no happy hour...

Que Xou da Xuxa é esse?

Usar o meme recente para falar sobre a rotina de trabalho. Exemplo: “Quando tenho que ficar até tarde para entregar aquele projeto importante”. Em seguida, a pergunta: Quem nunca teve que fazer isso, né? Conte pra gente nos comentários como foi.





Momento saúde

Enredos convidando os usuários da rede a deixarem dicas para uma vida mais saudável, gancho na reverberação do SIPAT CAIXA. O gancho poderia ser sempre um assunto que causa “polêmica”, ou melhor, engajamento. Exemplo: “Você é do time do café com ou sem açúcar?” + meme (exemplo). Informação: uma simples redução no açúcar do café colabora para XYZ. Deixem dicas para quem quer eliminar o açúcar do café ou reduzir o consumo do açúcar no geral. OU: Você é do time que dorme super cedo ou super tarde, dissertem... (emoji engraçado).

Servidor público e empreendedor

Local perfeito para quem faz aquela renda extra ou (simplesmente tem um hobby lucrativo) divulgar o próprio negócio, mostrar os desafios e as conquistas de empreender, dar dicas para quem quer começar, contar como administrar as finanças da empresa.



Extensão da Bienal

Enredo com #tbt lembrando a 1ª Bienal do Livro da CAIXA e incentivando os empregados a divulgarem seus talentos artísticos: livro, música, dança, artes visuais e cênicas e até vídeos-pílula de humor ou stand-up comedy (será que tem algum comediante na CAIXA?). Vamos descobrir!



Cultura compartilhada

O gancho da publicação seria algo que está acontecendo em uma CAIXA Cultural, trazendo alguns conhecimentos sobre a temática. Em seguida, o convite para a interação dos usuários: “Indique nos comentários o livro que você está lendo agora”, “Qual peça de teatro você mais gostou de assistir até hoje?”, “Quais CAIXAS Culturais você já visitou?”, “Deixe dicas culturais na cidade em que moram” e muito mais.





CAIXA de Receitas

Espaço para quem quiser compartilhar aquela receita gostosa para o fim de semana. Podem ser fotos com o passo a passo da receita ou vídeos tutoriais mais curtinhos, acompanhados da descrição dos ingredientes utilizados.

7 - PLANO DE AÇÃO

SEGUNDA	TERÇA	QUARTA	QUINTA	SEXTA
Sobre os feriados em 2024: Joelma por dentro, Nazaré por fora.	Início de um sonho. Deu tudo certo!	Servidor público sim. Empreendedor? Também!	O que aconteceu no CUIDAR 2024. Publicação dos vídeos transmitidos entre os painéis.	Cultura compartilhada
Eu e casca de bala.	Fazendo a hora do almoço render	Identidade secreta: artesão. Quem aqui tem um projeto Do It Yourself para inspirar?	Esse atendimento marcou minha semana.	CAIXA de receitas
Que show da Xuxa é esse?	Experiência na agência-barco - Embarque CAIXA	Extensão da Bienal	TBT melhores momentos da CAIXA no G20	Só para cinéfilos: indique um filme de emocionar
Memento saúde	Esqueceu de comprar o presente da ?	Quem é esse bebê? Envie uma foto sua para publicarmos. Será que seu time acerta sua identidade?	Lançamento novos poupançudos	Complete a frase nos comentário: A melhor programação de sábado a noite é _____



Papo de copa: semanal.



O melhor da redondeza: quinzenal.



Você fora da CAIXA: quinzenal.



Sextou: semanal.



Do nosso jeito CAIXA: quinzenal.



Faz teu nome: quinzenal.



Giro 360º: semanal.

8 - AÇÕES DE REFORÇO DA MARCA

PRESENÇA CONTÍNUA



Presença em eventos internos: estande com kit informativo sobre o VIVA Engage CAIXA, dados de usabilidade e cases de sucesso sobre histórias que conectam.

Vídeos estratégicos: exibir vídeo convite, vídeo tutorial e/ou vídeo com cases de sucesso em eventos internos on-line como estratégia de engajamento.

Comunicação off-line: comunicação nos elevadores e espaços físicos das agências CAIXA com os principais dados da comunidade e curiosidades interessantes sobre a rede, com foco em expandir a adesão.

9 - AVALIAÇÃO E MÉTRICAS



PESQUISA



▶ **Relatórios da VIVA ENGAGE**

A própria rede gera relatórios semanais e mensais sobre o desempenho dos enredos publicados. Nossa sugestão é que esses relatórios sejam mensalmente consultados para embasar decisões estratégicas de divulgação na comunidade e embasar ações de reforços ou mudanças no calendário de conteúdos.

▶ **Pesquisa off-line, com os empregados**

Além disso, propomos uma mensuração fora da comunidade. Uma pesquisa entre os empregados CAIXA para identificar oportunidades, preferências e o comportamento do empregado diante dessa grande canal de comunicação, a nova comunidade.

VIABILIDADE CONTRATUAL

VIABILIDADE CONTRATUAL

Produto contrato	Produto Estratégia	Quantidade	Valor
Peças de Design Gráfico (média complexidade)	Enxoval para as três fases: lançamento, tático e reforço da rede VIVA Engage CAIXA. Produção de gifs.	06	R\$18.048,00
Animação/arte (baixa complexidade)	Vídeo tutorial sobre a rede - acessibilidade e funções	01	R\$7.050,00
Projeto Editorial (baixa complexidade)	Cartilha orientativa e glossário de memes	02	R\$11.280,00
Diagramação/ Editoração de Publicações Impressas (baixa complexidade)	Cartilha orientativa e glossário de memes	02	R\$16.638,00
Avaliação e percepção de imagem (alta complexidade)	Pesquisa com os empregados CAIXA para identificar oportunidades, preferências e comportamentos	02	R\$164.312,00
Reportagens, coberturas factuais, textos informativos	Sugestões de textos para as publicações temáticas	10	R\$11.280,00

FSB holding

Reputação é resultado. E vice-versa.

Obrigad:)