

# Estratégias de Comunicação Interna:

o guia para grandes empresas

GUPY



# Índice

Clique nos **círculos** e navegue pelos capítulos

**Introdução**

**O que**

**Por que**

**Como**

**Conclusão**

## Qual é o grau/nível deste material?

**Básico:** aborda conceitos essenciais da área de RH e tem dicas práticas para sua rotina.

✓ **Intermediário:** aborda funções e exemplos mais complexos, para quem já possui experiência na execução.

**Avançado:** apresenta estratégias avançadas e traz compreensão aprofundada sobre o tema.

# 01 Introdução

Veja mais conteúdos como esse em nossas redes!

1

# Introdução

A Best Buy, empresa americana de eletroeletrônicos, enfrentou uma grande crise de turnover em sua organização. Para diminuir a rotatividade, criou uma rede social interna, a [Blue Shirt Nation](#).

Com o objetivo de entender e conhecer melhor seus colaboradores, estimulou o uso do canal para que eles trocassem mensagens entre si, experiências e outras comunicações sem que houvesse uma hierarquia.

Resultado: A empresa diminuiu suas taxas de rotatividade em 12%, aumentando o desempenho e motivação dos envolvidos.

Mas como ela conseguiu? com o uso de uma poderosa ferramenta: a comunicação interna, que beneficia o papel do RH e traz resultados de impacto a longo prazo.

Se sua empresa precisa de um empurrãozinho para implementar uma estratégia eficiente, apresentamos modelos acionáveis para que você e sua equipe planejem, adaptem e otimizem a comunicação organizacional, ao mesmo tempo em que potencializam o relacionamento entre colaboradores.



# 02 O que

Veja mais conteúdos como esse em nossas redes!

1

2

# A comunicação interna e o RH

O que é . Impactos . Objetivos

A comunicação interna é um grupo de processos ou ferramentas responsáveis pelo fluxo efetivo de informações que vão desde anunciar uma nova política ou informar as pessoas de um próximo evento, até realizar um engajamento em toda a organização.

Ela tem como objetivo promover a comunicação eficaz entre liderança, gerência e colaboradores com a produção e entrega de mensagens e campanhas que facilitem o diálogo entre os envolvidos.

Este tipo de comunicação pode ser realizada por todo e qualquer departamento de uma empresa e seu impacto tem resultados em diversas vertentes do negócio, incluindo:

- Operações do dia-a-dia;
- Colaboração entre departamentos;
- Atendimento ao Cliente;
- Inovação;
- Experiência do funcionário;
- Cultura da empresa.

1

2

Mas afinal, por que a comunicação interna e o RH devem andar juntos? Por ser a área que mais tem acesso a grande parte de informações dos colaboradores, o RH pode trabalhar a motivação, retenção e produtividade deles, motivando-os com as mensagens certas.

Isso porque os funcionários são mais receptivos à informações internas se estiverem engajados. Desta forma, dedicam-se para alcançar objetivos em comum se entenderem e concordarem que as metas organizacionais vão de encontro com suas crenças.



# 03 Por que

Veja mais conteúdos como esse em nossas redes!



1

2

3

# A importância da comunicação interna estratégica

Vantagens . Desafios . Alinhamento

Uma comunicação aberta e transparente é uma ótima maneira de garantir que seus colaboradores compreendam a missão da empresa e que todos estejam alinhados. Além disso, também:

- **Melhora o envolvimento dos funcionários** - Através do uso de vários canais, como email interno, intranet da empresa e mídias sociais, a boa comunicação compartilha informações vitais da empresa, ajudando a criar o entusiasmo para que os envolvidos trabalhem em prol da visão organizacional.norma.
- **Gera uma comunicação mais segura** - sem ela, corre-se o risco de alienar os funcionários por falhas na mensagem. Isso gera desinformação e faz com que eles sintam que foram negligenciados, sem confiança frente às decisões da gerência.
- **Gerencia melhor possíveis crises** - uma estratégia de comunicação eficaz inclui uma resposta interna à situações de crise que podem afetar a reputação da empresa.



1

2

3

Porém, não são todos que optam em abraçar esta ferramenta. Alguns dos motivos mais comuns são:

- **Dificuldade em ter uma comunicação horizontal** - A comunicação muitas vezes acaba se resumindo à liderança compartilhando atualizações da empresa, sem envolver os colaboradores na estratégia e incentivar discussões.
- **Falta de melhorias via feedback** - A implementação de soluções para apurar e aperfeiçoar a comunicação com base nos feedbacks de colaboradores não é incentivada.
- **Falta de medição dos resultados da estratégia de comunicação interna** - Existe a dificuldade em definir quais indicadores rastrear e como coletar dados para poder medir o desempenho da estratégia.

**Hora de evitar erros e aplicar a estratégia, na prática.**



# 04 Como

Veja mais conteúdos como esse em nossas redes!

1

2

3

4

# Modelos de planejamento

Análise . Público alvo . Medição

## ***Estabeleça seu planejamento***

Antes de lançar um novo canal ou conteúdo, você precisa mapear objetivos e desenvolver a sua estratégia para identificar a abordagem certa, alcançando os grupos certos, na hora e nos canais certos.

O mapeamento também deve incluir um plano para medir o sucesso de sua campanha de comunicação interna e obter insights valiosos.

### **Modelo de planejamento da comunicação interna**

**OBJETIVOS DA ORGANIZAÇÃO** - Quais são os objetivos da sua empresa?

---

**OBJETIVOS DA COMUNICAÇÃO** - Defina quais serão os marcos de sucesso.

---

**CANAIS** - Quais são os canais mais eficazes para sua campanha?

---

**CAMPANHAS DE COMUNICAÇÃO** - Atividades ou campanhas específicas.

---

**SEGMENTO DE COLABORADORES** - Qual grupo você deseja atingir?

---

**O QUE MEDIR** - Escolha diferentes métricas para cada canal de comunicação interna.

---

**QUANDO MEDIR** - Crie uma cadência para suas métricas.

---



### **Encontre o público alvo**

É hora de entender qual segmento de colaboradores você irá abordar. Para isso:

- **Escolha de 2 a 3 funcionários que são referência e representam esta divisão;**
- **Aprenda o que valorizam e seus objetivos;**
- **Estude qual formato funciona melhor para cada grupo.**

**Modelo de segmentação de colaboradores**

**BIOGRAFIA**  
De onde veio, background, formação

---

---

**OBJETIVOS**

---

---

**DESAFIOS**  
Defina quais serão os marcos de sucesso

---

---

**HABILIDADES TÉCNICAS E COMPORTAMENTAIS**

---

---



**Defina os parâmetros de medição**

Ao selecionar os melhores canais para seus programas, escolha as métricas corretas para medir sua eficácia. Por exemplo, se você estiver publicando conteúdo na intranet da empresa, pense em métricas de engajamento, como número de compartilhamentos e impressões. Também não deixe de documentar os resultados.

**Modelo de medição da comunicação interna**

CANAL	MÉTRICAS	RESULTADOS

1

2

3

4

## O planejamento na prática

Reunimos um exemplo resumido para que você possa ver como todas as partes do processo do planejamento se conectam. Lembre-se que o planejamento deve ser muito bem detalhado para facilitar a execução deste projeto.

### Modelo de planejamento da comunicação interna

#### OBJETIVOS DA ORGANIZAÇÃO

- Aumentar a compreensão geral dos funcionários sobre nosso negócio, gerando uma fricção 40% menor na comunicação entre cliente e CS.
- Aumentar o engajamento dos funcionários em 30% a mais nos próximos 12 meses.

#### OBJETIVOS DE COMUNICAÇÃO

- Traduzir conteúdos em inglês para português para os novos colaboradores.
- Concentrar na otimização de conteúdo para celular.

#### CANAIS

- E-mail, Intranet.

#### CAMPANHAS DE COMUNICAÇÃO

- FAQ com a equipe do produto sobre o lançamento do serviço X.
- Vídeo mensagem do CEO aos novos colaboradores.

#### SEGMENTO DE COLABORADORES

- Customer Experience- preferem e-mail e conteúdo mobile.
- Vendedores seniores- Preferem conteúdo em vídeo e da alta gerência.

#### O QUE MEDIR

Newsletter - Indicador: Engajamento

Métricas: taxa de abertura, taxa de cliques e taxa de cancelamento de assinatura.

#### Vídeo - Indicador: Engajamento.

Métricas: N° de interações

Funcionários mais ativos, por segmento.

#### QUANDO MEDIR

- Faremos a medição semanal e mensal respectivamente.

1

2

3

4

# Checklist final

## 01- OBJETIVOS E KPIs

- ✓ Defina as metas da sua equipe.
- ✓ Mapeie essas metas para os KPIs da sua empresa.
- ✓ Indique claramente como você avaliará seus objetivos.

## 02- AVALIE SUA AUDIÊNCIA

- ✓ Segmente seu público-alvo por interesse, função, geografia etc.
- ✓ Estude qual conteúdo ou formato funciona melhor.
- ✓ Determine se existem lacunas que você deve preencher.

## 03- DEFINA SEU PLANO PARA MEDIÇÃO

- ✓ Reúna todos os seus dados e idéias em um só lugar.
- ✓ Agende uma reunião de equipe para analisá-los.
- ✓ Crie um relatório de desempenho que você possa compartilhar.





# 5 Conclusão

Veja mais conteúdos como esse em nossas redes!

1

2

3

4

5

# Conclusão

A comunicação interna tem um grande impacto na produtividade, experiência e envolvimento de colaboradores, mas vai além e consegue inspirar e alinhar toda a organização.

E, com a hierarquias cada vez mais horizontais e a entrada de gerações mais jovens no mercado de trabalho, ela deve estar no topo da lista de prioridades de grandes empresas.

Cabe a você e sua equipe planejá-la com os envolvidos certos. Mãos à massa e boa estratégia!



# O conhecimento não acaba aqui! .....

Agora que você está por dentro de todas as novidades de um Recrutamento e Seleção moderno e mais orientado a resultados, **que tal continuar se aprimorando?** Separamos alguns materiais para fortalecer ainda mais sua estratégia:

Gere de forma rápida e intuitiva um processo seletivo com as melhores etapas!

Um conjunto completo de materiais para que você tenha mais organização e eficiência

Planeje suas estratégias de atração e gestão de candidatos com esta ferramenta.

[↑ Clique na imagem e acesse o conteúdo!](#)

---

# Autores

---

Conheça o time por trás desse material especial feito com carinho para você:

**Clara Duarte**

Coordenadora de Conteúdo

**Tatiana Fernandes**

Produtora de Conteúdo

**Barbara Imauci**

Designer gráfico

## Escreva para nós!

Respondendo esse formulário você nos ajuda a **continuar evoluindo** e a melhorar nossos materiais:

---

# Deseja conhecer todo o potencial da inteligência artificial no seu R&S?

Faça uma avaliação gratuita e rápida com nossos  
especialistas - dura só 5min - e contrate as pessoas  
certas com muito menos esforço

**Obrigada** por ler nosso material!  
Esperamos que tenha gostado :)

# A Gupy

... é o software número 1 de recrutamento e seleção no país. Ajudamos empresas a construírem um processo digital, eficiente, preciso e com experiências incríveis para o RH, gestores e candidatos.

Nossa tecnologia utiliza Inteligência Artificial para ranquear os melhores candidatos e se integra com outros produtos de R&S para que tudo possa ser realizado e analisado em um único lugar, substituindo por completo o Excel, planilhas e gestão por e-mail. Muito mais visibilidade e resultados, com a formação de equipes incríveis para toda a organização!

