	Tipo de Documento: Norma Administrativa
	Área de Aplicação: Grupo CPFL Energia
	Título do Documento: Diretrizes de Comunicação Interna

SUMÁRIO

1. FINALIDADE DESTA NORMA
2. ÂMBITO DE APLICAÇÃO
3. DEFINIÇÕES
4. ESTRUTURA DA ÁREA
5. MIX DE CANAIS (COMO SOLICITAR E FORMALIZAR DEMANDAS)
6. DOCUMENTOS APLICÁVEIS
7. CONTROLE E REGISTROS
8. REGISTROS E ALTERAÇÕES
9. ANEXOS

1 FINALIDADE

Neste documento definimos e estabelecemos as diretrizes de Comunicação Interna (CI) do Grupo CPFL Energia. Ele consolida os processos de CI, especificando a atuação/escopo, critérios, prazos, classificação das demandas, priorização de projetos, responsabilidades, prioridades e orientações gerais, nas interfaces entre a área de Comunicação Interna e as diversas áreas parceiras do Grupo.

2 ÂMBITO DE APLICAÇÃO

Em todas as áreas e empresas do Grupo CPFL Energia. Trata-se de documento de acesso interno e sem restrição.


3 DEFINIÇÕES

3.1. Diretoria de Comunicação Empresarial (IC): área responsável pela estratégia e gestão da Comunicação Interna, Marca e Marketing, Relações Públicas, Imprensa e Gestão de Crise do Grupo CPFL Energia.

3.2. Comunicação Interna (área técnica): área que atua de forma estratégica para alinhar e evidenciar os atributos da marca, a cultura organizacional e os objetivos do negócio de forma intencional e afetiva, gerando nos colaboradores o orgulho de pertencer, o engajamento em ações e a vontade de vincular-se à organização de forma espontânea e verdadeira.

3.3 Business Partners de Comunicação: responsáveis por criar um elo entre as áreas corporativas e as frentes especialistas da Diretoria de Comunicação Empresarial, esse time auxilia a Comunicação Interna e os parceiros internos a desenvolverem um trabalho estratégico por meio do atendimento às áreas parceiras.

N.Documento:	Categoria:	Versão:	Aprovado por:	Data Publicação:	Página:
16716	Procedimento	1.02	Gabriela Infanger	31/07/2020	1 de 14

	Tipo de Documento: Norma Administrativa
	Área de Aplicação: Grupo CPFL Energia
	Título do Documento: Diretrizes de Comunicação Interna

Para identificar o BP de comunicação que atente a sua área, entre em contato com o time de Comunicação Interna via e-mail cominterna@cpfl.com.br ou pelo whatsapp da área (19) 9 974 7162.

3.3. Área Parceira: todas as áreas do negócio que demandem do processo de Comunicação Interna por meio de: Demandas Planejadas, Novas Demandas e/ou Demandas Pontuais.

3.4. Plano de Comunicação Interna: documento que reúne ações e estratégias de Comunicação Interna acerca de um tema, será liderado e acompanhado pela figura do Business Partner de Comunicação (conforme citado anteriormente). O plano somente será efetivado se aprovado pela área técnica em conjunto com a área parceira. E, quando aplicável, com o orçamento de exercício vigente.

3.5. Planejamento Anual de Comunicação (incluindo os temas de Comunicação Interna): o documento reúne programação anual de demandas, estratégias, objetivos, metas, periodicidade, recursos humanos e/ou financeiros necessários para a implementação das iniciativas. (ANEXO 01).

3.6. Demanda Planejada: iniciativa prevista, orçada e aprovada no Planejamento Anual de Comunicação Interna. Necessária análise e priorização (conforme pág. 4).


3.7. Demanda Pontual: iniciativa não prevista no Planejamento Anual de Comunicação | Comunicação Interna, que pode ser aprovada ou reprovada pela área de Comunicação Interna. Estas demandas também passam por priorização, de acordo com seu nível de criticidade e/ou urgência.

3.8. Briefing: documento que coleta informações necessárias para que os temas de endomarketing e informativos sejam executados pela área de Comunicação Interna. Ele deve ser preenchido pelo BP de Comunicação e anexado no sistema de demandas da IC. (ANEXO 02)

3.8.1. Peça Conceito (KV): peça de comunicação de referência que torna possível entender e aprovar o conceito do Plano de Comunicação Interna. Chamado usualmente de *Key Visual* (KV). Esta peça possibilita entender a ideia, tom, linguagem, identidade visual e demais elementos necessários para, então, serem providenciados os desdobramentos das demais peças de comunicação.

3.9. Sistema de Demanda de Comunicação: sistema que possibilita às áreas parceiras solicitarem novas demandas pontuais às áreas da Diretoria de Comunicação Empresarial. A demanda é aberta mediante o preenchimento do briefing que está anexo na primeira página do site. Uma vez aberta, as demandas são tratadas pela área técnica e atualizadas com seus responsáveis, prazos e status. Este sistema é utilizado apenas para demandas bem simples e pontuais e

N.Documento:	Categoria:	Versão:	Aprovado por:	Data Publicação:	Página:
16716	Procedimento	1.02	Gabriela Infanger	31/07/2020	2 de 14

	Tipo de Documento: Norma Administrativa
	Área de Aplicação: Grupo CPFL Energia
	Título do Documento: Diretrizes de Comunicação Interna

que não estão sendo tocadas diretamente pelos BPs de Comunicação, que realizam a “ponte” para mais de 80% das demandas entre as áreas parceiras e as áreas técnicas/especialistas da diretoria IC.

4 ESTRUTURA DA ÁREA


A área de Comunicação Interna, que compõe a Gerência de Comunicação Corporativa, é dividida em dois processos estruturantes que visam atender às áreas parceiras de forma estratégica e com qualidade: Endomarketing e Produção de Conteúdo Informativo. Para auxiliar, a área conta ainda com um time de *business partners* da Diretoria de Comunicação Empresarial, para levantamento de briefing e acompanhamento estratégico de todos os tipos de demandas.

4.1 Endomarketing (campanhas e projetos especiais)

Equipe especializada na comunicação de ações e projetos estruturantes alinhados ao Planejamento Estratégico e Valores da Empresa. Essa equipe desenvolve campanhas internas, entre outras soluções, com o objetivo de informar, engajar e alinhar os colaboradores sobre temas que demandem mudança de comportamento ou que sejam estratégicos para o negócio, além de convidar os colaboradores para algum tipo de ação (conhecido em inglês como *'call to action'*).

- Como sugerir uma pauta? A forma mais adequada de prever demandas para o Endomarketing é inclui-las previamente no Planejamento Anual de Comunicação Interna, quando o BP de Comunicação realizar o planejamento com a área parceira para o ano seguinte. Em casos de demandas não previstas, elas também devem ser solicitadas via BP de Comunicação.
- Prazo para inclusão de Demandas Planejadas de Endomarketing: os planejamentos das áreas parceiras devem ser compartilhados com a área de Comunicação, no máximo, **entre os meses de outubro e novembro do ano que os antecede, para integrarem o planejamento do ano seguinte.**
- Prazo para execução: assim que inseridas no sistema pelo BP de Comunicação, a área técnica **tem até sete dias** para posicionamento. Necessário observar que, no caso de Endomarketing, há uma flexibilidade para as entregas de acordo com as variações de aprovação da área parceira e mudanças de contexto/estratégia na Empresa. Entretanto, é de responsabilidade da área técnica acordar os prazos de execução com a área parceira.
- Prazo de aprovação: a área parceira **tem até dois dias para aprovar** o material produzido pela equipe de CI. Em caso de não aprovação do conteúdo, o prazo será reavaliado.

N.Documento:	Categoria:	Versão:	Aprovado por:	Data Publicação:	Página:
16716	Procedimento	1.02	Gabriela Infanger	31/07/2020	3 de 14

	Tipo de Documento: Norma Administrativa
	Área de Aplicação: Grupo CPFL Energia
	Título do Documento: Diretrizes de Comunicação Interna

4.2 Produção de Conteúdo

Equipe especializada na produção de textos, fotos e vídeos, entre outras soluções de teor informativo. Alinhado ao tom de voz da Comunicação Interna e linguagem do Grupo CPFL, além dos Valores, Planejamento Estratégico e Comportamentos Organizacionais da Empresa. O objetivo é produzir conteúdo de relevância para os colaboradores, por meio de iniciativas corporativas, de endomarketing e das suas próprias histórias (teor colaborativo).

Os prazos dos canais de Comunicação Interna determinam as produções de conteúdos, conforme abaixo.

5 CANAIS DE COMUNICAÇÃO INTERNA

Todos os canais de Comunicação Interna fazem parte do Multi, a plataforma eletrônica de comunicação. Para cada um deles, definimos periodicidade, público, linguagem, entre outros. A elaboração do conteúdo e definição do canal utilizado para divulgação **são de responsabilidade da área de Comunicação Interna.**


5.1 Portal Multi

Intranet que reúne as principais notícias institucionais, iniciativas de endomarketing, os principais serviços e portais. Ela funciona como um “hub”, concentrando tudo o que é relevante para o dia a dia do colaborador.

- Periodicidade: diária/sob demanda
- Como sugerir pautas: utilize o sistema de comunicação para sugerir pautas para as notícias institucionais ou contate o BP de Comunicação responsável pela sua área.
- Prazo de devolutiva: **a área técnica tem até dois dias** para pontuar o recebimento da demanda e sua estratégia para a solução de comunicação.
- Prazo de produção: **a área técnica tem até três dias** para a produção do conteúdo.
- Prazo de aprovação: a área parceira **tem até dois dias para aprovar** o material produzido pela equipe de CI. Em casos de não aprovação do conteúdo a demanda será reavaliada ou até mesmo descontinuada.

Fluxo de solicitação de demanda: Item 5.7

N.Documento:	Categoria:	Versão:	Aprovado por:	Data Publicação:	Página:
16716	Procedimento	1.02	Gabriela Infanger	31/07/2020	4 de 14

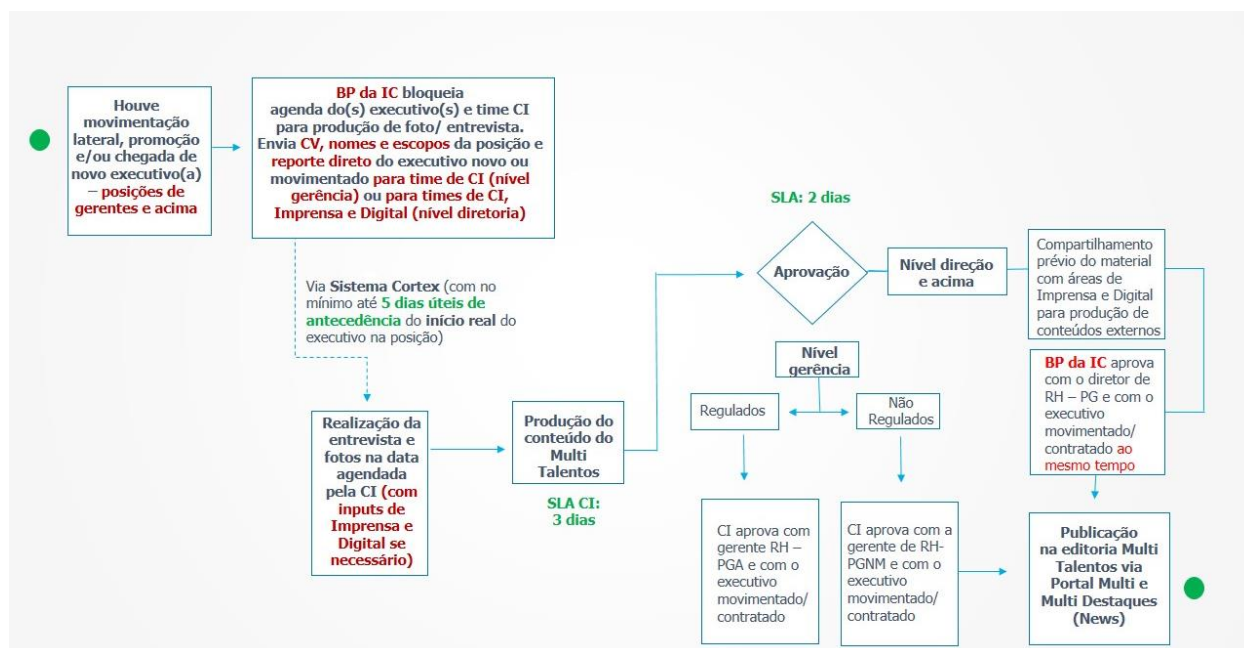
	Tipo de Documento: Norma Administrativa
	Área de Aplicação: Grupo CPFL Energia
	Título do Documento: Diretrizes de Comunicação Interna

5.1.2 Multi Talentos

Editoria do Portal Multi para anúncios organizacionais, que reconhece e apresenta aos colaboradores os líderes promovidos ou movimentados, vertical ou horizontalmente, e os novos líderes da Empresa com cargos de **gerentes e acima**.

- Periodicidade: sob demanda
- Como sugerir pautas: as pautas são enviadas via BP de Recursos Humanos - responsáveis pelos processos de movimentações internas e contratação de novos líderes - para nossos BPs de Comunicação.

Confira abaixo o fluxo completo para este tipo de demanda com os respectivos papéis, responsáveis e prazos:




5.2 Multi Destaques

Newsletter que reúne as principais notícias e informações para os colaboradores.

- Periodicidade: semanal
- Dia de envio: às quintas-feiras

N.Documento:	Categoria:	Versão:	Aprovado por:	Data Publicação:	Página:
16716	Procedimento	1.02	Gabriela Infanger	31/07/2020	5 de 14

	Tipo de Documento: Norma Administrativa
	Área de Aplicação: Grupo CPFL Energia
	Título do Documento: Diretrizes de Comunicação Interna

- Como sugerir pautas: as notícias são selecionadas a partir das publicações da semana no **Portal Multi**, pela equipe de CI, de acordo com a relevância e estratégia da comunicação. Temas adicionais, como informativos das áreas de TI, Serviços Compartilhados, entre outros, devem ser pautados com a área de CI, por meio do Sistema de Demandas de Comunicação ou BP de Comunicação, **até às 11h da quarta-feira que antecede o envio, para que os temas integrem a edição semanal.**
- Dentro do fluxo normal (com exceção de casos urgentes e que não foram programados com antecedência), o prazo de devolutiva **da área técnica é de até dois dias** para pontuar o recebimento da demanda e sua estratégia para a solução de comunicação.
- Prazo de produção: sob demanda.

Fluxo de solicitação de demanda: Item 5.7

5.2 Multi Informa

E-mail institucional enviado apenas com temas sensíveis, urgentes ou que não possam ser divulgados no Multi Destaques, também por questões de segmentação (nem toda a Empresa ou grande parte dela pode receber a mesma mensagem).

- Periodicidade: sob demanda
- Como sugerir pautas: por meio do sistema de comunicação interna (Sharepoint), ou via BP de Comunicação ou, ainda, via e-mail para a equipe de CI.


Fluxo de solicitação de demanda: Item 5.7

5.4 Multi App do Campo

Aplicativo corporativo voltado para os colaboradores da operação, divididos em distribuidoras e CPFL Serviços.

- Periodicidade: diário/sob demanda
- Como sugerir pautas: utilize o sistema de comunicação (sharepoint) ou acione o BP de Comunicação para sugerir pautas para as notícias institucionais ou colaborativas. Também é possível enviar via WhatsApp, conhecido como Multi

N.Documento:	Categoria:	Versão:	Aprovado por:	Data Publicação:	Página:
16716	Procedimento	1.02	Gabriela Infanger	31/07/2020	6 de 14

	Tipo de Documento: Norma Administrativa
	Área de Aplicação: Grupo CPFL Energia
	Título do Documento: Diretrizes de Comunicação Interna

Watts, que é uma linha direta dos colaboradores de Campo com a Comunicação Interna ((19) 9 974 7162).

Fluxo de solicitação de demanda: Item 5.7

5.5 Canal Executivo

E-mail corporativo voltado para os líderes* com informações exclusivas para eles, de cunho confidencial ou para disseminação face a face com suas equipes. Atua como apoio às ações estratégicas da Empresa, gestão de pessoas e às campanhas internas de comunicação que demandam engajamento e/ou chamada dos colaboradores para alguma ação, considerando que os líderes são nossos principais porta-vozes.

- Periodicidade: sob demanda
- Como sugerir pautas: como ferramenta de apoio, as pautas são sugeridas e direcionadas para este canal, pela equipe de CI de acordo com soluções estratégicas de comunicação.

Para o envio dos e-mails, utilizamos como **mailings oficiais de líderes** os subgrupos: Executivos Holding e Controladas, Diretores CPFL, Gerentes CPFL, Líderes Renováveis, Líderes e Coordenadores CPFL (**este último com ajuda da área de Serviços Compartilhados para saneamento mensal da base de endereços de e-mail**).

A solicitação da inclusão de contatos nos grupos de e-mail deve ser feita a partir do Sistema de Demandas de Comunicação (formulário Sharepoint), que pode ser encontrado no Portal Multi, no menu Fale Com a Gente > Sistema de Demandas de Comunicação. Ou, ainda, acione o BP de Comunicação.


*Consideramos líderes os colaboradores que ocupam cargos de coordenação/supervisão acima, ou seja, que fazem gestão de pessoas.

Importante: a informação sobre a segmentação dos mailings de líderes não são gestão da Comunicação Interna. Desta forma, a área parceira solicitante, na grande maioria das vezes o RH, precisa repassar a listagem para envio.

5.6 Watts

WhatsApp corporativo de mensagens enviadas para os líderes* (via seus celulares corporativos) com informações que devem ser lembradas ou desdobradas para a equipe. Atua como apoio às ações estratégicas da Empresa, gestão de pessoas e às

N.Documento:	Categoria:	Versão:	Aprovado por:	Data Publicação:	Página:
16716	Procedimento	1.02	Gabriela Infanger	31/07/2020	7 de 14

	Tipo de Documento: Norma Administrativa
	Área de Aplicação: Grupo CPFL Energia
	Título do Documento: Diretrizes de Comunicação Interna

campanhas internas de comunicação, incluindo importantes lembretes sobre os temas em pauta.

- Periodicidade: sob demanda
- Como sugerir pautas: como ferramenta de apoio, as pautas são sugeridas e direcionadas para este canal, pela equipe de CI, de acordo com soluções estratégicas de comunicação.
- Como solicitar inclusão de contatos na lista de transmissão: abra uma demanda no Sistema de Comunicação informando **o nome, número do celular corporativo, cargo e localidade do líder que deve ser incluído, ou diretamente pelo número de celular do Watts ((19)- 9 974 7162).**

*Consideramos líderes os colaboradores que ocupam cargos de coordenação/supervisão e cargos acima, ou seja, que fazem gestão de pessoas.


5.7 Fluxo de tratativas dos Canais Multi



Notas de Falecimento

Os comunicados sobre o falecimento de colaboradores, em decorrência de fatalidades que não estejam relacionadas ao ambiente ou atividade profissionais, **deverão ser realizadas pelo líder direto do colaborador falecido**, presencialmente (se possível), ou pelo seu e-mail nominal apenas para a equipe ou diretoria do colaborador em

N.Documento:	Categoria:	Versão:	Aprovado por:	Data Publicação:	Página:
16716	Procedimento	1.02	Gabriela Infanger	31/07/2020	8 de 14

	Tipo de Documento: Norma Administrativa
	Área de Aplicação: Grupo CPFL Energia
	Título do Documento: Diretrizes de Comunicação Interna

questão. A área de Comunicação Interna estará sempre à disposição para a construção destes conteúdos, de acordo com a linguagem do Grupo CPFL, por meio de solicitações diretas para a área, via BP de Comunicação ou via e-mail para o time de CI (considerando a urgência do tema).

Caso o falecimento esteja relacionado ao ambiente ou atividade profissionais do colaborador, o caso será analisado pelo time de Comunicação Interna, em linha com os times de Saúde e Segurança, Jurídico, de Relações Trabalhistas e Integridade (se necessário) para a definição da real necessidade, melhor formato e canal para a divulgação da ocorrência internamente.

Priorização de demandas

Cabe ao time de Comunicação Interna estabelecer a priorização de demandas, de acordo com a estratégia de negócios, prazos e o planejamento das demais demandas informativas e de endomarketing do período em questão.

6 DOCUMENTOS APLICÁVEIS


Principais documentos e regulamentações relacionados com este procedimento:

- Diretrizes de Governança Corporativa do Grupo CPFL Energia;
- Diretrizes de Segurança da Informação do Grupo CPFL energia;
- Políticas Internas;
- Manual de Identidade da Marca;
- Manual de Marcas Internas;
- Tom de voz e identidade visual Internos.

7 CONTROLE E REGISTROS

Identificação	Responsável	Armazenamento	Proteção	Tempo de Retenção	Descarte
Agenda Anual de Comunicação Interna	Coordenação de Comunicação Interna	Rede da Coordenação de Comunicação Interna	Restrição de acesso por login e senha	2 anos	Deletar
Briefing	Coordenação de Comunicação Interna	Sistema de demandas (sharepoint e Cortex)	Restrição de acesso por login e senha	2 anos	Deletar
Demanda Programada	Coordenação de	Rede da Coordenação de	Restrição de acesso	2 anos	Deletar

N.Documento:	Categoria:	Versão:	Aprovado por:	Data Publicação:	Página:
16716	Procedimento	1.02	Gabriela Infanger	31/07/2020	9 de 14

	Tipo de Documento: Norma Administrativa
	Área de Aplicação: Grupo CPFL Energia
	Título do Documento: Diretrizes de Comunicação Interna

	Comunicação Interna	Comunicação Interna	por login e senha		
Nova Demanda	Coordenação de Comunicação Interna	Sistema de demandas (sharepoint e Cortex)	Restrição de acesso por login e senha	2 anos	Deletar
Demanda Pontual	Coordenação de Comunicação Interna	Sistema de demandas (sharepoint e Cortex)	Restrição de acesso por login e senha	2 anos	Deletar

8 REGISTROS E ALTERAÇÕES

Segunda versão do procedimento. A Diretoria de Comunicação Empresarial se compromete a revisá-lo sempre que houver alteração de direcionadores estratégicos e, sistematicamente, em ciclos de até dois anos, a partir da sua data de publicação.

9 ANEXOS

- Anexo I – Modelo Oficial da **Agenda Anual de Comunicação Interna**;


JAN	FEV	MAR	ABR	MAI	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ		
Lançamento★		>> Sustentação Nova Missão, Visão e Valores Grupo CPFL >> CPM PVI											
Revitalização PAP Dia da Reflexão Sobre Segurança PVI	Revitalização Programa Fale Comigo PVI			SIPATS 2018 (?) CPM★ Maio Amarelo CPM		Dia da Reflexão Sobre Segurança CPM★			Outubro Rosa Novembro Azul CPM		Dia de Combate à AIDS CPM		
>> Nova Edição Chega de Choque >> CPM CRC													
★ Lançamento PE 2019-2023 CPM		>> Gestão de Performance 2019 >> CPM CRC											
>> Ações de Sustentação Nova Universidade CPFL >> CPM ADC PVI													
>> Apresentação Periódica de Resultados Grupo CPFL >> CPM CRC													
>> CPFL Inova >> PVI		>> Ideias Inovação >> COM-PVI		>> Colaborador-Cliente >> PVI			Dia do Cliente	Dia do Atendente CRC	Horário de Verão				
>> Digitalização do Atendimento CPFL Soluções IASC/ABRADEE>> PVI							CITEENL★	Semana de Inovação★					
Família Energia >> CPM CRP	Dia da Mulher			Dia das Mães		Portas Abertas★	Dia dos Pais	Dia do Gaúcho RS	Dia das Crianças	Homenageados	Dia de Família Festas★		
Agrupamento RGE CPM★ Revisão Integração Novos Colaboradores CPM	Prêmio Operações Reguladas★			Carreira Y/W ADC			Programa de Estágio 2019 ADC	Dia Eletricista CRP	107 anos do Grupo CPFL CRP		Plano Verão CRP Dia Agente Comerc. CRP		
Pesquisa de Clima GPTW													
Indicadores CI	Mural Digital Operação Reforço MultiApp			>> Consolidação Novos Canais Internos >> PVI				Pesquisa CI					
				Segurança da Informação	>> Programa de Integridade >> CPM CRC PVI						Dia da Integridade★		
Relatório de Sustentabilidade 2018 CRP CPM PVI				>> Programas Instituto CPFL >> CRC PVI									

- Anexo II – Modelo Oficial de **Briefing de Novas Demandas / Demandas Programadas**;

Área demandante:

Nome da Campanha/Projeto/Evento:

N.Documento:	Categoria:	Versão:	Aprovado por:	Data Publicação:	Página:
16716	Procedimento	1.02	Gabriela Infanger	31/07/2020	10 de 14

	Tipo de Documento: Norma Administrativa
	Área de Aplicação: Grupo CPFL Energia
	Título do Documento: Diretrizes de Comunicação Interna

Nível:

Coordenações envolvidas:

Budget estimado:

Data do briefing:

Data sugerida da entrega da estratégia:

Data sugerida da entrega dos materiais:

Data ativação:

BRIEFING DE INÍCIO DE TRABALHO Campanhas

CONTEXTUALIZAÇÃO/HISTÓRICO

PÚBLICO-ALVO

(Se necessário, mencionar idade, escolaridade, gênero, localidade, particularidades. Existe algum público mais crítico?)

OBJETIVO


(Qual é o objetivo específico dessa demanda? Qual a mudança a ser alcançada?)

OPORTUNIDADES QUE FACILITEM A OBTENÇÃO DO(S) OBJETIVO(S)

(A qual Valor CPFL está ligado? Está relacionada a alguma diretriz do Planejamento Estratégico atual? É possível aliar a alguma outra estratégia/ação/campanha de comunicação? Temos algum link com algo que já fizemos e que possamos reforçar? Existe a oportunidade de trabalhar em sinergia com outras áreas ou projetos?)

EXISTEM ESPECIFICIDADES OU OPORTUNIDADES ESPECÍFICAS PARA A RGE / REGIÃO SUL?

N.Documento:	Categoria:	Versão:	Aprovado por:	Data Publicação:	Página:
16716	Procedimento	1.02	Gabriela Infanger	31/07/2020	11 de 14

	Tipo de Documento: Norma Administrativa
	Área de Aplicação: Grupo CPFL Energia
	Título do Documento: Diretrizes de Comunicação Interna

(Há alguma mensagem-chave ou público específico a serem considerados para a divulgação na região Sul? Algum cuidado ou fator crítico específico da RGE a ser considerado? O tema é mais novo ou antigo para o público desta localidade? A questão de diferenças de marcas (CPFL / RGE) é um ponto relevante para esta entrega? e etc.)

HÁ ALGO QUE ATRAPALHE A COMUNICAÇÃO?

(Há algum risco para o negócio? A divulgação pode ser distribuída entre os ambientes interno e externo? Concorre com alguma outra ação/campanha? Será realizada em algum período crítico? Pressupõe alguma dificuldade de acesso a locais, conteúdo/ativações?)

PEÇAS/MÍDIAS PADRÃO

(O que não pode faltar? E por quê?)

EXISTE MATERIAL DE REFERÊNCIA?

(Indicar o caminho da rede ou anexar)

HÁ ALGUMA OBRIGATORIEDADE?


(Necessidade de uso de alguma logomarca, cor, imagem específicas?)

SOBRE A CAMPANHA/PROJETO/EVENTO

- Nome (tema) e posicionamento atual
- Qual a estratégia da área que guia a campanha/projeto/evento?
- Quais as mensagens principais para o público-alvo?

COMO MENSURAR O SUCESSO?

N.Documento:	Categoria:	Versão:	Aprovado por:	Data Publicação:	Página:
16716	Procedimento	1.02	Gabriela Infanger	31/07/2020	12 de 14

	Tipo de Documento: Norma Administrativa
	Área de Aplicação: Grupo CPFL Energia
	Título do Documento: Diretrizes de Comunicação Interna

Métricas/KPI's de Comunicação – dados de acesso, interação e engajamento, em nossos canais internos e externos, além dos níveis de participação e satisfação nos eventos internos e externos, quando houver.

Métricas/KPI's de Comunicação da Área – de preferência dados que apenas a área parceira possa nos prover, por exemplo, número de doadores a serem alcançados, mudança de comportamento a ser identificada, ações a serem tomadas posteriormente, entre outros.

N.Documento:	Categoria:	Versão:	Aprovado por:	Data Publicação:	Página:
16716	Procedimento	1.02	Gabriela Infanger	31/07/2020	13 de 14

Procedimento
Comunicação Empresarial
Diretrizes de Comunicação Interna