

PRÊMIO JATOBÁ

Categoria: Canal de Comunicação Corporativa

Case: Lactalis - Revista Contact Brasil



A LACTALIS DO BRASIL

Fundado em 1933, na França, o Grupo Lactalis está presente em 85 países e ocupa a posição de maior fabricante de laticínios do mundo, com um faturamento anual de 17 bilhões de euros e mais de 75 mil funcionários, distribuídos em suas mais de 220 unidades, entre escritórios corporativos e fábricas. Há 4 anos no Brasil, a empresa teve na aquisição de ativos sua porta de entrada no País e, hoje, conta, hoje, com mais de 6 mil colaboradores.



O Grupo Lactalis é **proprietário de grandes marcas de laticínios**, como: Batavo, Elegê, Parmalat, President e Poços de Caldas.

O DESAFIO



- **Redefinir o principal canal de integração e representação dos colaboradores no Brasil,** respeitando as características da cultura local.
- **Despertar o sentimento de grupo,** ao integrar conteúdos de diferentes realidades e empresas do grupo, fruto de suas aquisições.
- **Disseminar os valores e cultura globais da Lactalis,** estabelecendo um ambiente coeso e de ampla identificação com o perfil organizacional.
- **Reforçar o orgulho de pertencer,** por meio de mensagens-chave alinhadas às macroestratégias do grupo.





ESTRATÉGIAS

- **Definição de mensagens-chave e objetivos de comunicação** para o canal, visando a indexação do conteúdo e acompanhamento analítico dos temas tratados e departamentos e unidades ouvidas no veículo.
- **Desenvolvimento de rede de multiplicadores para as unidades no País**, para coleta de pautas e histórias para o canal;
- **Aplicação de práticas de *storytelling***, por meio da inserção de histórias reais de colaboradores em todas as pautas, reforçando seu protagonismo;
- **Desenvolvimento de pesquisa de opinião por amostragem probabilística**, para avaliação da retenção das mensagens-chave, performance do canal e interesses da audiência.

A REVISTA CONTACT

Formato: impresso.

Páginas: 16.

Conteúdo global: 8 páginas.

Conteúdo Brasil: 8 páginas.

Periodicidade: trimestral.

Editorias:

- *O Sucesso está em Você* – Histórias de colaboradores dos colaboradores.
- *Eventos* – ações realizadas pela companhia em suas unidades e países nos quais atua.
- *Bom Saber* – informações sobre produtos do grupo e o mercado de laticínios.
- *Marketing Global* – lançamentos e ações realizadas pelo grupo em todo o mundo.
- *Marketing Brasil* – lançamentos e ações realizadas pelo grupo no Brasil.
- *Descobrimo* – apresentação de cidades nas quais existe uma unidade do grupo.

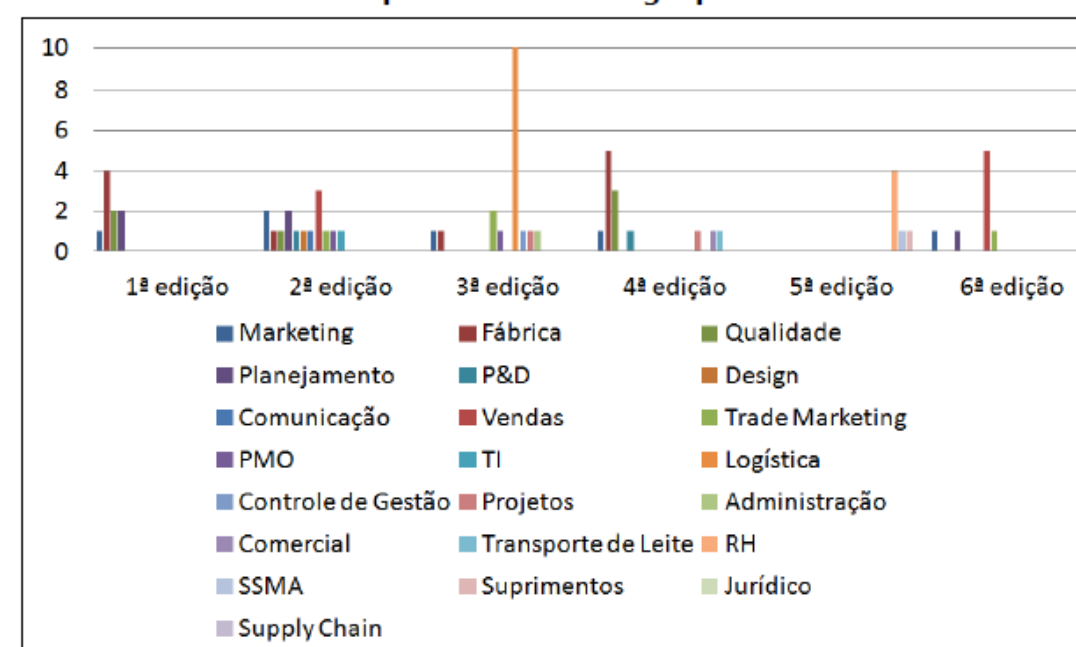


O RELATÓRIO ANALÍTICO POR EDIÇÃO

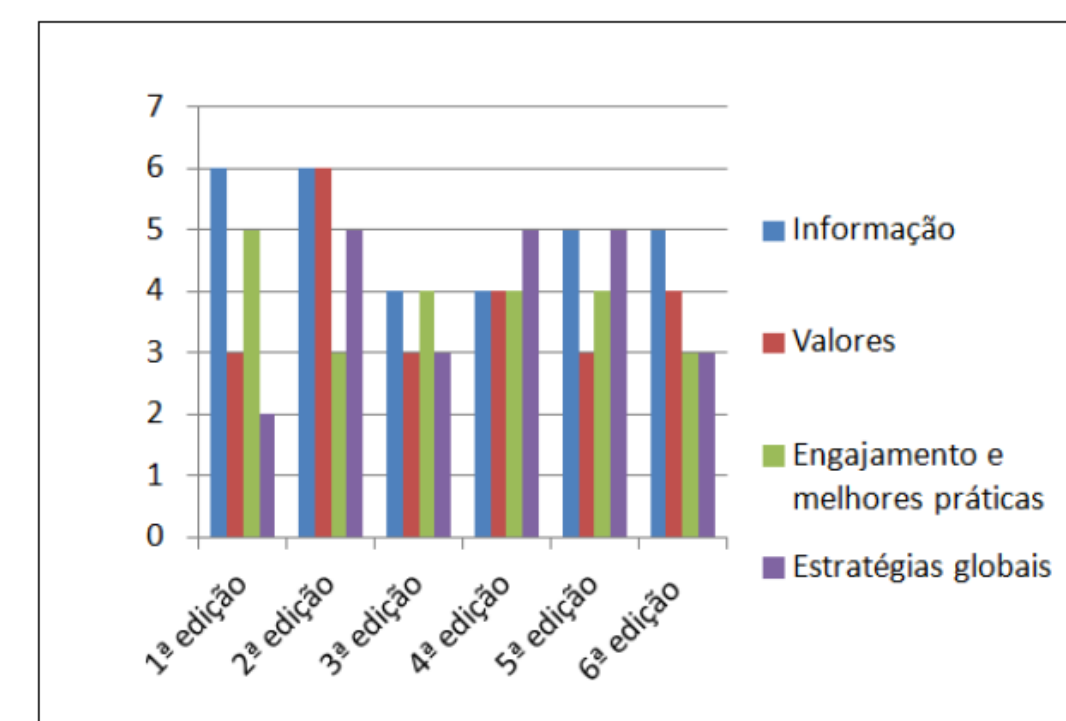
No relatório, todas as matérias tratadas na edição são indexadas por tema, objetivo de comunicação que aborda, unidades/áreas ouvidas, entre outros indicadores que registram o desenvolvimento do canal, permitindo uma análise estratégica no planejamento de cada edição e a visualização de quais temas, unidades, áreas ou níveis organizacionais têm recebido maior ou menor destaque.



4.7 Número de fontes por área demais grupos



4.8 Número de matérias por objetivo de comunicação



A PESQUISA

Desenvolvida pela Trama e aplicada por meio da plataforma Survey Monkey com colaboradores de áreas administrativas e de formulário físico, com colaboradores da operação, a pesquisa foi aplicada no período de dezembro de 2017 a janeiro de 2018

Universo (época da pesquisa): 5.600 colaboradores (2 mil administrativos e 3.600 na operação).

Amostra coletada (pesquisa online): 360 respostas – 6,43% do universo total e 18% do total administrativo.

Amostra coletada (pesquisa fábricas): 611 respostas – 10,91% do universo total e 16,97% da operação.

Grau de confiança: 95%.

Margem de erro: 5%.

Período de coleta: 11 a 20 de dezembro de 2017.

Unidades respondentes (áreas de trabalho): 20 unidades.

Formulário: 18 questões, com perguntas abertas e fechadas.



PRINCIPAIS RESULTADOS

60% dos colaboradores dizem ler sempre a revista e 34,26% a leem às vezes.

62,75% dizem ler a revista no trabalho, enquanto 27,51% afirmam que leem em casa.

49,28% dos colaboradores afirmam compartilhar a revista com a família e 28,08% com colegas de trabalho.

53,25% afirmam ler a revista parcialmente, enquanto 39,29% dizem ter o hábito de ler a revista inteira.

“Notas”, “Capa” e “O Sucesso Está em Você” são as seções mais lidas, com 60%, 57% e 54% das indicações, respectivamente.

PRINCIPAIS RESULTADOS

Tag Cloud – “Quais temas gostaria de ver nas próximas edições?”



CONTACT BRASIL

CONTACT BRASIL

A Lactalis do Brasil viveu um cenário bastante difícil no ano passado. Foi exigido muito de cada um de nós para que pudéssemos alcançar nossos objetivos de 2016: espírito de equipe, foco no trabalho e vocação para mover com um objetivo único, sermos o número 1 em lacteos no País.

Colocamos em prática inúmeros projetos que, felizmente, fizeram toda a diferença. A estratégia, o trabalho e a dedicação somados em todas as áreas e as economias em todas as áreas fizeram com que o nosso faturamento crescesse 17% em relação a 2015. Não conseguimos atingir a meta de volume de produção, mas alcançamos uma economia de R\$ 200 milhões nos nossos negócios e uma redução de 12% no número de reclamações dos nossos produtos, chegando ao índice de 12% por milhão de produtos vendidos.

Engajados em nosso principal objetivo, a Lactalis do Brasil já conseguiu avançar em dois anos, para a 8ª posição no ranking dos países do Grupo e temos um potencial de juntos evoluirmos ainda mais.

O início de 2017 foi marcado pela integração das empresas Elebat e Lactalis, que desde 1º de março, atuam como única empresa. O processo de mudança, o envolvimento de todas as áreas da empresa que agora dão sequência ao trabalho de execução das prioridades e estratégias para este ano.

Temos muitos desafios pela frente em 2017, mas acredito que conquistaremos juntos nossos objetivos, seguindo focados: Crescer em resultados nas prioridades: qualidade, volumes, faturamento e rentabilidade. Reduzir custos. Melhorar a qualidade e manter nossos colaboradores engajados e capacitados.

JUNTOS SOMOS +

Patrick Sawagert
Diretor-Geral Latam e Brasil

QUALIDADE PARMALAT COMPROMISSO

1 - Garantia da Qualidade do leite recebido

2 - Rígido controle no processo de produção

COMPROMISSO DE QUALIDADE PARMALAT

Em abril, a Parmalat lança a campanha que apresentará o seu processo de qualidade aos consumidores.

dos leites UHT virão com o selo: "Qualidade Parmalat Compromisso Cinco anos de controles de qualidade na produção, que reforçam os testes de qualidade do leite nas fábricas até a chegada dos produtos às prateleiras dos supermercados."

Boa lactural

O VERDADEIRO SUCESSO É VIVIDO DE DENTRO!

NOVA CAMPANHA DE COMUNICAÇÃO DE RECRUTAMENTO DO GRUPO

"Participar do processo de Recrutamento Interno foi uma grande oportunidade para direcionar minha carreira ao meu objetivo profissional, buscando novos desafios, aprendizado e no desenvolvimento de habilidades para contribuir com as estratégias da companhia."

Lucimar Grunov
analista comercial de Lacteos, promovida em Fev/2017

O recrutamento interno serve como um grande fator de retenção de talentos, para motivar e encorajar o colaborador em seu desenvolvimento profissional. Na visão do Grupo, essa é uma prioridade: dar a chance para que as pessoas possam trilhar uma carreira internamente. Nos últimos 10 meses, a Lactalis do Brasil teve a oportunidade de selecionar 10 profissionais, no escritório da Hungria (SP), para novos desafios por meio do Recrutamento Interno. A empresa deseja sucesso a esses talentos no caminho que trilharam para sua carreira e estimula seus colaboradores a participarem de futuras oportunidades.

Walacyr Rivaldo
diretor nacional de Vendas

75.000 COLABORADORES | 17 BILHÕES DE EUROS DE FATURAMENTO ANUAL | 85 PAÍSES | 1º GRUPO MUNDIAL DE LACTEOS

GRUPO LACTALIS NO LinkedIn

Seja um embaixador do grupo

POR QUE UMA PÁGINA DO GRUPO NO LINKEDIN?

- Para aumentar nossa exposição e desenvolver uma imagem positiva do Grupo Lactalis, disseminando nossos valores, nossa experiência, nossas atividades e as pessoas que compõem o Grupo;
- Para recrutar novos talentos, por meio do desenvolvimento de uma imagem atrativa (captção de candidatos);
- O LinkedIn é líder no setor de redes sociais profissionais, com 500 milhões de conexões, no mundo todo.

O LINKEDIN É UMA FERRAMENTA INSTITUCIONAL QUE COMPLEMENTA O WEBSITE DO GRUPO.

QUAL PÁGINA?
A página oficial é www.linkedin.com/company/lactalis

QUAL O ESCOPO?
Informações em dois níveis: Institucional e RH, Franca e Grupo

QUAL O CONTEÚDO?
Informações gerais sobre o Grupo e uma seção dedicada a Recursos Humanos, destacando nossas oportunidades de trabalho e política de recursos humanos: promoção, mobilidade interna, "employer branding" (reputação empregadora da Lactalis etc.).

FATOS INTERESSANTES
Como um colaborador Lactalis, você é o melhor embaixador que o Grupo pode ter.

- Siga a Lactalis no LinkedIn e apimore sua rede e sua atividade digital. Assim, você também pode ficar por dentro das novidades da empresa, do seu trabalho e da sua área.
- As mídias sociais são poderosas ferramentas de comunicação. Não se esqueça de que, como o LinkedIn é uma rede profissional, você está atuando como colaborador do Grupo e, como tal, faça sempre referência à empresa ao comentar sobre algum assunto.

« SIGA A PÁGINA DO "GRUPO LACTALIS", CURTA E COMPARTILHE AS PUBLICAÇÕES »

Em 2017, a página já conta com mais de **55.000 seguidores**. Ajude-nos a aumentar essa rede e a disseminar a reputação, a imagem positiva e a representatividade do Grupo. Com a sua ajuda, mostraremos a nossa realidade, nossa atuação diária e o sucesso que conquistamos internamente.