

CLIENTE: CBH Baía de Guanabara

SERVIÇO: Planejamento de Comunicação Interna

DATA: 06 de junho de 2022

1. APRESENTAÇÃO

A Comunicação Interna deve ser vista como uma área que realiza ações de comunicação dirigidas para o público interno que, no caso do CBH Baía de Guanabara, engloba os membros do Comitê e Subcomitês e os funcionários da AGEVAP que atendem diretamente ao CBH Baía de Guanabara.

O objetivo da área é dar agilidade e facilitar todo o processo de comunicação, troca e compartilhamento de informações, para construir um relacionamento aberto com o público interno, tornando claros e transparentes os objetivos do comitê, alinhando e consolidando as relações entre os membros e funcionários da agência de gestão de águas.

Nesse sentido, este planejamento busca estruturar e implementar canais e ações de comunicação com os públicos que atuam internamente junto ao CBH Baía de Guanabara, mantendo uma comunicação informativa e permanente, em caráter de alinhamento e engajamento.

O Planejamento de Área de Comunicação Interna está vinculado ao Plano de Trabalho de Comunicação do CBH Baía de Guanabara e descreve as atividades a serem desenvolvidas ao longo do período de vigência de contrato, que corresponde aos anos de 2022, 2023 e 2024. O documento contempla as especificidades do trabalho da área, previstas em edital, e as expectativas dos membros do colegiado, compartilhadas durante a etapa de Briefing (Produto 1).

2. DIAGNÓSTICO / CONTEXTUALIZAÇÃO

Nas entrevistas de Briefing com a diretoria do CBH Baía de Guanabara, com representantes da AGEVAP e com membros de cada um dos seis Subcomitês, foram identificados processos sensíveis e não efetivos de comunicação interna. O levantamento de informações revelou que a Comunicação Interna não está estruturada, o que leva os membros a buscarem alternativas informais para veicular as informações sobre o Comitê.

Um dos pontos mais sensíveis é o uso do WhatsApp, que tem sido feito sem planejamento. Existem grupos dos subcomitês, mas eles não estão organizados e os membros não receberam instruções claras de uso, como, por exemplo, desenvolver um debate saudável de opiniões diversas. Essa é uma das queixas mais frequentes dos integrantes dos Subcomitês. Apesar disso, o aplicativo é visto por muitos como uma plataforma eficiente de comunicação interna, já que é de simples operação, está inserido nas rotinas de todos e permite uma rápida divulgação de conteúdos pertinentes às ações do CBH Baía de Guanabara.

A opinião sobre o WhatsApp, apesar de numerosa, não é unânime. Membros dos Subcomitês, principalmente, apontam o e-mail como a melhor ferramenta de divulgação de informações internas, já que também é popular e inserida nas rotinas de todos, além de oferecer organização e categorização das informações, permitindo que o leitor consuma aquela informação em outro momento de forma mais eficiente. Neste ponto, os entrevistados indicaram que o conteúdo esteja organizado em formato Newsletter, com links para o site e sem tráfegar arquivos pesados.

O clipping de notícias foi outro instrumento muito comentado durante o trabalho de escuta do CBH Baía de Guanabara e dos Subcomitês. Em sua maioria, os entrevistados requisitam a ferramenta como uma forma de nivelar as principais informações de todos os Subcomitês entre si e entre o Comitê. Além disso,

permite que todos os integrantes recebam, periodicamente, as notícias mais importantes referentes ao trabalho do CBH Baía de Guanabara.

3. PÚBLICO- ALVO

Membros do CBH Baía de Guanabara e dos Subcomitês.

Equipe AGEVAP que atendente o CBH Baía de Guanabara e Subcomitês.

4. OBJETIVOS

O trabalho de briefing, realizado a partir de análise de documentos, pesquisa e de entrevistas com representantes da diretoria do CBH Baía de Guanabara e dos Subcomitês permitiu a identificação dos objetivos da Comunicação Interna, listados abaixo:

- Estabelecer fluxos organizados de distribuição de comunicação interna para garantir que a informação chegue a todos os interessados.
- Dar visibilidade para as ações realizadas na bacia como um todo, apoiando na disseminação das informações e na integração entre Comitê e Subcomitês.
- Motivar e engajar os membros com relação às ações do CBH Baía de Guanabara.

5. DIRETRIZES E ESTRATÉGIAS

A Comunicação Interna tem três grandes focos de trabalho, sendo a criação e implementação de fluxo de informação dentro do CBH Baía de Guanabara, entre o Comitê e os Subcomitês; a criação e implementação de canais de comunicação internos, focados nesse público; e a realização de eventos estratégicos e campanhas de motivação e engajamento.

Entre 2022 e 2024 a área realizará:

5.1. Canais

E-mail marketing/Comunicados internos

Criação de canal de comunicação estruturado, com envio de e-mails informativos e comunicados internos para membros do Comitê e Subcomitês. Os e-mails seguirão um padrão que será definido e que seguirá o manual de marca do CBH Baía de Guanabara. Esses e-mails não possuem periodicidade definida e serão enviados sempre que necessário para apoiar ações do plano de comunicação ou sob demanda da AGEVAP do Comitê.

Modelos padrões:

- Institucional: para divulgações de informações institucionais do comitê e dos subcomitês.
- Comemorativo/De engajamento: para divulgação de temas relacionados a datas comemorativas e ações de motivação e engajamento.

A ferramenta do **Mailchimp** será utilizada para disparo desses e-mails, assim como para gestão do mailing. O mailing é composto pelos e-mails dos membros do comitê e subcomitês e deverá ser disponibilizado pela AGEVAP. Novos contatos e retirada de contatos deverá ser repassado pela AGEVAP à agência de comunicação. Além disso, o dono do e-mail, ao receber o primeiro comunicado, poderá se descadastrar caso não tenha interesse em receber as informações. O mailing do e-mail marketing é o mesmo do boletim informativo virtual do comitê.

A AGEVAP criou o endereço comunicacao@comitebaiadeguanabara.org.br, a partir da URL do site, para o disparo desses e-mails.

Grupos dos membros do comitê no WhatsApp

O aplicativo de mensagens instantâneas é muito popular. Ele se torna, então, estratégico para o desenvolvimento da comunicação institucional. Ele oferece duas formas de uso que se encaixam nas demandas da comunicação interna

descritas tanto no contrato com a AGEVAP quanto identificadas nas reuniões de briefing.

Grupo fechado “Comunicação CBH Baía de Guanabara”: será criado e administrado pela Prefácio para que comunicados internos e estratégicos sejam enviados aos membros do Comitê e dos Subcomitês que se inscreverem. Por se tratar de um canal fechado, ele não permite interação entre os participantes e nem dos participantes com a Prefácio e seu uso é somente de envio de informações, que serão produzidas de forma que possam ser compartilhadas. Para a criação deste grupo, a Prefácio produzirá uma campanha de divulgação sobre o objetivo do grupo, como ele vai funcionar e estimulando as pessoas a participarem.

Lista de Transmissão: é uma lista em que os membros do Comitê dos Subcomitês manifestam interesse em participar e será administrado pela AGEVAP para envio de informações pertinentes, chamamentos e outros conteúdos urgentes. Neste formato também não é permitida a interação entre os participantes, já que cada um receberá as mensagens de forma individual. A produção do conteúdo para este canal poderá ou não ser feita pela Prefácio, a depender do tipo de informação (interno ou externo).

Dois tipos de materiais poderão ser divulgados pelos canais:

- Comunicação institucional: campanhas de comunicação, informativos e/ou de sensibilização e engajamento, como posts, vídeos, cards, textos e links. Exemplos: boletim do Comitê e dos Subcomitês, revista, campanhas do CBH Baía de Guanabara programadas pela comunicação integrada, posts comemorativos, de acordo com a programação da área de Mídias Digitais.
- Comunicação administrativa: Documentos, comunicados e informes produzidos pela secretaria executiva (AGEVAP).

É importante ressaltar que já existem grupos informais criados de forma orgânica pelos próprios membros do CBH Baía de Guanabara e dos Subcomitês. Não cabe à Prefácio administração ou qualquer tipo de monitoramento.

Clippings de interesse e do CBH Baía de Guanabara

O clipping tem como objetivo munir os membros do Comitê e dos Subcomitês e a equipe AGEVAP que atende ao Comitê de informações sobre assuntos de interesse, relacionados à gestão hídrica e à Região Hidrográfica da Baía de Guanabara, fazendo com que o Comitê e a agência estejam sempre a par dos assuntos pautados pela imprensa.

Trata-se da busca e do monitoramento de notícias relacionadas ao CBH Baía de Guanabara, à Região da Baía de Guanabara e ao sistema de gestão de recursos hídricos e tem dois modelos:

- a) Clipping de interesse: e-mail marketing, em HTML, com as principais notícias do segmento ou relacionadas à conjuntura nacional e regional que impactam ou são relevantes para o comitê, com envio semanal.
- b) Clipping sobre o CBH Baía de Guanabara: e-mail com notícia veiculada na imprensa em que haja citação do CBH Baía de Guanabara. Envio de acordo com a inserção na imprensa captada no monitoramento.

5.2. Eventos estratégicos

Treinamento sobre boas práticas da comunicação

Planejamento e produção de quatro treinamentos sobre comunicação, virtuais, sendo um por ano, sobre boas práticas de comunicação em grupo, conceito de comunicação não-violenta e de criação de ambiente respeitoso de troca de ideias para os membros do comitê e subcomitês. O objetivo é apoiar o Comitê na formação dos membros para a comunicação de forma a valorizar a comunicação e as ações que serão realizadas.

Os treinamentos serão publicados no canal do YouTube do comitê como material não-listado para consulta livre dos membros do CBH Baía de Guanabara e dos Subcomitês.

Workshop Online

O Workshop Online de Posicionamento Estratégico (Produto 3) tem como objetivo levar ao conhecimento da diretoria e membros da Câmara Técnica Consultiva ou GT de Articulação Institucional do comitê as ações desenvolvidas no Plano de Trabalho e aspectos estratégicos da comunicação do CBH Baía de Guanabara. Ele será realizado após a posse da nova diretoria

5.3. Campanhas internas

Realização de três campanhas de comunicação internas de sensibilização e engajamento dos membros com foco em integração, com realização anual (2022, 2023 e 2024), utilizando os canais de comunicação estruturados: e-mail e grupo de WhatsApp. Cada campanha terá um planejamento específico que deverá ser criado após um briefing com a AGEVAP. A primeira campanha deverá ser realizada após a posse da nova diretoria e plenária, com foco na divulgação da importância de se fazer parte do CBH Baía de Guanabara e qual é o papel de cada um para o sucesso dele. As campanhas de 2023 e 2024 serão desenvolvidas para reforçar o é um comitê de bacia, os objetivos do CBH Baía de Guanabara e a importância da participação de todos os membros dentro da organização. Em cada ano, as campanhas vão se apoiar em temas macro sobre meio ambiente e sustentabilidade, a depender da pauta da época.

6. METAS

AÇÃO	MONITORAMENTO	META
E-mail marketing/Comunicação dos internos	Relatório com número de envios, recebimento, taxa de abertura e retorno de erros produzido pela ferramenta Mailchimp.	Taxa de recebimento de 75%, taxa de 50% de abertura e taxa de 5% de clique em cada e-mail

		disparado, com relação ao mailing.
Grupo dos membros do comitê no WhatsApp	Ação rotineira	Implementação do canal.
Clipping de interesse e do CBH Baía de Guanabara	Ação rotineira.	Realização da ação de forma rotineira, conforme planejado.
Eventos estratégicos	Mensuração qualitativa a partir de avaliação dos participantes.	Treinamentos: avaliação positiva (boa ou ótima) de cada evento por 80% dos participantes que responderem a pesquisa de satisfação. Workshop: avaliação positiva (boa ou ótima) de cada evento por 80% dos participantes que responderem a pesquisa de satisfação.
Campanha internas	Mensuração quantitativa.	Uma campanha por ano (2022 / 2023 / 2024)

7. Cronograma (macro)

Ação	Data
Planejamento comunicação interna	06/06/2022
Criação de peça piloto do clipping de notícias do CBH Baía de Guanabara	14/06/2022

Implementação do clipping de notícias, com periodicidade semanal	a partir de 14/06/2022
Criação de clipping de notícias correlatas ao CBH Baía de Guanabara	14/06/2022
Implementação do clipping de notícias correlatas, com periodicidade semanal	17/06/2022
E-mail marketing / comunicados internos	1º/07/2022
Criação do grupo fechado de WhatsApp e Lista de Transmissão	1º/07/2022
Planejamento dos treinamentos	14/07/2022
Publicação dos treinamentos no YouTube	Até 5 dias após a realização dos treinamentos
Planejamento das campanhas internas	1º/08/2022
Eventos estratégicos	Setembro/2022 Março/2023 Agosto/2023 Janeiro/2024
Workshop de Posicionamento Estratégico	Até um mês após a posse da nova diretoria do CBH Baía de Guanabara, prevista para o 2º semestre de 2022

Finalmente, destaca-se que todas as previsões de conteúdo relacionadas neste planejamento podem ser modificadas, a depender de mudanças nos cenários interno e externo. E ainda, que as ações referentes à Comunicação Interna estão alinhadas aos demais planejamentos que compõem o Plano de Trabalho do contrato com a AGEVAP/CBH Baía de Guanabara, mantendo a unidade do discurso e os objetivos centrais da Comunicação Integrada.