

Novas Técnicas e Estratégias Aplicadas à

COMUNICAÇÃO INTERNA

Tornando-a Peça-Chave no Planejamento Estratégico
e na Obtenção dos Resultados para a Empresa

14 e 15 de junho de 1999 - Caesar Park Hotel - São Paulo

Saiba comunicar-se com seus colaboradores fazendo um **planejamento estratégico** de comunicação interna.

A comunicação como fator de sucesso para as empresas no próximo milênio.

- Saiba como as empresas estão preparando seus funcionários para **atender seus clientes externos** através de ferramentas da comunicação interna
- Aprenda a gerenciar a **comunicação interna em momentos de crise**
- Avalie o grau de aplicabilidade e os **benefícios da intranet** na transmissão de informações em tempo real às diversas áreas da empresa
- Avalie o **papel estratégico da comunicação** dentro da empresa em relação às áreas estratégicas como marketing e vendas
- Quantifique o retorno que alguns canais de comunicação interna geram para a empresa através de **indicadores de resultados**
- Assista ao **case study da Ford** sobre o processo de comunicação interna aplicado em função da demissão de 2.800 funcionários

Participe e beneficie-se das melhores práticas e estudos de caso das empresas:

BAYER • RODHIA • UNICSUL • ABERJE • SABESP • COCA-COLA • XEROX DO BRASIL
LVBA COMUNICAÇÃO • FORD • BRASMOTOR • PETROBRAS • TELECENTROSUL

WORKSHOPS PRÁTICOS E INTERATIVOS PÓS-CONFERÊNCIA - 16 DE JUNHO DE 1999

WORKSHOP I

PREVENÇÃO E GERENCIAMENTO DE CRISES UTILIZANDO ESTRATÉGIAS DE COMUNICAÇÃO

*Como assegurar a imagem empresarial frente
aos riscos de crises institucionais e de produtos*

Liderado por: MERCEDES-BENZ

WORKSHOP II

MELHORANDO O DESEMPENHO DA COMUNICAÇÃO INTERNA ATRAVÉS DA VALORIZAÇÃO DO FATOR HUMANO COMO DIFERENCIAL COMPETITIVO

Liderado por: AMAURI BELEZA MARCHESE

Organização:



INTERNATIONAL BUSINESS COMMUNICATIONS
"Investing Business with Knowledge"

Apoio:



Associação Brasileira de Marketing & Negócios

NOVAS TÉCNICAS E FERRAMENTAS DE COMUNICAÇÃO INTERNA

Segunda-feira, 14 de junho de 1999

08h30 Welcome Coffee, Recepção dos Participantes, Entrega de Credenciais e Documentação

09h00 Abertura Oficial da Conferência

Dr. Ruy Altenfelder

PRESIDENTE DA ABERJE E DIRETOR DO INSTITUTO ROBERTO SIMONSEN (FIESP)

"A Comunicação do Próximo Milênio - Comunicação Interna Como Fator de Sucesso para as Empresas"

Presidente de Mesa

Paulo Genestreti

Coordenador da Habilitação Propaganda e Professor da Cadeira de Redação Publicitária do Curso de Comunicação Social

UNICSUL

Jurado do Prêmio Nacional Aberje

09h20 **Tornando a Comunicação Interna Mais Eficaz Através da Conscientização dos Funcionários sobre as Metas e Visões da Organização**

- Provocar comprometimento através de um canal de comunicação mais efetivo entre funcionário x empresa
- Gerar mecanismos para estimular essa visão e a maior participação dos funcionários nos acontecimentos da empresa
- Como motivar seus empregados a participar dos processos de comunicação

Paulo Genestreti

Coordenador da Habilitação Propaganda e Professor da Cadeira de Redação Publicitária do Curso de Comunicação Social

UNICSUL

Jurado do Prêmio Nacional Aberje

10h30 Coffee break

10h50 **Definindo o Papel Fundamental que a Comunicação Interna Pode Exercer na Comunicação Externa da Empresa**

- Checando o grau de informação que o funcionário detém como via de retorno das ações internas e externas da empresa
- O funcionário como peça fundamental para a transmissão de uma imagem positiva da empresa
- Como a empresa está preparando seus funcionários para atender aos clientes externos

Diomedes Ferreira Jr.

Assessor de Imprensa

BAYER

12h00 **A Comunicação Interna e seu Papel em Momentos de Crise: Atitudes para Garantir o Sucesso na Prevenção dessas Crises**

- O que é uma crise?
- Regras para administrar a comunicação de uma crise
- Gerenciando a prevenção de crises

Plínio de Souza Carvalho

Gerente de Comunicação Social

RODIA

13h10 Almoço

14h20 **Avaliando a Eficácia da Comunicação Via Intranet - Qual o Grau de Aplicabilidade Dessa Ferramenta na Transmissão das Informações às Diversas Áreas da Empresa?**

- Revendo os valores culturais da empresa para obter maior valor agregado na utilização da Intranet e tirar maior proveito dos recursos que ela dispõe
- Aspectos que devem ser considerados quando se trata de informações à distância
- Melhorando o fluxo de informações em tempo real
- Saber decodificar de forma correta as informações que chegam evitando falsas interpretações
- Sociabilização x tecnologia - Duas aliadas para manter a comunicação eficaz

Márcio Riscala

Gerente de Comunicação Social

SABESP

15h30 **Treinando Gerentes e Líderes para Serem os Disseminadores da Comunicação Interna na Empresa - A Comunicação Gerencial que Assegura o Alinhamento das Ações das Pessoas com Foco nos Resultados de Negócios**

- Desenvolver competências gerenciais para transformar líderes em formadores de opinião
- Aprimorar a comunicação gerencial para a gestão do ambiente organizacional visando a disseminação de culturas e valores
- Envolver o corpo gerencial nos processos de comunicação interna

Joaquim Rocha

Gerente de Desenvolvimento e Recursos Humanos

COCA-COLA INDÚSTRIAS

16h40 Coffee break

17h00 **Dimensionando o Peso da Área de Comunicação Dentro da Empresa em Relação às Áreas Estratégicas como Marketing e Vendas - Justificando o Retorno que ela Proporciona e seus Benefícios**

- O papel estratégico da comunicação
- Resultados Qualitativos
- Resultados Quantitativos
- Avaliação de um plano de comunicação funcional
- Comunicação Integrada - Marketing x Vendas x Comunicação

Heraldo Carneiro

Chefe de Planejamento e Pesquisa de Comunicação

PETROBRAS

18h10 Encerramento do primeiro dia da conferência

Terça-feira, 15 de junho de 1999

08h30 Recepção dos Participantes e Welcome Coffee

09h00 Abertura da Conferência pelo Presidente de Mesa

Paulo Genestreti

Coordenador da Habilitação Propaganda e Professor da Cadeira de Redação Publicitária do Curso de Comunicação Social

UNICSUL

Jurado do Prêmio Nacional Aberje

09h10 **Utilizando a Comunicação como Elemento Integrador na Conquista de Objetivos Comuns com a Área de RH - Unindo Forças**

- Mudando a imagem da área de RH junto aos colaboradores
- Benefícios que o RH pode gerar para a empresa - Trabalhando as imagens negativas, esclarecendo e envolvendo a todos, tornando a empresa mais transparente
- Programas de melhorias e campanhas internas - Incorporando atitudes participativas através do acesso à informações
- Melhorando a interface entre os departamentos - Instrumentos e linguagem

Maria Cristina Sanches Amorim

Consultora nas áreas de Comunicação, Saúde e Meio Ambiente Docente do Curso de Pós-Graduação em Administração, Membro do Núcleo de Estudos de Comunicação e Negociação

PUC-SP

10h10 Coffee break

10h30 **Como Otimizar o Retorno do Investimento em Tecnologias e Serviços Terceirizados para Ações de Comunicação Interna**

- Custo x Benefício do capital investido
- Reduzindo custos
- Novas possibilidades

Gisele Lorenzetti

Diretora de Atendimento e Sócia

LVBA COMUNICAÇÃO

11h40 **Gerenciando Melhor o Fluxo de Informações Partindo do Cliente Interno para o Cliente Externo**

- Identificando pontos de controle - Monitorando as informações
- Informações Circunstanciais
- Informações Essenciais
- Como planejar estrategicamente a comunicação
- Marketing de Relacionamento Externo

Marilene Lopes

Gerente de Comunicação Corporativa e Relações com a Imprensa

XEROX DO BRASIL

12h50 Almoço

14h20 **Medindo Resultados que os Canais de Comunicação Interna Geram para a Empresa - Garantindo o Retorno da Comunicação Dirigida**

- Quantificando o retorno - Superando resistências, barreiras e incertezas
- Indicadores de Resultados mais adequados para medir o retorno do jornal interno
- Mural/Quadro de Aviso - Qual o impacto desses veículos para os empregados
- Até que ponto se consegue medir esse retorno - Quando condições para fazer essa mensuração
- Avaliando a eficácia de cada veículo e determinando um percentual para esse retorno tornando os resultados mais tangíveis
- Analisando o grau cultural dos públicos que se deseja atingir

João Francisco Rached de Oliveira

Diretor de RH

TELECENTROSUL

15h30 **Adequando a Comunicação Interna às Necessidades Estratégicas das Relações Trabalhistas na Indústria Automobilística**

- Um breve histórico das relações trabalhistas e sindicais na Ford
- A Interdependência da Comunicação Interna com a área de Recursos Humanos
- Aplicando e comparando experiências e técnicas de comunicação interna na Ford Mundial e Modelos da Ford EUA
- Resultados Alcançados
- Case do processo de comunicação interna aplicado em função da demissão de 2.800 funcionários em dezembro/98

Gilson C. dos Santos Filho

Supervisor de Comunicação Interna

FORD ARGENTINA - BRASIL

16h40 Coffee break

17h00 **Endomarketing como Ferramenta Estratégica para Fortalecer a Imagem Institucional da Empresa a Partir do Público Interno**

- Satisfazer o público interno antes de satisfazer o externo
- Tornar os funcionários parceiros da empresa
- Fatores que determinam a eficácia de um esforço de Endomarketing
- A comunicação interna como agente do processo de gestão do Endomarketing
- Os sucessos obtidos com alguns instrumentos de Endomarketing - Resultados que podem ser alcançados

Rodolfo Guttilla

Assessor Corporativo de Comunicação Social

BRASMOTOR S/A

18h10 Encerramento da conferência e recebimento de certificados

Mais de 100 Empresas Participaram dos Nossos Eventos Sobre Comunicação Interna

Veja os Depoimentos de Profissionais da Área de Comunicação que Prestigiaram esse Encontro no Ano Passado:

"Motivadora, esclarecedora e até mesmo inovadora dando idéias para implantação em nossas empresas"

Elaine Granado Gonçalves Turrini - Analista de Informações de Vendas

GESSY LEVER

"Em termos de comunicação com o público interno, possibilitou-me nivelamento com o cenário nacional, com destacada sinergia na troca de informações das respectivas empresas"

João Mario de Brito

Analista de Recursos Humanos e Comunicação Interna

CIA VALE DO RIO DOCE

"Os palestrantes eram bons, tivemos informações sobre muitos 'cases' interessantes e acesso à muita informação que pode ser aproveitada em nossa empresa"

Rogéria Gomes - Jornalista

ARACRUZ CELULOSE

Através de pesquisa realizada recentemente pela IBC, constatamos que 85% das empresas brasileiras buscam novas formas de comunicar-se com seu público interno e ferramentas que mensurem os resultados dessa comunicação.

Como determinar o melhor desempenho dos funcionários, a partir de ações de comunicação interna, mantê-los esclarecidos quanto aos objetivos da empresa e gerar cumplicidade são alguns dos desafios das empresas.

A IBC convidou para este evento, profissionais conceituados e de grande experiência que vão apresentar aplicações práticas de como prevenir-se e gerenciar a comunicação em momentos de crise. Aprimorar a utilização da Intranet como ferramenta de comunicação, capaz de transmitir informações em tempo real, desenvolver competências gerenciais para transformar líderes em formadores de opinião, otimizar e mensurar o retorno do investimento em tecnologias e serviços terceirizados de comunicação interna.

Se você precisar de maiores informações quanto ao conteúdo da conferência, favor contatar Márcia Rodrigues no tel: (011) 257-5331 ramal 266 ou via e-mail: marcia.rodrigues@ibcbrasil.com.br

VEJA QUEM JÁ PARTICIPOU

Confira algumas das empresas que já se beneficiaram de nossas conferências na área de comunicação interna. Agora é sua vez de agregar ao seu negócio, novas idéias e ferramentas eficazes para aprimorar seu desempenho empresarial. Saia à frente de sua concorrência e não perca a oportunidade de juntar-se a este rol de empresas.

Estiveram com a IBC:

**CHESF • BANCO DO BRASIL • LIGHT • GESSY LEVER
CIA VALE DO RIO DOCE • INEPAR • BASF • UNIBANCO
ELETRONORTE • COMGÁS • FUNDAÇÃO PETROS
TELEMIG CELULAR • FORD • UNISYS • ICATU HARTFORD
ARACRUZ CELULOSE • SANTA MARINA
AVON COSMÉTICOS • EDITORA GLOBO • EUCATEX**

WORKSHOP I**Prevenção e Gerenciamento de Crises Utilizando Estratégias de Comunicação**

Como Assegurar a Imagem Empresarial Frente aos Riscos de Crises Institucionais e de Produtos

Objetivo/ Benefícios

- Apresentar conceitos sobre a administração de uma crise, através do debate de técnicas e ferramentas
- Oferecer aos participantes uma visão sistêmica sobre o papel da comunicação na defesa da imagem da empresa
- Apresentação de exemplos práticos

Conteúdo

- Detalhando quais critérios devem ser considerados para definir a postura de comunicação da empresa frente a uma crise
- Como lidar com os públicos externos e internos na garantia de imagem da organização visando as crescentes exigências da sociedade sobre o papel das organizações
- A construção de imagem como instrumento de prevenção de crises
- Case MERCEDES-BENZ: mostrando como a empresa defende a imagem da qualidade de seus produtos

Líder do Workshop:

André Senador

Gerente de Comunicação Corporativa

MERCEDES-BENZ

Atua desde março/97 na gerência de comunicação corporativa da MERCEDES-BENZ sendo responsável por 4 blocos principais de atividades: relações com a imprensa, comunicação interna, relações públicas e propaganda institucional. Trabalhou por 10 anos na BASF onde desempenhou as funções de Assessor de Imprensa, Chefe de Assessoria de Imprensa, Relações Públicas e Eventos, Comunicação Interna e Gerente de Comunicação Social para o Mercosul.

08h45	Entrega de material de apoio e café de boas vindas
09h00	Início
10h45	Intervalo para coffee break
12h45	Encerramento da apresentação e entrega de certificados

Será servido um almoço aos participantes e líderes dos dois workshops

DOCUMENTAÇÃO

A IBC do Brasil está colocando à venda, a documentação completa de suas conferências, com todo o material fornecido pelos palestrantes. É claro que nada se compara em assistir à conferência mas, se você realmente não pode comparecer... esta é a melhor opção para atualizar-se. Temos disponíveis em nosso escritório a documentação dos seguintes eventos:

- ☐ **Gerenciamento de Crise '97**
- ☐ **Indicadores de Desempenho - Ago/98**
- ☐ **Remuneração Estratégica - Fev/99**
- ☐ **Controle e Redução de Custos do Benefício Plano de Saúde - Fev/99**

Para adquirir essas documentações ou obter informações sobre todos os materiais disponíveis em nosso escritório, ligue para a nossa Central de Atendimento (011) 257-5331. Você estará se beneficiando dessas informações em poucos dias!!

BENCHMARKING

Você estará no lugar certo, com as pessoas certas! Uma oportunidade imperdível de fazer networking com os participantes e palestrantes do evento - Venha conhecer como as empresas estão trabalhando sua comunicação interna.

MELHORE SEU CURRÍCULO

Participando dos eventos da IBC do Brasil, você estará agregando conhecimentos de alto valor para a sua carreira. Além de desfrutar de um ambiente favorável para futuros negócios, você leva para casa um certificado de participação que validará sua experiência profissional.

WORKSHOP II**Melhorando o Desempenho da Comunicação Interna Através da Valorização do Fator Humano como Diferencial Competitivo****Objetivo**

Para a comunicação interna funcionar de forma mais eficaz, é fundamental tratar do fator humano. Assim, é possível superar as barreiras da transmissão de informação de uma forma rápida e correta. Este workshop intensivo possibilitará aos participantes, visualizarem estratégias e técnicas para transformar a comunicação interna através de um enfoque no fator humano. Mostrará a importância do comunicador na consecução dos objetivos da organização e da conscientização do papel do comunicador na busca por uma nova cultura de comunicação.

Benefícios

Os participantes levarão para suas empresas:

- Uma visão realista do significado da comunicação para a empresa
- Questionamentos e soluções para melhorias
- Uma orientação para a definição de uma política de comunicação adequada aos objetivos da empresa em que atua

Metodologia

Exposição e discussão dos temas, apresentação de um vídeo e realização de exercícios interativos em grupo. O palestrante terá tempo amplo para responder às perguntas dos participantes, e oferecer soluções customizadas.

Conteúdo

- Um sistema chamado comunicação
- Explicando o sistema da comunicação empresarial
- A comunicação no atual contexto empresarial: quando o mundo muda a comunicação muda
- Panorama da comunicação nas últimas três décadas
- Principais mudanças globais na passagem do século
- A comunicação e o sistema empresarial: área estratégica de resultados
- Comunicação como poder nas organizações
- Valores políticos que norteiam a comunicação empresarial
- Imagem institucional
- A comunicação como estratégia empresarial

Endomarketing

- Uma nova filosofia de administração e seu impacto na comunicação interna
- Pré-requisitos para a implantação da filosofia do Endomarketing
- Discurso e Ação: diminuindo a dissonância
- A empresa voltada para o mercado
- O fator humano como diferencial competitivo
- A comunicação e a liderança
- O ser humano agregando valor para a empresa
- Desenvolvendo as habilidades de comunicação
- Perspectivas futuras

Líder do Workshop:

Amauri Beleza Marchese

É graduado em Jornalismo e Relações Públicas pela Faculdade de Comunicação Social Cáser Libero. Trabalha há 25 anos na área de comunicação, exercendo as mais diversas funções. Foi presidente da Aberje - Associação Brasileira de Comunicação Empresarial de 84 a 89 e diretor executivo de 90 e 98. Hoje, integra o Conselho Consultivo da Entidade. É coordenador dos cursos de Comunicação Empresarial da ESPM, atuando como professor nas seguintes disciplinas: Comunicação com o público interno, introdução à comunicação, comunicação institucional e eventos empresariais. Atua também como consultor de empresas onde, desenvolve trabalhos em empresas nacionais e multinacionais com ênfase em comunicação interna.

13h45	Entrega de material de apoio e café de boas vindas
14h00	Início
15h45	Intervalo para coffee break
17h45	Encerramento da apresentação e entrega de certificados

EVITE FRACASSOS ATRAVÉS DE ESTRATÉGIAS VENCEDORAS DE COMUNICAÇÃO INTERNA

14 e 15 de junho de 1999 - Caesar Park Hotel - São Paulo

Caro (a) Executivo (a),

Apesar de boas tentativas, a comunicação interna, frequentemente é falha em seus propósitos de disseminar as informações rapidamente e de forma eficiente para transformar a informação em comunicação. Será que as empresas estão conseguindo se comunicar com seus empregados? Fazer acontecer a comunicação dentro da organização é um dos grandes desafios das corporações.

Segundo pesquisa realizada pela IBC do Brasil com empresas dos setores automotivo, alimentício, químico, financeiro, foi possível identificar as reais necessidades das empresas. O resultado de nosso estudo mostrou que 85% delas estão buscando formas mais competentes de se comunicar com seus funcionários e de fazer da comunicação interna uma estratégia na busca por resultados mais tangíveis. Em função dessas dificuldades, a IBC preparou esta conferência com o objetivo de reunir empresas de peso e experts em comunicação que trarão suas experiências bem sucedidas, resultados e novas possibilidades de aplicação da comunicação interna.

Durante 2 dias, você assistirá a 12 palestras e terá a oportunidade única de conhecer as estratégias e técnicas de comunicação interna que as empresas têm utilizado!

Saiba, através da apresentação da **Rodhia**, como obter sucesso no gerenciamento de uma crise e como administrar a comunicação interna em momentos críticos. Mensure o papel estratégico e os resultados que a comunicação interna pode gerar para a empresa através de avaliações qualitativas e quantitativas, apresentadas pela **Petrobras**.

A **Coca-Cola** dimensionará resultados de alguns negócios, gerados por ferramentas utilizadas no desenvolvimento de competências gerenciais que transformaram líderes em formadores de opinião e envolveram o corpo gerencial da empresa nos processos de comunicação interna. Veja ainda, o case da **Ford do Brasil** que vai abordar os resultados positivos e negativos de todo o processo de comunicação interna que eles aplicaram, em função da demissão de 2.800 funcionários em dezembro de 98.

A **Brasmotor** trará ferramentas estratégicas de Endomarketing utilizadas pela empresa no fortalecimento da sua imagem institucional a partir do público interno e os fatores que determinam a eficácia de um esforço de Endomarketing.

Avalie a eficácia e o retorno que os veículos de comunicação interna podem gerar para sua empresa, conhecendo como a **Telecentrosul** traça seus indicadores de resultados e os veículos mais eficientes para cada tipo de público.

Garanta sua participação neste importante encontro. Venha debater as questões mais importantes para a realidade da sua empresa com profissionais atuantes.

Faça sua reserva agora, ligando para **(011) 258-5310** ou envie sua ficha de inscrição pelo **fax toll free 0800 11 4664**.

Esperamos você!



Márcia Rodrigues da Cunha
Conference Manager

P.S.: Assista aos workshops pós-conferência e veja: Como comunicar-se com o público interno e externo em momentos críticos e ainda, como a comunicação pode tornar-se área estratégica na empresa com a valorização do fator humano.

