	INSTRUÇÃO DE TRABALHO ENDOMARKETING	IT76 REV00
		21/08/2023

1 OBJETIVO E ABRANGÊNCIA

Promover o engajamento dos colaboradores, em prol dos objetivos organizacionais, por meio da gestão da comunicação interna, fomentando o diálogo entre os líderes e suas equipes.

2 ENDOMARKETING

O plano de endomarketing anual é construído junto ao setor de RH. Após a criação, este é apresentado à Direção para aprovação das ações e principalmente orçamento da área. Com as ideias aprovadas, aplica-se o plano que pode demandar criação de materiais, organização de eventos e campanhas, divulgação, entre outros.

Em conjunto com o setor de RH, o endomarketing é responsável pela organização e divulgação das comemorações internas que fazem parte do calendário da empresa. Os principais eventos e ações que ocorrem durante o ano são: Divulgação do PR, Dia da Mulher, Páscoa, Dia do Trabalhador, Dia das Mães, Dia dos Pais, aniversário da Empresa, comemoração das metas de faturamento, confraternização de Natal e Ano Novo, reconhecimento de tempo de empresa, presente aos novos papais e presentes aos novos colaboradores.


Para construção do plano de ação anual referente aos eventos internos é realizada uma reunião no ano anterior que define os responsáveis pela estruturação das ações a serem desenvolvidas em cada evento e qual o orçamento total estabelecido. As ações são: elaboração de cartões comemorativos, convites, e-mail marketing, apresentações, cartazes, banners, materiais digitais e gráficos, prospecção de brindes e, se necessário, realização do cronograma do evento e contratação de profissionais para palestras e integrações.

O endomarketing também apoia o setor de Recursos Humanos na realização de Pesquisa de Clima com os funcionários. A mesma é realizada entre os meses de janeiro à abril de cada ano e é construída com o objetivo de entender e melhorar a experiência de emprego de cada colaborador. Pode demandar criação de peças para divulgação antes, durante e depois da aplicação, bem como auxílio na construção do formulário com as questões. É realizada uma reunião com os setores envolvidos com, no mínimo, um mês de antecedência para definição de como será a pesquisa, se será realizada internamente ou contratada empresa terceirizada e quais são as responsabilidades de cada setor.

3 CANAIS DE COMUNICAÇÃO

Os principais canais de comunicação utilizados na empresa são:

Mural: canal de divulgação de informações de segurança, qualidade, assuntos gerais e calendário

	INSTRUÇÃO DE TRABALHO ENDOMARKETING	IT76 REV00
		21/08/2023

da empresa, por meio de gráficos, indicadores, relatórios, cartazes, avisos, artigos e convites. Os murais encontram-se distribuídos pelos setores.

Informativo: Envio semanal, o informativo é organizado pelo RH e mantém-nos informados sobre o que acontece na empresa. Apresenta notícias, datas importantes, aniversários, treinamentos, segurança.

Chat: Comunicação interna e instantânea (on-line) entre os colaboradores.

E-mail: correspondência eletrônica, de caráter profissional, para troca de informações entre setores e/ou negócios.

Home Page: site da Rotoplastyc, dispõe de informações como histórico da empresa, estrutura, produtos, divulgação de vagas, etc.

Portal: ferramenta em desenvolvimento que é utilizada para compartilhamento de arquivos com atualização em tempo real e simultânea para os usuários, folha de pagamento, ponto, férias, informações gerais.

4 BRINDES

Além dos brindes produzidos internamente, o setor de endomarketing pode solicitar a compra de brindes externos para datas comemorativas e eventos específicos voltados aos colaboradores. O endomarketing pesquisa no mínimo três opções de brindes e envia ao setor de RH e/ou Direção para a escolha de um. Após, solicita cotações ao setor de Compras que enviará no mínimo três orçamentos para que seja possível escolher a melhor opção. RH e/ou Direção elencam o melhor fornecedor e o setor de Compras segue o processo de aquisição dos presentes. Ao chegar, o Almoxarifado confere as quantidades recebidas e envia para o setor de endomarketing que guarda em local específico. O controle e distribuição é feito em conjunto com o RH. Há uma planilha compartilhada no Google Drive para o registro e monitoramento das entregas.

Além disso, dentro de ações onboarding, para valorizar a chegada do colaborador, são comprados brindes específicos para entrega nesse momento. O RH e o endomarketing em conjunto planejam e solicitam a compra dos presentes. O setor de endomarketing juntamente com o RH é responsável pelas entregas e controles na mesma planilha compartilhada.

5 CONFECÇÃO DE UNIFORMES RESPONSABILIDADE DO RH

O setor também é responsável pela criação do layout, prospecção de valores e encomenda sob demanda dos uniformes corporativos. Os uniformes não são de uso obrigatório para os setores

	INSTRUÇÃO DE TRABALHO ENDOMARKETING	IT76 REV00
		21/08/2023

administrativos e de apoio, apenas para a produção, por isso, geralmente são vendidos apenas para os colaboradores interessados. O processo para o desenvolvimento de uniforme passa pelo recebimento da solicitação, que pode vir da Direção, de setores específicos ou da necessidade observada pelo setor de endomarketing a partir de uma mudança climática. Geralmente são feitas encomendas de verão e inverno, duas vezes ao ano. Em seguida, define-se o layout, modelo e tipo de serigrafia ou bordado a ser utilizado de acordo com o manual da marca. O modelo é enviado ao RH e/ou Direção para sugestões e aprovação.

Posteriormente, o endomarketing orça com no mínimo três fornecedores diferentes e solicita amostras para os melhores preços, assim é possível realizar a avaliação da qualidade dos tecidos, acabamento, bordado ou serigrafia. Após isso, o setor de endomarketing escolhe o melhor fornecedor e solicita ao mesmo as amostras e provas de tamanhos. Em seguida, divulga aos colaboradores que estão abertas as encomendas de uniformes, com data limite para pedidos, juntamente do valor de cada peça e previsão de chegada. São criadas artes para TV, cartaz, e-mail marketing e, ainda, disparada mensagem em massa no comunicador Spark.

Recebe o nome, setor e tamanho de peça que cada colaborador deseja comprar e controla em planilha de excel a encomenda e distribuição. Por fim, envia a lista completa de uniformes encomendados para o setor de Compras, com os dados do fornecedor, layout das peças, quantidades e grade de tamanhos, o qual realizará a OC. O endomarketing informa também o setor de Recursos Humanos, enviando os dados do colaborador e o valor a ser descontado em folha de pagamento de cada um. O setor imprime os vales e entrega ao RH para desconto em folha.

Ao chegar as peças o setor de Almoxarifado confere a grade de tamanhos e quantidades solicitadas e informa o setor de Endomarketing. Se estiver tudo correto, o Endomarketing divulga aos colaboradores através de e-mail marketing, TVs e comunicador interno que as peças chegaram e que a retirada deve ser realizada junto ao setor. Para entregar as peças, o setor deve coletar as assinaturas dos colaboradores no vale impresso pelo RH. Ao finalizar todas as entregas, os vales são levados no RH.

	INSTRUÇÃO DE TRABALHO ENDOMARKETING	IT76 REV00
		21/08/2023

6 REVISÕES EFETUADAS

Revisão	Data	Alteração
00	21/08/2023	Emissão.

7 APROVAÇÃO DO DOCUMENTO

PROCESSO	RESPONSÁVEL
Elaboração	Lucas Zirbes
Aprovação	Ediane Vogt