

Comunicação em uma Empresa:

Definição do Público-alvo:

1. Colaboradores:

- **Níveis hierárquicos:**

- **Diretoria:**

- Precisa de informações estratégicas e de alto nível.
 - Valoriza a clareza, concisão e confiabilidade das informações.

- **Gerenciamento:**

- Necessita de informações sobre metas, desempenho da equipe e projetos.
 - Aprecia comunicados diretos e práticos que auxiliem na tomada de decisões.

- **Colaboradores:**

- Buscam informações sobre o dia a dia da empresa, benefícios, mudanças e eventos.
 - Valorizam comunicados transparentes, acessíveis e que promovam o engajamento.

- **Departamentos:**

- Vendas, Marketing, Recursos Humanos, Finanças, Operações, etc.

- **Localização:**

- Sede, filiais, home office, etc.

2. Clientes:

- **Tipos de clientes:**

- Consumidores finais, empresas, etc.

- **Fases da jornada do cliente:**

- Prospecção, compra, pós-venda, etc.

3. Fornecedores:

- **Tipos de fornecedores:**
 - Matérias-primas, serviços, etc.

4. Investidores:

- **Tipos de investidores:**
 - Acionistas, fundos de investimento, etc.

5. Comunidade:

- **Local:**
 - Bairro, cidade, região, etc.
- **Interesses:**
 - Meio ambiente, educação, etc.

Definição da Proposta de Valor:

- **O que a empresa oferece de único e valioso para cada público-alvo?**
- **Como a comunicação pode ajudar a empresa a alcançar seus objetivos?**
- **Que tipo de informações e mensagens cada público precisa receber?**

Lista de Tipos de Usuários e suas Características:

Colaboradores:

- **Líderes:**
 - Tomadores de decisão.
 - Precisam de informações precisas e concisas.
 - Valorizam a comunicação clara e objetiva.
- **Especialistas:**
 - Possuem conhecimento técnico profundo.
 - Apreciam comunicados detalhados e informativos.
 - Valorizam a comunicação precisa e factual.
- **Colaboradores gerais:**

- Buscam informações relevantes para o seu dia a dia.
- Apreciam comunicados simples e fáceis de entender.
- Valorizam a comunicação transparente e acessível.

Cientes:

- **Prospectos:**

- Buscam informações sobre a empresa e seus produtos/serviços.
- Apreciam comunicados persuasivos e informativos.
- Valorizam a comunicação que desperte interesse e gere confiança.

- **Cientes ativos:**

- Precisam de informações sobre como usar os produtos/serviços.
- Apreciam comunicados úteis e práticos.
- Valorizam a comunicação que facilite o uso dos produtos/serviços.

- **Cientes em potencial:**

- Podem ser influenciados por promoções e ofertas.
- Apreciam comunicados criativos e atraentes.
- Valorizam a comunicação que ofereça valor e benefícios.

Fornecedores:

- **Parceiros estratégicos:**

- Buscam informações sobre a empresa e seus objetivos.
- Apreciam comunicados transparentes e confiáveis.
- Valorizam a comunicação que fortaleça o relacionamento.

- **Fornecedores de commodities:**

- Precisam de informações sobre pedidos e prazos de entrega.
- Apreciam comunicados claros e objetivos.
- Valorizam a comunicação eficiente e eficaz.

Investidores:

- **Acionistas:**

- Buscam informações sobre o desempenho financeiro da empresa.
- Apreciam comunicados transparentes e confiáveis.
- Valorizam a comunicação que demonstre solidez e segurança.

- **Fundos de investimento:**

- Precisam de informações sobre as perspectivas de crescimento da empresa.
- Apreciam comunicados detalhados e informativos.
- Valorizam a comunicação que inspire confiança e gere valor.

Comunidade:

- **Residentes locais:**

- Buscam informações sobre os impactos da empresa na comunidade.
- Apreciam comunicados transparentes e acessíveis.
- Valorizam a comunicação que demonstre compromisso com a comunidade.

- **Organizações sociais:**

- Precisam de informações sobre as iniciativas sociais da empresa.
- Apreciam comunicados claros e objetivos.
- Valorizam a comunicação que demonstre responsabilidade social.