



Comunicação face a face e metodologias participativas

Por: Regina Hostin

Jornada: O líder e a comunicação
organizacional
Data: 09/03/22

Check in

Como você está chegando?

Nome, empresa.

Expectativa?

Comunicação face a face a metodologias participativas

Objetivos de aprendizagem:

- Explicar as mudanças que impactaram a comunicação organizacional;
- Compartilhar como se forma Reputação positiva;
- Demonstrar o valor da comunicação interna;
- Conectar a importância do líder na comunicação da organização.

Programação:

- Mudanças que impactaram a comunicação organizacional;
- Como se constrói Reputação positiva;
- O valor da comunicação interna;
- A importância do líder na comunicação da organização.

Você sabia?

A comunicação transmitida pelo gestor direto é a mais compreendida pelo colaborador* e funciona melhor **78% das vezes.**

Larkin Communication

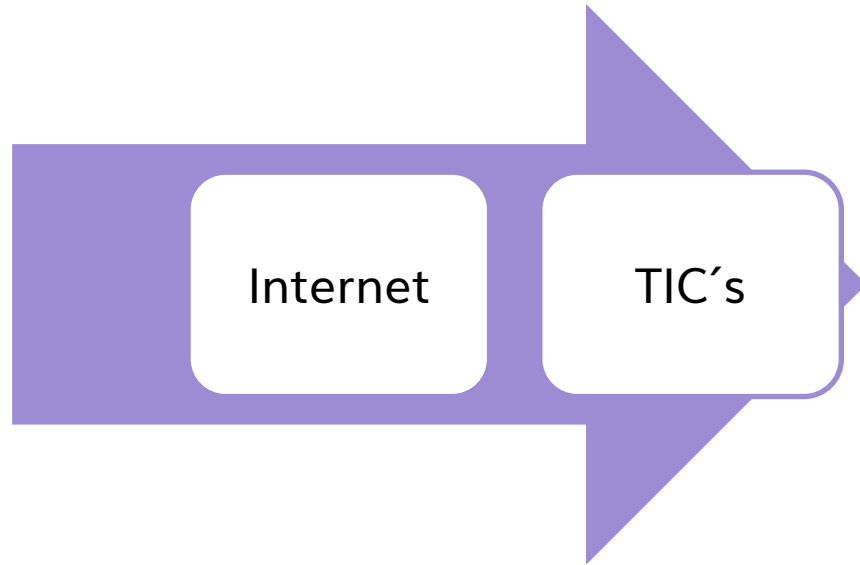
Comunicação Organizacional

“Disciplina que estuda como se processa o fenômeno comunicacional dentro das organizações no âmbito da sociedade global”.

[Margarida Kunsch]

Institucional Mercadológica Comunicação Interna

Mudanças que impactaram a Comunicação Organizacional



No passado

Um para todos



Nas empresas?

Jornal
Mural
Revista

Comunicação vertical. Só a empresa falava. Poder centralizado.

Hiperconexão

Todos com todos



E-mail
WhatsApp
App

Impactos

1. Públicos conectados = poder

Exemplo?



Exemplo



Impactos

2. Tempo de resposta: zero.



Influenciador Bruno Aiub. Partido Nazista.

Por que as marcas voaram para fazer notas de repúdio?

Outros impactos

Excesso de informação = pobreza de atenção

+

Segurança da Informação

+

Superexposição = erro local, dano global.

Exemplo?

Erro local, dano global.



Vídeo de reabertura de shopping da cidade foi citado em reportagem do Daily I

Vídeo de reabertura de shopping da cidade foi citado em reportagem do Daily Mail (Foto: Reprodução)

Telhado de vidro

Reputação, imagem e marca

Reputação: um intangível cada vez mais valorizado

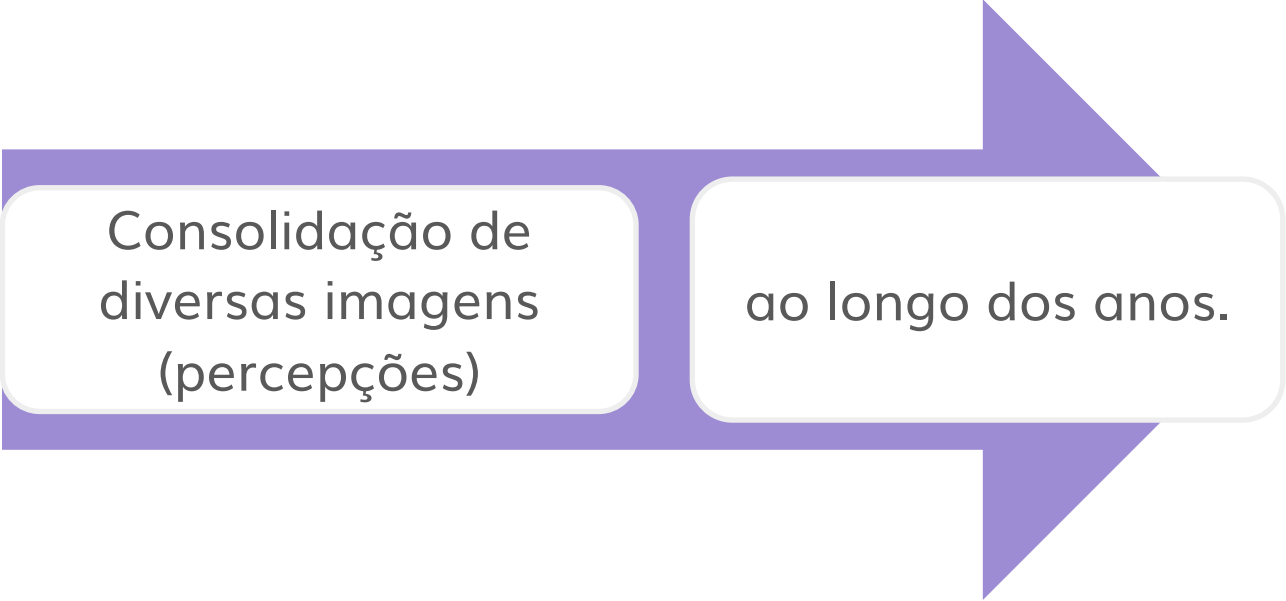
Reputação: guarda-chuva da comunicação organizacional

Como se forma Reputação?

Diálogo com os públicos = imagens / percepções



Reputação



Consolidação de
diversas imagens
(percepções)

ao longo dos anos.

Reputação

Essas percepções **refletem o grau de estima, admiração, confiança e empatia** que as pessoas sentem em relação à empresa e ...

...afetam diretamente suas decisões de comprar, recomendar, investir ou querer trabalhar nela.

Reputação

Você lembra alguma marca ou empresa com a qual teve uma experiência negativa, mas não consegue falar mal dela?

Por que não falava mal dela?

Reputação positiva funciona como um ímã

Afeta:

- Decisão de compra. Consumidor paga um preço diferente por empresas com reputação positiva forte;
- Decisão de investimento;
- Cobertura da imprensa;
- Análise financeira por especialistas;
- Apoio da comunidade.



Reputação negativa

- Perda de clientes, acionistas, cooperados;
- Dificuldade de atrair funcionários;
- Perda do apoio da comunidade;
- Desconfiança da mídia.

Reputação é construída de dentro para fora

O funcionário é um dos porta-vozes com mais credibilidade no momento dos públicos (colaboradores, clientes, consumidores etc), formarem opinião (leia-se percepções) a respeito de uma organização.

Comunicação Interna

O que os funcionários precisam para influenciar percepções positivas nos stakeholders?

Exemplo: sentir orgulho de pertencer.

A importância da Comunicação Interna para o funcionário

- Humaniza a relação;
- Fortalece o sentimento de pertencimento: “eu faço parte”;
- Dá conhecimento sobre os rumos da empresa (e como contribuir);
- Fortalece o vínculo (aproxima).

A importância da Comunicação Interna para a empresa

- Impulsionar os resultados (traduzir estratégias);
- Contribuir com o clima organizacional;
- Fortalecer orgulho de pertencer;
- **Engajar;**
- **Fortalecer Reputação.**

Engajamento

Colaboradores Engajados (27% no Brasil)*:

Trabalham com paixão. Entregam resultados acima do esperado.

Colaboradores Não engajados

Simplesmente passam pelo trabalho. Executam o que é requisitado.

Colaboradores Desengajados:

São infelizes no trabalho. Minam as conquistas dos colegas e sabotam a empresa.

73% - não engajados e desengajados

Impactos do engajamento



Aumento de:
22% na produtividade;
21% na lucratividade,
10% na retenção de clientes.



Diminuição de:
37% no absenteísmo;
25% na rotatividade e
48% em acidentes de trabalho.

Tendências de comunicação interna

Canais

Comunicação interpessoal no topo
Gestor imediato (96%) e Alta liderança (94,9%).

Tendências de Com. Interna 2021
Ação Integrada e Social Base

A importância do líder na comunicação organizacional

A comunicação transmitida pelo gestor direto é a mais compreendida pelo colaborador* e funciona melhor **78% das vezes.**

Larkin Communication

Comunicação líder e time

Como acontece a comunicação entre liderança e time na empresa que você trabalha?

Atividade de aplicação/reflexão

Para o próximo encontro (16.03):

1. Na sua opinião a comunicação feita pelo líder concorre com a comunicação da *net corredor*? Quem chega mais rápido com a informação? Quem tem mais credibilidade?
2. Descubra junto ao seu time como gostariam de receber informações sobre a empresa (qual canal).



regina.compartilha@gmail.com

47 98823.7945

Obrigado!

Preencham a avaliação

Acompanhem a programação