



SUPERA COMUNICAÇÃO

Case: Hapvida - Diagnóstico de Comunicação Interna e Cultura Organizacional

Categoria: Pesquisa em PR



NÓS TEMOS
FÊ NA
COMUNICAÇÃO.
#AGÊNCIASEMPAREDES



Temos fé no que fazemos

Planejamento e Consultoria

- Planejamento para implantação ou redesenho da comunicação interna
- Planejamento de comunicação para atração, retenção e desenvolvimento de talentos
- Definição das matrizes de conteúdo e de canais de comunicação interna
- Planejamento de comunicação para stakeholders
- Planejamento digital
- Planejamento estratégico de comunicação interna
- Gestão de comunicação de crise para empregados
- Consultoria para implantação da comunicação interna

Diagnósticos

- Diagnóstico de comunicação interna
- Diagnóstico de cultura organizacional
- Diagnóstico digital
- Diagnóstico interno de risco reputacional

Digital

- Análise da presença digital
- Consultoria para revisão e planejamento digital
- Gestão de redes sociais
- Consultoria digital para áreas de comunicação
- Planejamento de aplicativos, games, redes sociais corporativas e ações digitais

Conteúdo

- Gestão e curadoria de conteúdo
- Publicações impressas e digitais
- Publicações customizadas para públicos de interesse
- Desenvolvimento de conteúdo e ações para redes sociais
- Análise do discurso da comunicação interna
- Avaliação técnica dos canais
- Qualificação de mensagens-chave
- Arquitetura de informações e canais

Temos fé no que fazemos

Pesquisa e Mensuração de Resultados

- Plano de mensuração
- Definição de indicadores de desempenho
- Pesquisa de satisfação de canais
- Auditoria de opinião com a liderança
- Avaliação da comunicação interna

Comunicação para Liderança

- Consultoria para líderes comunicadores
- Campanhas e canais com foco em líderes

Eventos

- Planejamento e produção de eventos corporativos
- e produção de eventos corporativos
- Execução de ações

Reputação

- Gestão reputacional para público interno
- Monitoramento de reputação e crise

Semiótica

- Semiótica aplicada à comunicação interna: canais e campanhas
- Avaliação semiótica dos canais
- Análise de códigos da cultura organizacional

Campanhas

- Campanhas de manejo de cultura organizacional
- Campanhas internas
- Propaganda institucional

Treinamentos

- Workshop de comunicação com empregados
- Workshop sobre como digitalizar a área de comunicação
- Desenvolvimento de líderes comunicadores
- Desenvolvimento de rede de agentes de comunicação
- Dinâmica para integração de comunicação entre áreas
- Influencer training: transformando empregados e líderes em porta-vozes

Principais trabalhos realizados em Pesquisa e Diagnóstico



São Martinho

O quê:

- Diagnóstico de Comunicação e Cultura Organizacional.
- Planejamento Estratégico de Comunicação Interna.

Público:

Empregados e liderança.



O quê:

- Diagnóstico de Comunicação e Cultura Organizacional.
- Planejamento Estratégico de Comunicação Interna.

Público:

Empregados e liderança.



Empower Results®

O quê:

- Diagnóstico de Comunicação Interna.

Público:

Empregados e liderança.



O quê:

- Diagnóstico de Comunicação e Cultura Organizacional.
- Planejamento Estratégico de Comunicação Interna.

Público:

Empregados e liderança.



O quê:

- Diagnóstico de Comunicação e Cultura Organizacional.
- Planejamento Estratégico de Comunicação Interna.

Público:

Empregados e liderança.



O quê:

- Diagnóstico de Comunicação Interna.
- Planejamento Estratégico de Comunicação Interna.

Público:

Empregados e liderança.



O quê:

- Diagnóstico de Comunicação e Cultura Organizacional.
- Planejamento Estratégico de Comunicação Interna.

Público:

Empregados e liderança.



O quê:

- Diagnóstico de Comunicação e Cultura Organizacional.
- Planejamento Estratégico de Comunicação Interna.

Público:

Empregados e liderança.



Principais trabalhos realizados em Pesquisa e Diagnóstico



O quê:
•Diagnóstico de Comunicação e Cultura Organizacional.
•Planejamento Estratégico de Comunicação Interna.
Público:
Empregados e liderança.



O quê:
•Diagnóstico de Comunicação e Cultura Organizacional.
•Planejamento Estratégico de Comunicação Interna.
Públicos:
Empregados e liderança.



O quê:
•Diagnóstico de Comunicação e Cultura Organizacional.
•Planejamento Estratégico de Comunicação Interna.
Públicos:
Empregados e liderança.



O quê:
•Pesquisa de Comunicação Interna.
•Planejamento Estratégico de Comunicação Interna.
Público:
Empregados e liderança.



O quê:
•Diagnóstico de Comunicação e Cultura Organizacional.
•Planejamento Estratégico de Comunicação Interna.
Público:
Empregados e liderança.



O quê:
•Diagnóstico de Comunicação e Cultura Organizacional.
•Planejamento Estratégico de Comunicação Interna.
Públicos:
Empregados e liderança.



O quê:
•Pesquisa de pulso sobre canais de comunicação.
Público:
Empregados e liderança.



O quê:
•Auditoria de Comunicação.
•Diagnóstico de Comunicação Interna.
Público:
Empregados e liderança.



Principais trabalhos realizados em Pesquisa e Diagnóstico

**O quê:**

- Diagnóstico de Comunicação Interna.

Público:

Empregados e liderança.

O quê:

- Diagnóstico de Comunicação Interna.

Público:

Empregados e liderança.

O quê:

- Diagnóstico de Comunicação Interna.

Público:

Empregados e liderança.

O quê:

- Pesquisa e Planejamento de Indicadores e Mensuração de Resultados de Comunicação Interna.

Público:

Empregados e liderança.

**O que:**

- Diagnóstico de Comunicação Interna.
- Planejamento Estratégico de Comunicação Integrada.

Público:

Colaboradores, representantes e liderança.

O quê:

- Pesquisa de Mensuração de Resultados de Comunicação Interna – Departamento do Patrimônio.

Público:

Empregados.

O quê:

- Diagnóstico de Comunicação Interna.
- Planejamento Estratégico de Comunicação Interna.

Público:

Empregados e liderança.

O quê:

- Diagnóstico de Comunicação e Cultura Organizacional.
- Planejamento Estratégico de Comunicação Interna.

Públicos:

Empregados e liderança.



Principais trabalhos realizados em Pesquisa e Diagnóstico



LAUREATE
INTERNATIONAL
UNIVERSITIES®

O quê:

- Diagnóstico de Comunicação e Cultura Organizacional.
- Planejamento Estratégico de Comunicação Interna.

Públicos:

Empregados e liderança.

O quê:

- Diagnóstico de Comunicação Interna.
- Planejamento Estratégico de Comunicação Interna.

Públicos:

Empregados e liderança.



Resumo da metodologia Supera

O poder da escuta ativa:

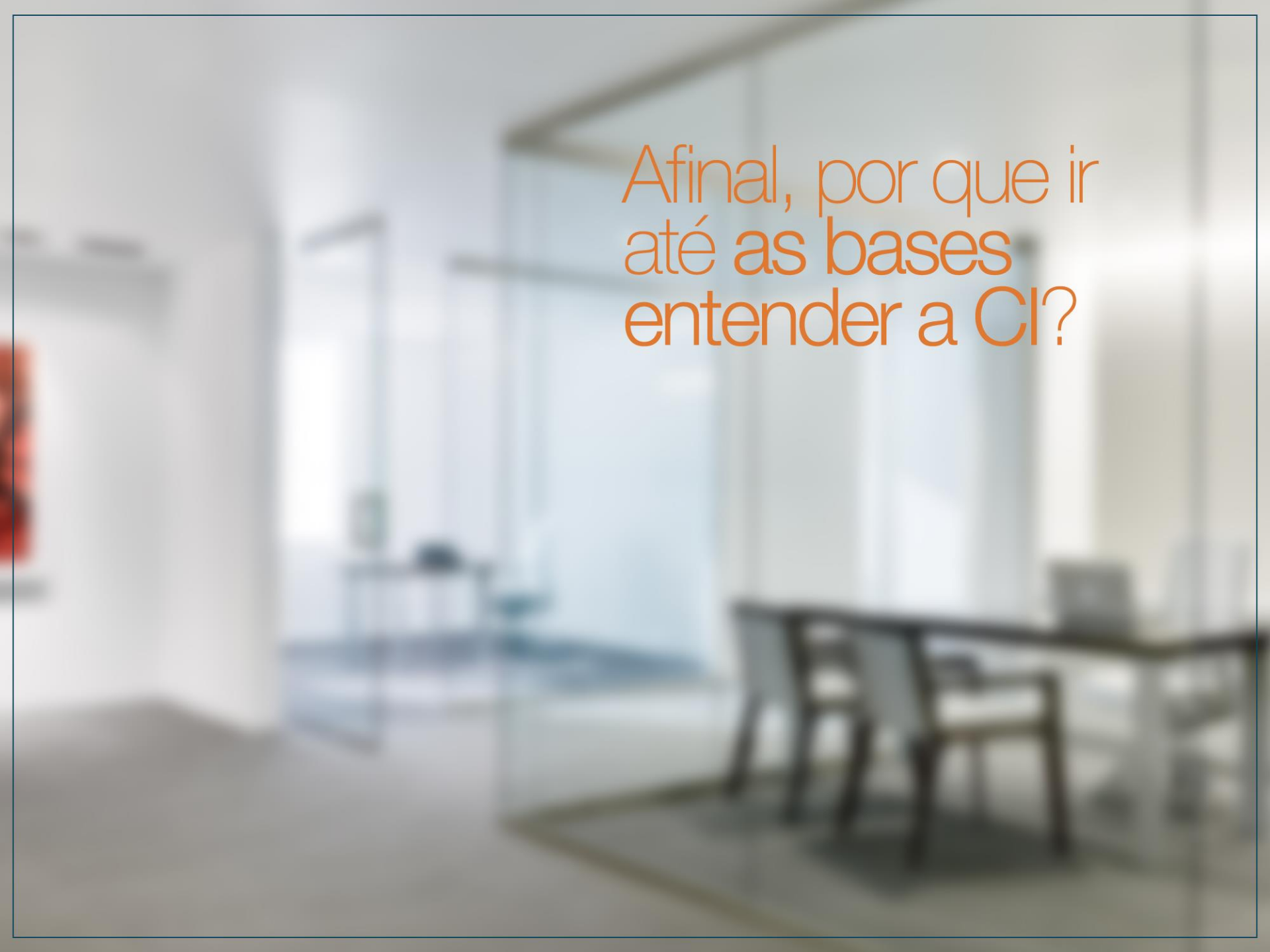
**ouvir os empregados
para comunicar bem**



A blurred, warm-toned background image of a hand, possibly a palm, with fingers slightly spread. The image is out of focus, creating a soft, ethereal effect. The colors are primarily shades of orange, red, and brown.

**Diagnóstico
de Comunicação
e Cultura**

**Planejamento
de Comunicação
Interna**



Afinal, por que ir
até as bases
entender a CI?

A worker wearing a welding mask and protective gear is walking away from the camera down a long, brightly lit industrial corridor. The corridor is flanked by complex machinery and structural elements of a factory. The lighting is warm and golden, creating a sense of depth and perspective.

Afinal, por que ir até as bases entender a CI?

Mais do que entender a avaliação dos canais é preciso descobrir o quanto os públicos entendem das mensagens, o que retêm, o que faz sentido, como se sentem valorizados e reconhecidos.

**Comunicação Interna;
Comunicação Administrativa/ RH;
Comunicação da e para a Liderança;
Comunicação Informal (ruído).**

Atividade realizada: ~

IMERSÃO

Imersão = Escuta



**Qual tipo de comunicação
faz sentido para quem realiza
seu trabalho nos extremos?**

**Como ele se sente em relação
ao trabalho/ empresa?**

**Quais os principais agressores
da comunicação interna?**

Estamos falando sobre “percepção”:

- Não necessariamente representa o que é a realidade de um fato atual ou passado;
- É algo atrelado a uma interpretação individual de um contexto ou assunto;
- Representa o que está no imaginário do sujeito, com base na leitura e no entendimento que ele tem (carrega julgamentos de valores, domínio de repertório e histórico individual);
- É, portanto, a verdade daquela determinada pessoa.





**Avaliação também da comunicação
da liderança (os canais face a face)**

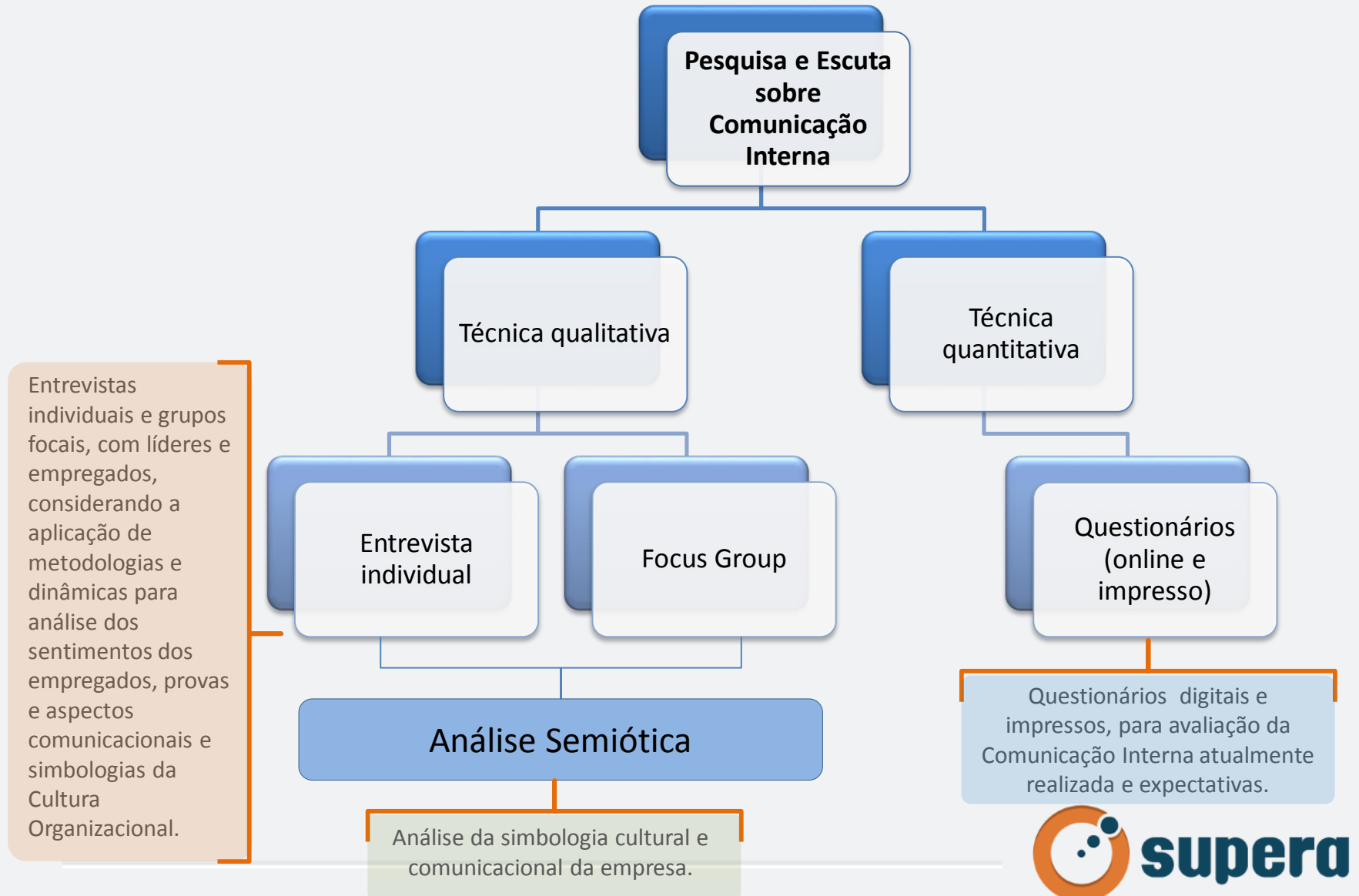
E por fim, não menos importante: sobre o conteúdo da comunicação interna

- Avaliação quanto aos canais
- Qual tipo de assunto mais gosta de saber
- A forma como o texto é escrito
- O que poderia melhorar
- Avaliação do ambiente de comunicação interna

Resumo da metodologia aplicada pela Supera



Resumo da metodologia aplicada pela Supera





Equipe de Qualificação

Profissionais à frente
do projeto

Equipe de qualificação

JOSÉ LUIS OVANDO

Formado pela ESPM/SP, em Comunicação Social com ênfase em Propaganda e Marketing. Empresário, sócio-fundador da Supera Comunicação, agência especializada em Comunicação Interna, com unidades em São Paulo, capital, São José dos Campos (SP), Fortaleza (CE), Salvador (BA) e Curitiba (PR) atuante há 15 anos. Na Supera, responde pela direção de Planejamento. Possui grande conhecimento na realização de campanhas institucionais, internas, corporativas e dirigidas para stakeholders, produção de eventos corporativos, pesquisas de mercado, diagnósticos de comunicação e cultura, publicações empresariais, assessoria de imprensa, manejo de cultura organizacional e comunicação de liderança. Com mais 20 anos de experiência, atendeu mais de 250 empresas, de médio e grande portes. Conta com experiência acadêmica. Possui artigos publicados e ministra com regularidade palestras e workshops em centros universitários e eventos técnicos de comunicação corporativa. É co-autor do livro “Ensaios sobre Comunicação com Empregados. Múltiplas abordagens para desafios complexos”. Editora In House.



Equipe de qualificação

MARIANE CARA

Doutora e Mestre em Comunicação e Semiótica pela PUC/SP e graduada em Publicidade e Propaganda, está no mercado desde 1995 atuando em Comunicação Visual, Planejamento Estratégico, Análise de Tendências e Pesquisa Semiótica para diversos clientes, entre eles Rede Globo, O Boticário, Vale Sul Shopping, Colinas Shopping, MOB, entre outros. De 2006 a 2009, morou na Alemanha, onde realizou pesquisa de tendências e comportamento do consumidor e estudou Ciências da Mídia (Medienwissenschaften) na Hochschule für Bildende Künste Braunschweig. Está engajada em projetos da Supera Comunicação desde o início das atividades, com enfoque em planejamento, pesquisa e coordenação de projetos. Participa de grupos de estudos avançados e possui publicações em periódicos e capítulos em livros de comunicação.



Equipe de qualificação

ANA FLÁVIA ESTEVES

Formada em Comunicação Social, com habilitação em Jornalismo, pela Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho” (Unesp), em 1995. É pós-graduada em Comunicação Empresarial, pela Universidade do Vale do Paraíba (Univap), e em Língua Portuguesa - Gramática e Uso, pela Universidade de Taubaté (Unitau).

Atua em comunicação corporativa desde 1996, tendo desenvolvido, nesse período, trabalhos para empresas nacionais e multinacionais sediadas dentro e fora do Brasil, como Nestlé, Ahlstrom Corporation, Itaú, Sadia, Vale Fertilizantes, Raízen, Johnson & Johnson, entre outras. Atuou como professora em cursos livres de redação e como docente em curso de pós-graduação na disciplina de Redação de Textos Acadêmicos.

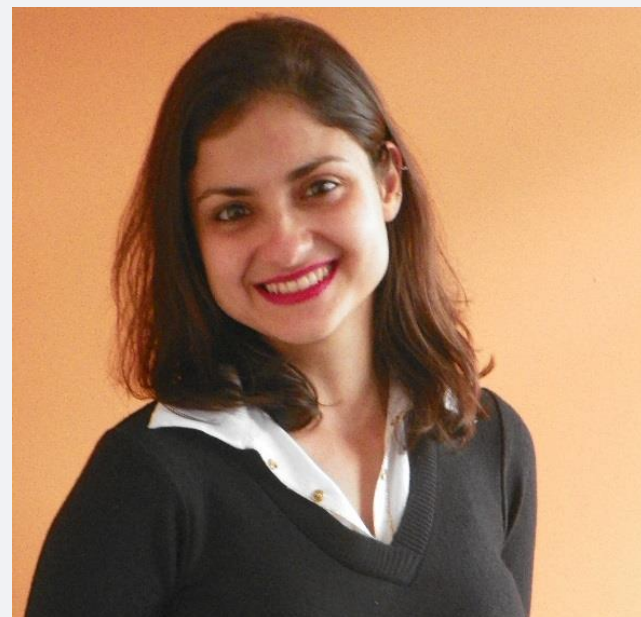
Na Supera Comunicação desde 2006, foi repórter, atendimento, coordenadora de Jornalismo e diretora da Unidade de Fortaleza (CE), respondendo pela produção de mais de 40 veículos empresariais, além de campanhas de comunicação interna, engajamento, reconhecimento e valorização dos funcionários. Atualmente, é Coordenadora de Conteúdo.



Equipe de qualificação

KELLY CUFONE

Profissional de Relações Públicas, graduada pela Faculdade Cásper Líbero e pós-graduada em Semiótica Psicanalítica pela PUC/SP. Desenvolveu sua carreira na área de comunicação corporativa, com ênfase em comunicação interna e conteúdo corporativo. Realizou projetos e campanhas para empresas como: Mercedes-Benz, Janssen, Novartis, Orsa IP, Volkswagen Serviços Financeiros, Unilever, TAM, IBOPE Media, CNN, Pfizer, GE Healthcare, Instituto Brookfield, entre outras. Também trabalhou com planejamento, divulgação de materiais e relacionamento com a imprensa, incluindo interface com agências internacionais para alinhamento de estratégias, tendo como principais clientes: JCB, Axway, Tech Mahindra, CHC, GEFCO, Aceco TI e ABEVD. Na Supera, atuou como Executiva de Contas, sendo responsável pelo relacionamento com o cliente, alinhamento de tráfego e demandas internas, além do desenvolvimento de propostas técnico-comerciais para projetos especiais, campanhas e concorrências. Atendimento a clientes como: Bradesco Patrimônio, Owens-Illinois, Bayer CropScience, General Mills, Votorantim Metais, São Martinho, Prumo Logística, EloPar, Libbs, SalomãoZoppi Diagnósticos, entre outros. Hoje, desenvolve estratégia e planejamentos de comunicação voltados para cultura organizacional, engajamento de empregados e projetos de mensuração, além de atuar como auditora no desenvolvimento de diagnósticos e pesquisas de comunicação.





**Projeto
Hapvida
em cliques**

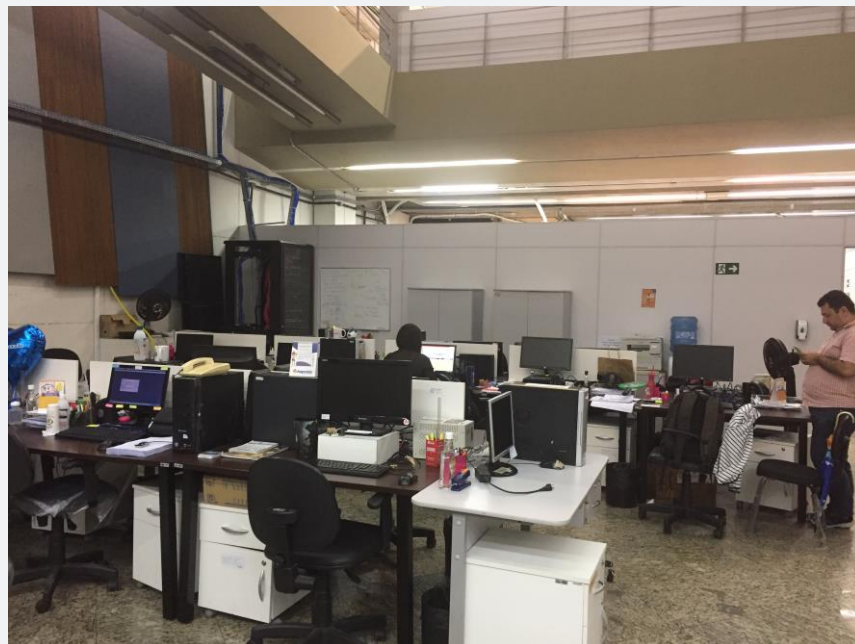


Fortaleza (CE)

Imagens registradas ao longo do projeto



Prédio administrativo



Prédio comercial

Imagens registradas ao longo do projeto



Call Center



Hospital

Imagens registradas ao longo do projeto



Grupo focal
aplicado em
Hapclínica

Imagens registradas ao longo do projeto



Grupo focal
aplicado em
Hospital

Imagens registradas ao longo do projeto



Grupo focal
aplicado em
Hapclínica

Imagens registradas ao longo do projeto



Mural Fique por Dentro

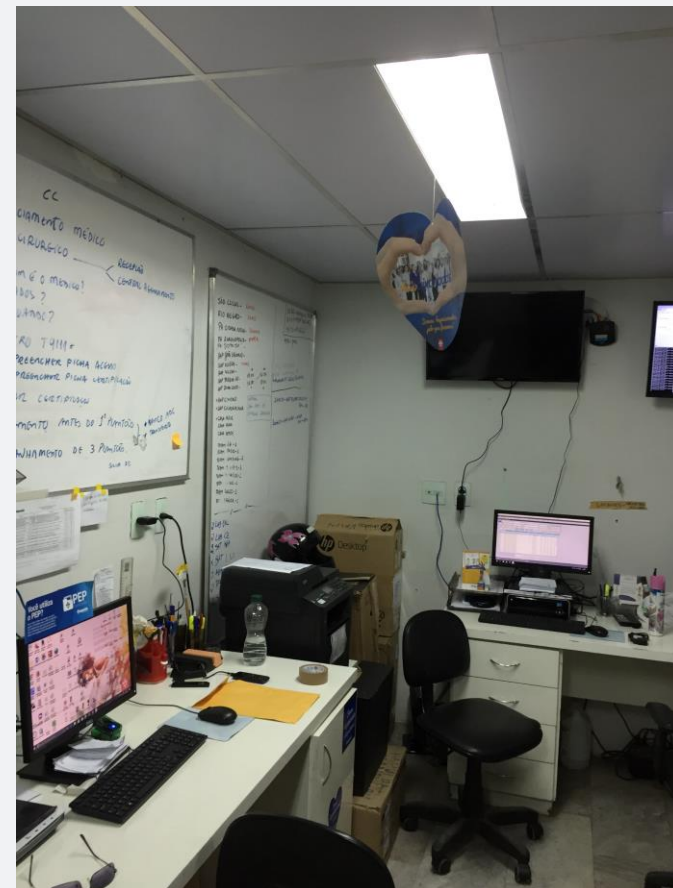


Manaus (AM)

Imagens registradas ao longo do projeto



Recepção de Hospital



Escritório administrativo

Imagens registradas ao longo do projeto

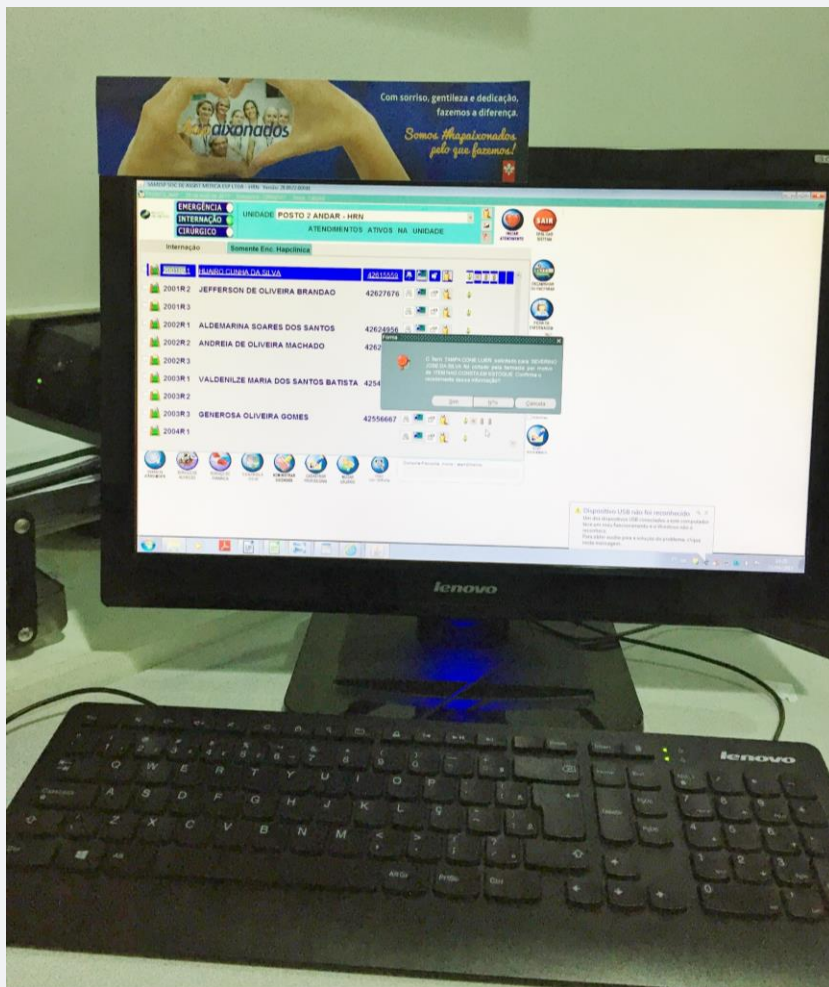


Recepção de Hapclínica

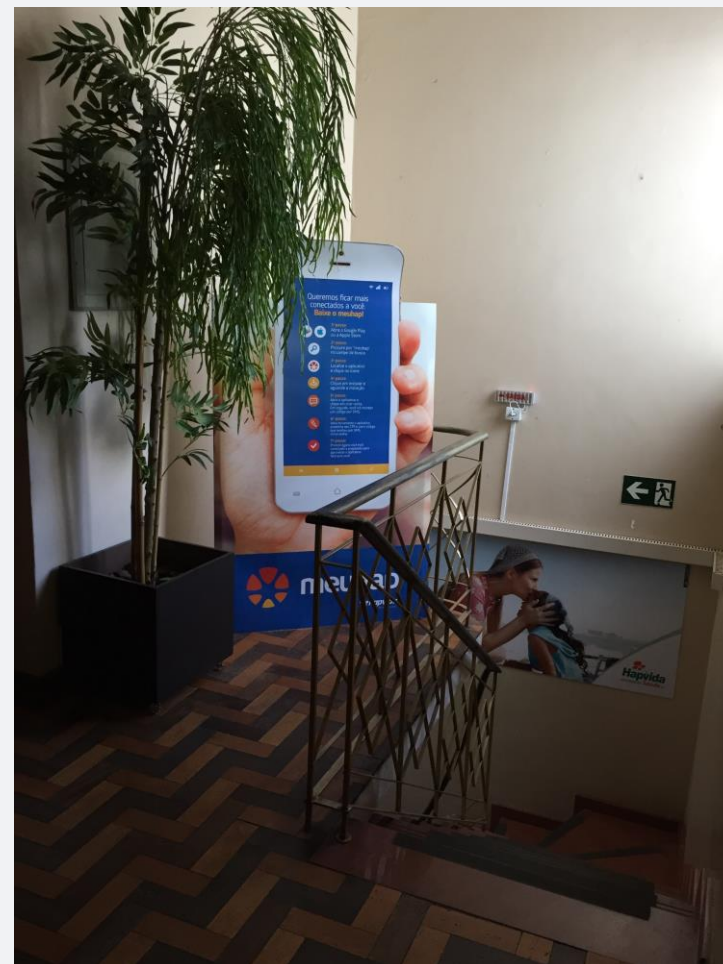


Copa funcionários

Imagens registradas ao longo do projeto



Comunicação visual – orelha de computador



Display de chão

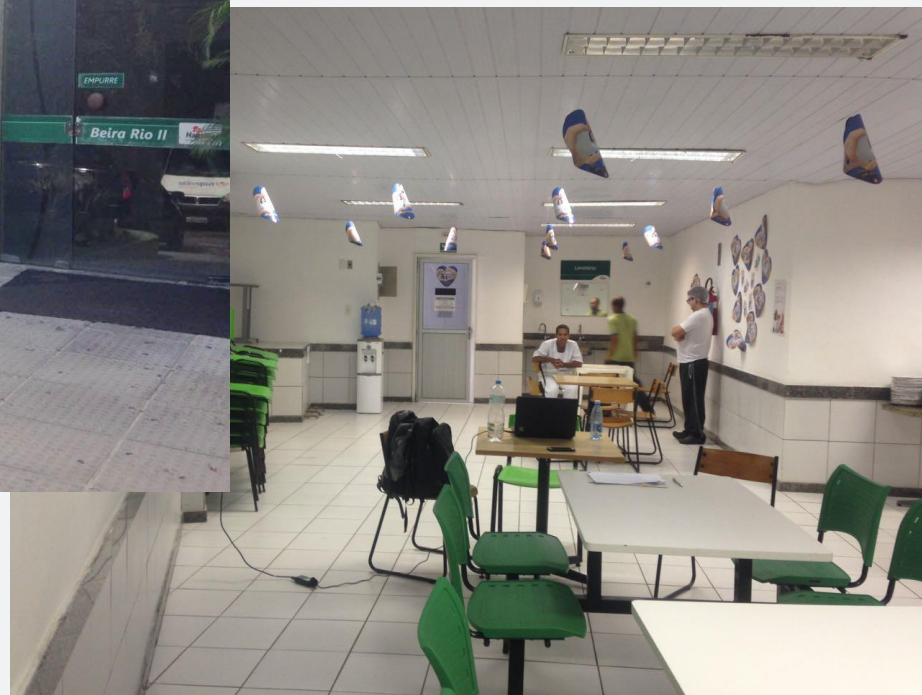


Recife (AM)

Imagens registradas ao longo do projeto



Uma das Hapclínicas visitadas



Imagens registradas ao longo do projeto



Entrada prédio administrativo



Display de chão

Imagens registradas ao longo do projeto

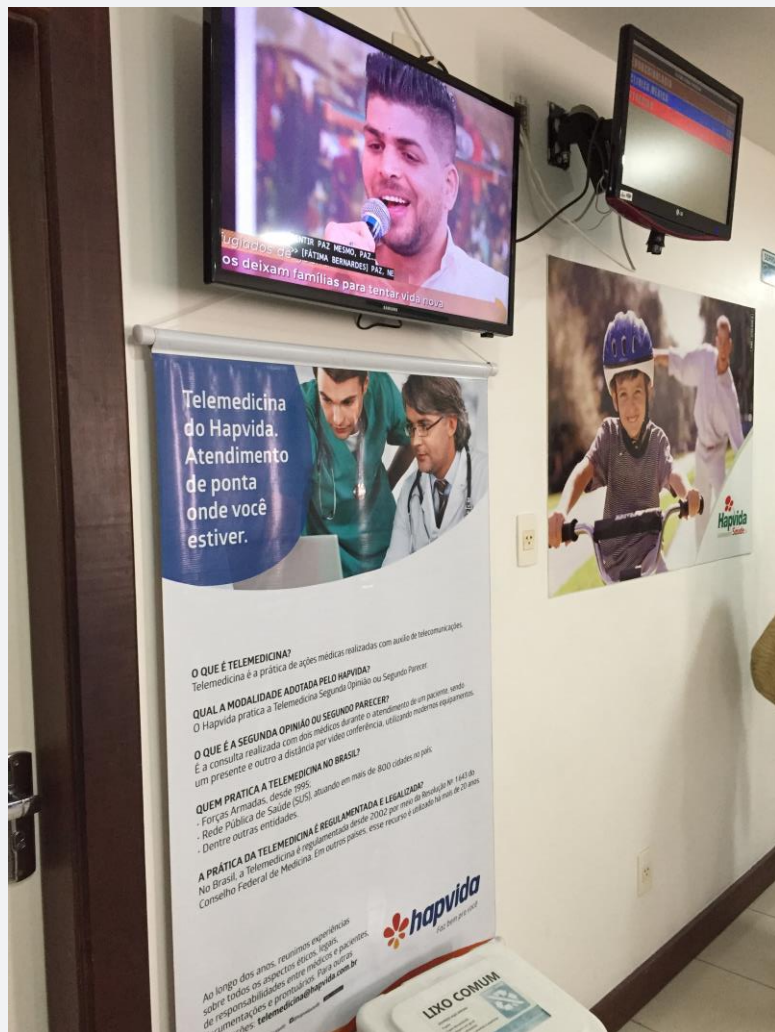


Um dos grupos focais aplicados em Hapclínica



Salvador (BA)

Imagens registradas ao longo do projeto



Comunicação visual



Mural de reconhecimento

Imagens registradas ao longo do projeto



Recepção de Hapclínica



Mural Fique por Dentro

Aviso legal

Os conteúdos desta apresentação, incluindo, entre outros, imagens, identidade visual, conceito criativo, gráficos, animações, textos ou aplicações informáticas, independentemente de seu formato, linguagem e forma de representação, são propriedade da Supera Comunicação ou tiveram os correspondentes direitos adquiridos dos seus proprietários e estão protegidos pelas leis e tratados internacionais em matéria de propriedade intelectual.

Fica proibido o uso de moldura ou mecanismos destinados a ocultar a origem ou a fonte dos conteúdos, qualquer uso, transformação ou exploração destes com finalidades comerciais, promocionais ou contrárias à lei, à moral ou à ordem pública, que possam lesar os interesses ou prejudicar a imagem do titular ou de terceiros legítimos, que constituam competência desleal ou, em geral, contrária ao disposto nessas Condições de Uso.

Lei de Propriedade Intelectual (Real Decreto Legislativo 1/1996, de 12 de abril)

O prazo estipulado pela Supera Comunicação para a validação da proposta apresentada é de 30 dias corridos, a partir do dia de sua apresentação, tendo a agência total direito, após esse período, a utilizar o conteúdo produzido internamente e sugerido de forma parcial ou em sua totalidade. A confidencialidade das informações fornecidas pela empresa contratante será preservada em qualquer hipótese, honrando o compromisso e a ética empregada pela Supera.



supera