The background is a solid yellow color. There are four decorative purple shapes: a triangle in the top-left corner, a rounded rectangle in the top-center, a large rounded rectangle on the left side, and a rounded rectangle in the bottom-center.

Como aumentar o engajamento da sua campanha corporativa: Guia completo

weex

Como aumentar o engajamento da sua campanha corporativa: guia completo

Texto: Maria Helena Bandeira
Hellen Resende

Pesquisa: Miguel Gonzaga

Design: Yan Liszt Ximenes

weex

ÍNDICE



03 Metodologia utilizada

04 Fatores que influenciam o engajamento

06 Métodos práticos para aumentar a participação

10 Dicas extras: Aumentando o engajamento de eventos 100% digitais

12 Realize uma campanha corporativa de forma prática

METODOLOGIA UTILIZADA

Eventos corporativos como a SIPAT – Semana Interna de Prevenção de Acidentes de Trabalho, o Diálogo Diário de Segurança (DDS), os treinamentos, os seminários, as convenções e os workshops são uma excelente estratégia para aumentar o conhecimento dos funcionários, além de proporcionar mais interação e aquele sentimento tão importante de pertencimento entre as equipes.

Alguns desses eventos devem ser promovidos obrigatoriamente nas empresas. Mas para além dessa obrigatoriedade, é importante entender que o investimento em ações como essas também é interessante porque pessoas engajadas, que vestem a camisa, têm sua produtividade aumentada.

Um dos maiores desafios das lideranças, porém, é aumentar o interesse, adesão e engajamento dos trabalhadores nos eventos corporativos. Aqui neste e-book você vai encontrar um guia completo para promover um evento com participação mais alta na sua empresa.

Esse e-book foi baseado em valores reais encontrados de acordo com dados das campanhas realizadas pela Weex. Fatores como o **número de funcionários da empresa, o calendário de eventos, os temas das campanhas, o papel da liderança, a linguagem, o nível de interatividade, a presença ou não de brindes e qual seria o valor e a quantidade ideal desses brindes** foram analisados para identificar quais são as melhores formas de aumentar os dados de **adesão, participação e engajamento**. Algumas das empresas utilizadas para a coleta de dados foram:



FATORES QUE INFLUENCIAM NO ENGAJAMENTO

Antes de se aprofundar nos métodos práticos que você pode adotar para aumentar a adesão no seu evento, é importante entender que em uma campanha corporativa existem alguns fatores que influenciam diretamente as taxas de adesão e participação dos funcionários. Veja só:

Número de funcionários da empresa:

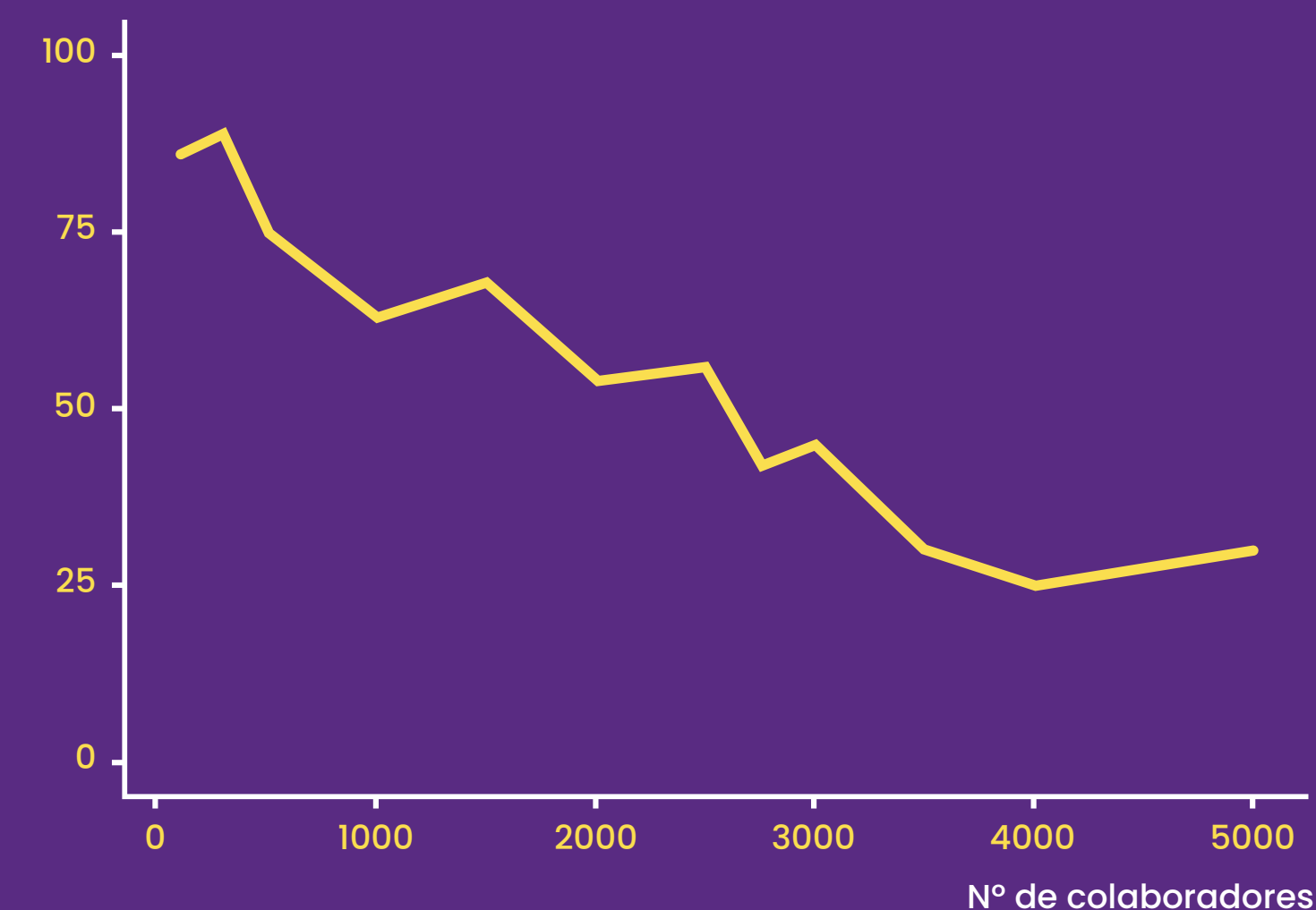
Os dados apontam que quanto maior é o número de trabalhadores na empresa, menor é a porcentagem de adesão dos funcionários a uma campanha corporativa – chega-se a uma diferença de até 60%. A razão disso é a menor conexão entre as equipes e a maior dificuldade de incentivo com o grande volume de pessoas. Se a sua empresa tem uma quantidade alta de funcionários, é muito importante encarregar as lideranças de fazerem uma divulgação mais setorizada em cada equipe – o incentivo durante a rotina de trabalho faz toda a diferença nos resultados.

Calendário sobrecarregado:

Quando o evento é agendado em uma época em que a empresa está realizando muitas outras campanhas e ações, o funcionário fica perdido em meio às divulgações e compromissos e, muitas vezes, acaba não se inscrevendo ou participando de todas as atividades previstas. Os dados mostram que, em média, a adesão pode ser até 31% menor caso estejam acontecendo outros eventos. Ao agendar o seu evento, certifique-se de que não haverá sobrecarga de atividades para os trabalhadores naquele período.

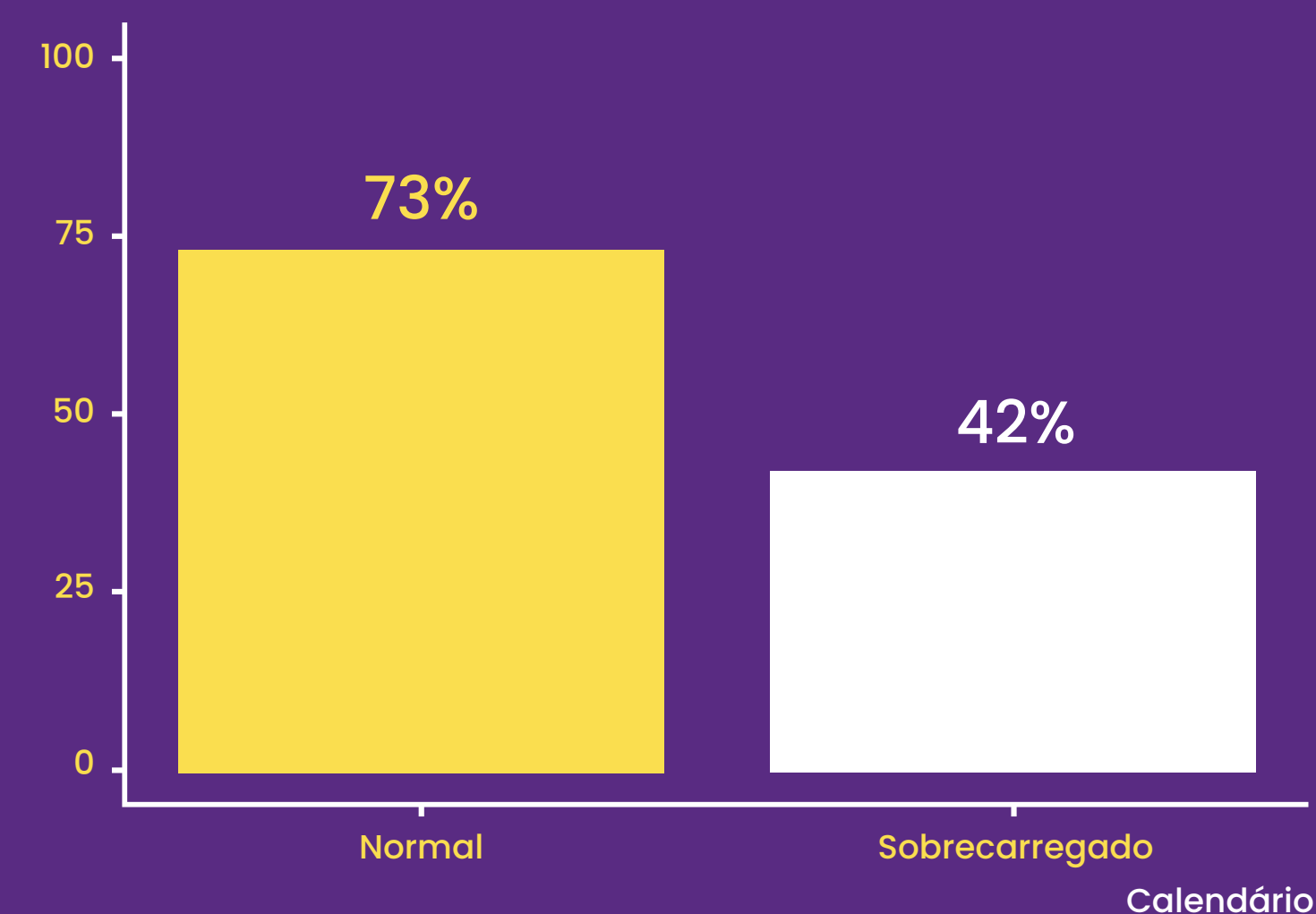
Tamanho da empresa x adesão

Taxa média de adesão (%)



Calendário x adesão

Adesão média (%)





FATORES QUE INFLUENCIAM NO ENGAJAMENTO

Temáticas atrativas ou desinteressantes:

O tema central do evento, assim como os assuntos abordados nas palestras e atividades, são um grande diferencial para a taxa de adesão. Para acertar na escolha do tema, temos duas sugestões:

- 1** Fazer uma boa pesquisa de feedback sobre os eventos anteriores: pergunte sobre os temas que mais gostaram, os que menos foram interessantes e o que os funcionários fariam para melhorar o evento;
- 2** Identifique os principais problemas e questões enfrentados pelos seus funcionários e proponha temáticas que tragam soluções e conforto para esses problemas. Por exemplo: ao notar que a ansiedade é um transtorno que faz parte da vida de muitas pessoas na sua empresa, você pode abordar essa temática, de forma a ajudar essas pessoas a cuidarem da sua saúde mental

Ainda sobre as temáticas, uma sugestão importante é buscar não repetir temas de eventos anteriores. A novidade gera mais expectativa e desejo por participar.

Nível de interatividade do evento:

Um dos principais fatores que interfere no engajamento dos funcionários do evento é o grau de interatividade das ações. Palestras longas que não incentivam a participação ativa dos trabalhadores, por exemplo, tendem a diminuir o interesse das pessoas. É importante inserir boas doses e interatividade no evento. Aposte em atividades em equipe, campanhas gamificadas, stands com ações práticas, palestras que envolvem os participantes, atividades com uso das redes sociais: **seja criativo!**

Linguagem e abordagem:

Você conhece as suas equipes? Sabe qual é a linguagem ideal para comunicar com seu público de forma assertiva? Conhecer profundamente a sua "persona", ou seja, o seu público-alvo, é uma estratégia importantíssima para escolher a abordagem do seu evento. Será que as atividades precisam ser leves ou densas? As pessoas esperam se divertir ou mergulhar em novos conhecimentos? O tom deve ser mais sério ou mais descontraído? Para acertar, é preciso saber com quem você está falando!

Nível de convivência entre funcionários:

Pode parecer que já nos acostumamos com um trabalho 100% digital. Mas a verdade é que o trabalho remoto ainda nos distancia – e muito! E esse distanciamento também gera impacto na adesão e participação dos eventos, mesmo os que são realizados de forma 100% digital. Em empresas em que os funcionários estão totalmente de home office, a interação das equipes com ações e atividades extras são menores. Se esse for o caso do seu estabelecimento, é importante criar boas estratégias de comunicação e divulgação do evento – não só com mensagens e artes compartilhadas, mas especialmente na abordagem direta em reuniões e conversas com as lideranças.



MÉTODOS PRÁTICOS PARA AUMENTAR A PARTICIPAÇÃO

Comunicação:

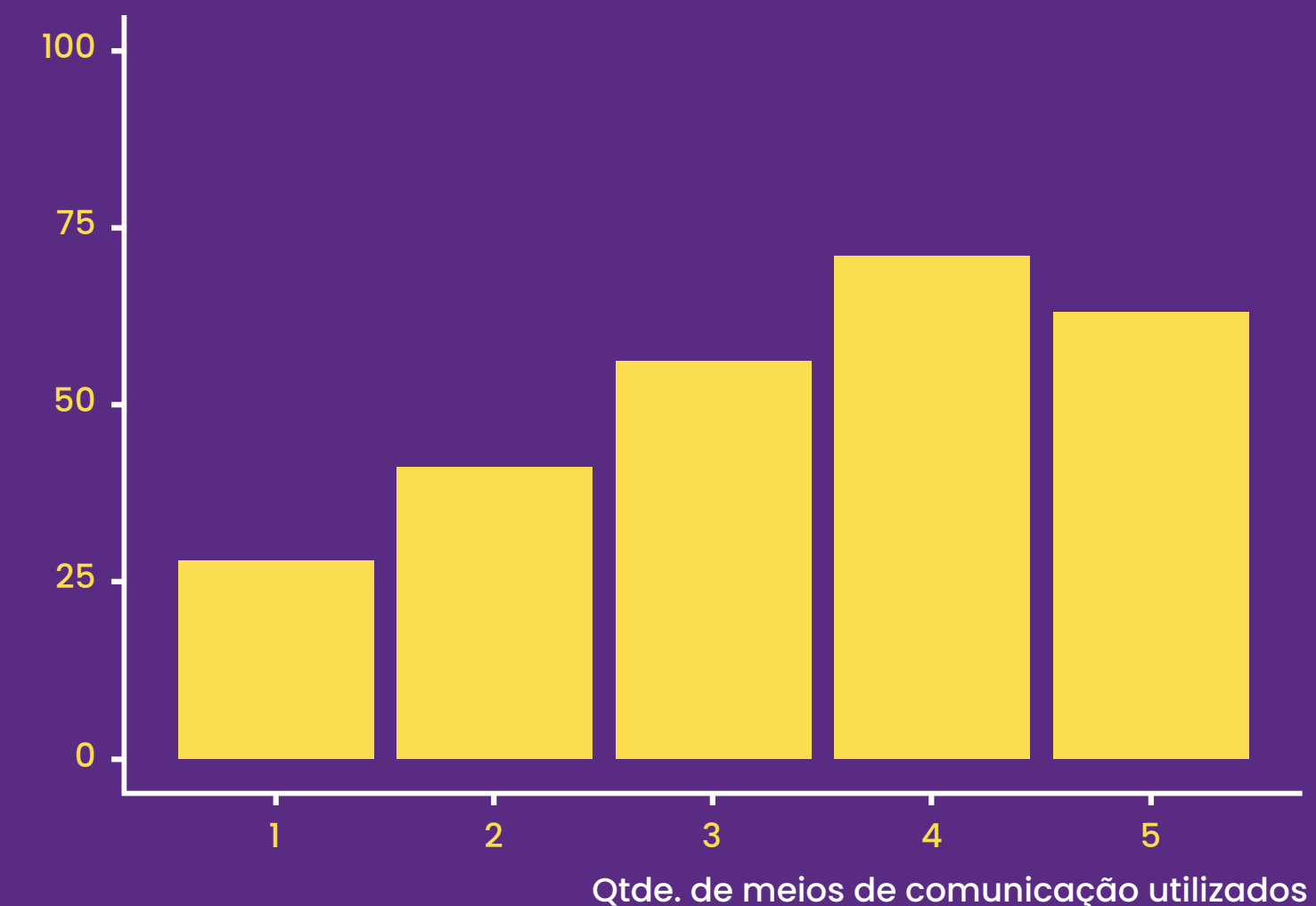
A divulgação do seu evento é uma das principais chaves para incentivar a participação dos trabalhadores. Tenha em mente que é importante atingir cada participante em pelo menos três canais diferentes, pois usar um único meio de comunicação traz uma taxa de adesão média de apenas 25%.

É interessante destacar que o que importa não é, necessariamente, quais são os meios de comunicação utilizados, desde que sejam utilizados pelo menos três. Pode ser que na sua empresa exista uma equipe operacional que não tenha acesso diário ao e-mail. Para esse público, portanto, você vai executar a redundância da comunicação em canais que não sejam virtuais. Outra equipe, porém, tem acesso diário ao e-mail, mas não tem o hábito de frequentar o refeitório – neste caso, a programação da comunicação será diferente para esse público.

A comunicação personalizada para cada equipe foi utilizada pela Fini (Sanchez Cano), na SIPAT de 2021 executada com a Weex, em que tanto os cartazes de divulgação, as peças para WhatsApp e o design plataforma foram completamente personalizados com os elementos da marca.

Meios de comunicação

Adesão média (%)



Comunicação personalizada – Sanchez Cano





MÉTODOS PRÁTICOS PARA AUMENTAR A PARTICIPAÇÃO

Ainda sobre a comunicação, é importante destacar a relevância da utilização de textos chamativos e um design interessante, seguindo sempre uma mesma identidade visual e uma linguagem padrão do evento. Além disso, não se esqueça das dicas a seguir:

1 Data de início da divulgação – os dados das centenas de campanhas realizadas pela Weex mostram que a antecedência na divulgação é muito relevante e traz impactos positivos nos dados de engajamento.

Divulgar a campanha com 7 ou mais dias de antecedência pode aumentar a adesão em até 27%

2 Comunicação em alta durante o evento – um erro comum dos organizadores de campanhas corporativas é investir todo o fôlego da comunicação nos dias que antecedem o evento e, durante os dias das atividades, deixar de lado a divulgação. Acontece que o reforço dos anúncios justamente nesses dias é essencial para manter a participação em alta, principalmente nos eventos que duram mais de um dia.

Estímulos para a participação:

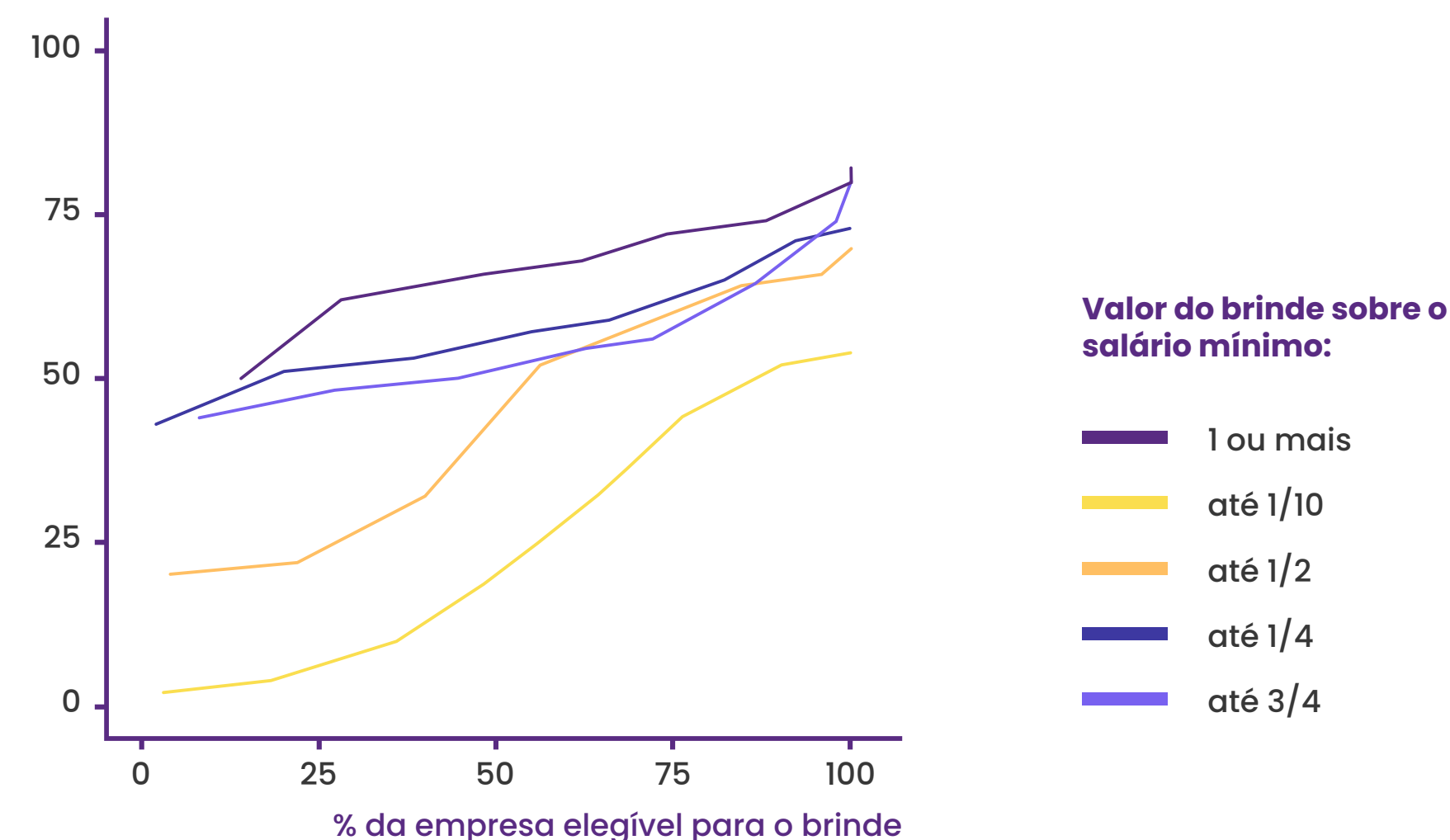
O estímulo para a participação através da entrega de brindes é uma excelente estratégia. Você pode optar por presentear todos os participantes ou por sortear algum item – o sorteio possibilita a entrega de um presente de mais valor. Você pode utilizar a entrega de brindes não só para quem comparece no dia do evento, mas também para incentivar as inscrições, por exemplo. Veja em dados reais o impacto da entrega de brindes nas campanhas:

Pelo gráfico, podemos ver que há dois fatores sobre o brinde que influenciam a taxa média de adesão da sua campanha: a quantidade de pessoas que poderão receber brindes e o valor do brinde de acordo com o valor do salário-mínimo. Por exemplo, vamos pensar nos extremos: em uma campanha em que somente 25% da empresa é elegível para o brinde e o este prêmio custa cerca de um décimo do salário-mínimo, a taxa de adesão é aproximadamente apenas 2%. Por outro lado, uma empresa em que

100% dos funcionários são elegíveis para o brinde e este custa um salário-mínimo ou mais, a adesão pode chegar até 75%. Mas é claro que você pode “brincar” com esses fatores e escolher o que for melhor para sua empresa: caso você opte por poucos brindes (25% de pessoas elegíveis), mas escolha um brinde mais caro (de até $\frac{3}{4}$ do salário-mínimo) sua adesão poderá chegar a 50%.

Eficiência do suporte e participação da liderança

Taxa média de adesão (%)



Separamos para você uma lista com ideias de brindes para a sua campanha, veja só:

- Bolsa térmica
- Kit de higiene dental
- Copo térmico para café
- Lancheira
- Fones de ouvido
- Pen drive
- Almofada de pescoço para viagem
- Necessaire
- Agenda
- Kit com quitutes ou lanches saudáveis
- Mochilas
- Caixinhas de som
- Canudinhos sustentáveis
- Porta cartão
- Carregador portátil



MÉTODOS PRÁTICOS PARA AUMENTAR A PARTICIPAÇÃO

Uma ideia interessante é personalizar os brindes com a identidade visual da sua empresa.

Além da entrega de brindes, você pode investir em campanhas de estímulo social. Veja alguns exemplos:

- 1 Estímulo social através de competição** – você pode separar as empresas por áreas (ou setores/unidades) e criar uma verdadeira competição entre elas, expondo os respectivos resultados de adesão. A competição natural com a exposição dos resultados vai estimular os próprios líderes e membros da equipe a se incentivarem na inscrição e participação do evento.
- 2 Desafio coletivo** – outra forma de utilizar o estímulo social é anunciar um desafio coletivo, de maneira em que haverá sorteio ou entrega de brindes somente se a adesão da empresa chegar a X%.

Envolvimento das lideranças:

Ter líderes ou funcionários desqualificando a importância da participação, como se o evento fosse “só mais uma ocasião além dos seus afazeres do dia a dia” ou “uma interrupção das atividades”, é uma das maiores ameaças a uma alta adesão.

Para não acontecer isso, é importante ter o máximo possível de líderes envolvidos e estes devem reforçar frequentemente a importância da campanha aos seus times. É essencial, inclusive, que gestores se inscrevam e participem do evento para dar o exemplo. Nada melhor do que ter todos os diretores e gerentes participando de absolutamente todas as atividades para reforçar a importância da ação e criar um ambiente e cultura adequados para a alta adesão.

Outra forma de desfrutar da autoridade dos gestores é convidar as lideranças conhecidas na empresa a gravarem um vídeo de divulgação e incentivo às inscrições, que deve ser veiculado para toda a empresa. Os líderes também podem realizar uma apresentação presencial e participar de reuniões das equipes, reforçando a importância da campanha.



Suporte eficiente:

Em qualquer evento ou campanha ambiciosa, com grande adesão, uma coisa é certa: surgirão problemas inesperados e alguns participantes encontrarão dificuldade para participar: seja para fazer inscrição, encontrar o local do evento, entender a logística ou conseguir as credenciais.

É essencial que exista uma equipe treinada e com todas as respostas na ponta da língua para dar todo o apoio necessário para as pessoas. Quando o participante encontra uma dificuldade e não encontra facilidade para resolver o problema, existe uma grande chance de desistir de participar – e isso é tudo que não queremos, certo?

Veja se essa dica pode te ajudar: antes do evento faça com a sua equipe de organização uma lista de todos os problemas que podem aparecer. Escreva nesta lista, também, as dificuldades que você acha que as pessoas podem encontrar – mesmo que essas dificuldades pareçam simples demais para você, para quem está de fora podem ser problemas relevantes.



MÉTODOS PRÁTICOS PARA AUMENTAR A PARTICIPAÇÃO

Agora crie respostas e soluções para esses problemas e possíveis questionamentos. Compartilhe esses direcionamentos com a equipe e estejam preparados para atender as pessoas durante os dias de evento.

Outra ação importante é compartilhar com a equipe de organização os problemas mais recorrentes que forem surgindo ao longo do evento. Assim, todos terão respostas se aquela questão acontecer com outro participante que os acionarem.

O gráfico ao lado mostra que campanhas que possuem um canal de suporte eficiente e possuem o envolvimento da liderança podem alcançar uma taxa média de adesão de 78%.

Meta de adesão progressiva:

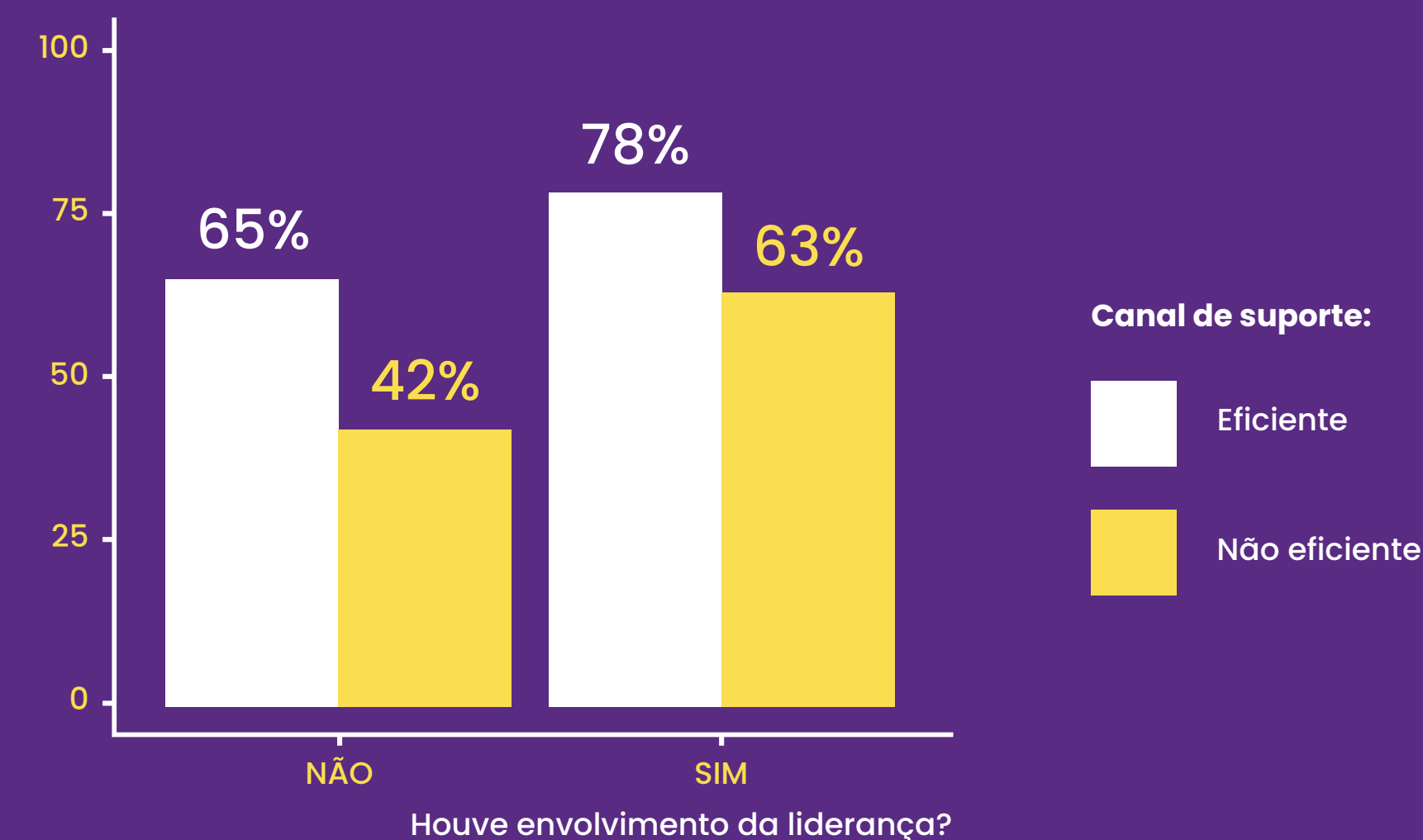
As metas são importantes para diversas áreas da sua empresa, certo? O setor de vendas, marketing, produção e muitos outros trabalham com marcos e objetivos a serem cumpridos em determinados intervalos de tempo. Com a organização de um evento não pode ser diferente. É muito importante metrificar a expectativa do número de participantes e trabalhar dia após dia para bater essa meta.

Uma forma muito interessante de organizar as metas de adesão é planejar alguns objetivos progressivos, pois quando eles são organizados de forma progressiva, a taxa média de adesão pode aumentar em até 15%. Uma sugestão de organização é a seguinte:

- 1** No primeiro dia de inscrições, 5% dos trabalhadores devem estar inscritos.
- 2** No segundo dia de inscrições, 10% dos trabalhadores devem estar inscritos.
- 3** No quinto dia de divulgação, 50% dos trabalhadores devem estar inscritos.

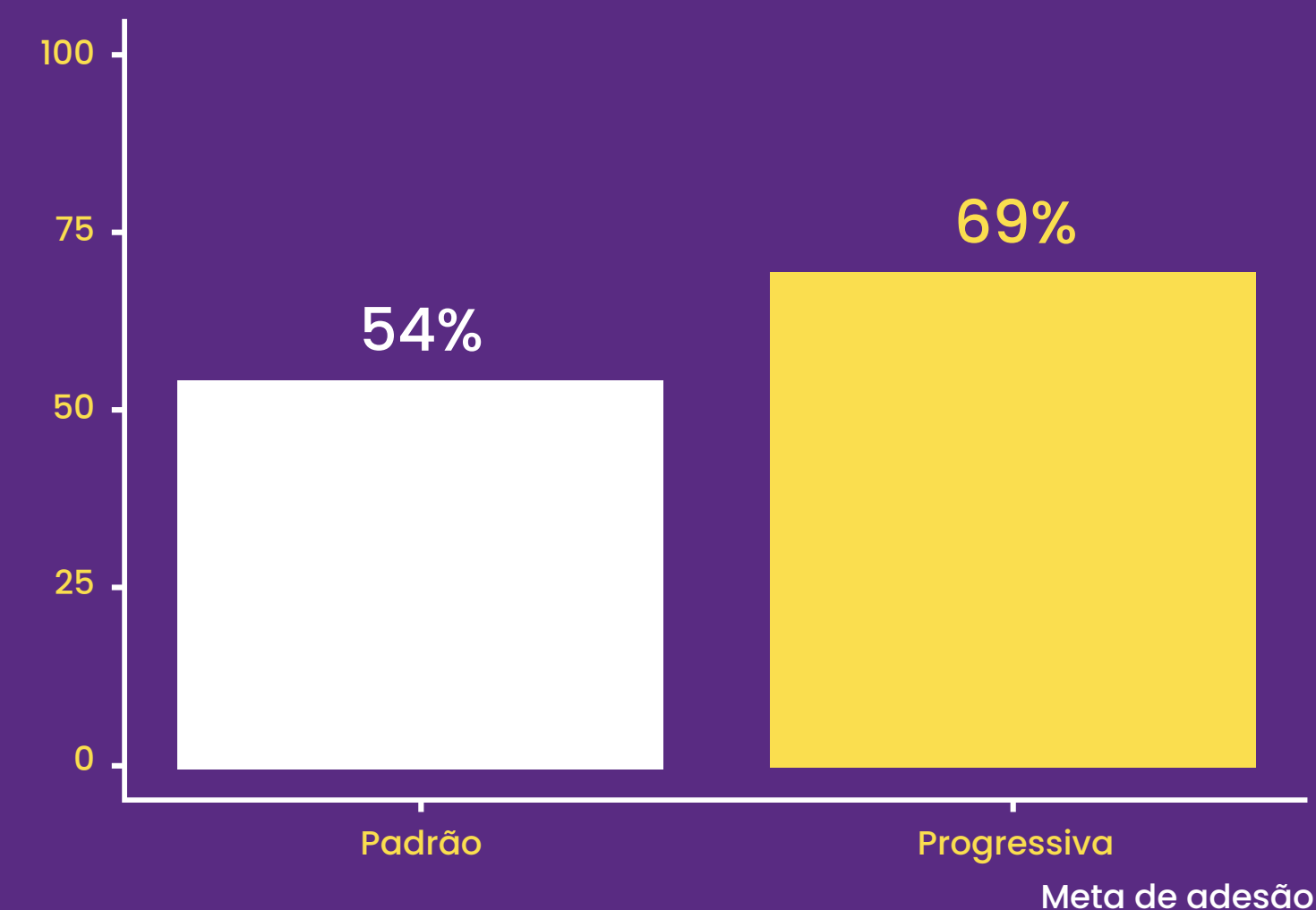
Eficiência do suporte e participação da liderança

Taxa média de adesão (%)



Meta de adesão

Adesão média (%)





MÉTODOS PRÁTICOS PARA AUMENTAR A PARTICIPAÇÃO

Você pode planejar as suas metas progressivas de acordo com as suas expectativas e dados de eventos prévios. Além disso, é aconselhável que você siga sua expectativa de adesão, pois, no geral, as estimativas de adesão dos clientes são bem condizentes com a realidade.

Depois de planejar suas metas, o passo mais importante é acompanhar esses resultados. Estude diariamente os relatórios de adesão da sua campanha, observando se os números estão progredindo da forma esperada. Se em um determinado dia a participação ficou abaixo do planejado, intensifique o esforço dedicado na divulgação da campanha.

Uma dica valiosa é fazer um formulário de inscrição em que o trabalhador deve inserir sua área/setor quando for preencher seus dados. Dessa forma você pode planejar ações de comunicação voltadas para determinadas equipes se notar que existe uma disparidade entre os setores.

Veja alguns esforços que você pode fazer ao notar que a adesão está abaixo do esperado:

- 1** Escolher um gestor ou líder para passar em cada área ou setor da empresa perguntando se as pessoas possuem dúvidas e perguntando quando vão se inscrever - acionar diariamente elegíveis que ainda não se inscreveram é uma excelente forma de coletar feedbacks para identificar problemas, dar suporte e ainda aumentar a adesão;
- 2** Enviar um e-mail explicativo com o passo a passo da inscrição, esclarecendo as principais dúvidas que surgiram até o momento sobre o evento;
- 3** Fazer uma exposição com o(s) brinde(s) que serão entregues para os funcionários que participarem do evento;
- 4** Divulgar os resultados de adesão através de um ranking comparativo entre os setores, incentivando uma competição saudável entre eles; Intensificar a entrega das peças de comunicação: cartazes, mensagens, e-mails, comunicados e recados em reuniões.



weex

DICAS EXTRAS:

Aumentando o engajamento de eventos 100% digitais

Se o seu evento acontecerá de maneira 100% digital, todas as dicas que compartilhamos acima funcionam para você. Porém, em um universo em que existe menos aproximação e menor contato pessoal, é muito importante utilizar algumas estratégias extras para que os participantes se sintam conectados com a sua campanha.

Gamificação:

O conceito de gamificação, do inglês “gamification”, é o uso da lógica dos jogos para engajar, motivar e incentivar o aprendizado das pessoas em situações reais. O princípio da recompensa é a principal estratégia das campanhas gamificadas: se um funcionário participa de determinada atividade, se executa uma ação, é recompensado – da mesma forma que nos games os participantes ganham medalhas, moedas, troféus ou doces.

A recompensa e a gamificação geram um reforço positivo e atraem o trabalhador a participar de maneira mais intensa do evento. É importante destacar que essas recompensas não devem exigir algo muito difícil ou impossível do participante. Pelo contrário, ações simples devem gerar recompensa para que ele queira se envolver cada vez mais!

Para criar uma campanha gamificada você pode formular estratégias digitais de recompensa, elaborar dinâmicas ou aproveitar as plataformas que seguem esse conceito, como a Weex.

[CLIQUE PARA CONHECER](#)



DICAS EXTRAS: Aumentando o engajamento de eventos 100% digitais

Atividades interativas:

O ambiente digital foi feito para que cada pessoa possa falar, compartilhar, curtir, interagir e participar. Criar um evento em que os participantes são 100% passivos – como um cronograma extenso de palestras longas e sem interatividade – é um grande erro no universo online. As pessoas não querem somente assistir, elas querem fazer junto!

Então, além do conteúdo expositivo, insira no seu evento online atividades como desafios, jogos, pesquisas, enquetes, questionários e conversas.

Essa é uma excelente forma de fixar mais a atenção dos participantes, já que no mundo digital é muito fácil se distrair – uma notificação, um e-mail ou um site mais atrativo geram uma disputa constante com a concentração e engajamento no evento.

Espaço para diálogo:

Incentivar o diálogo é uma ferramenta essencial. Quem se sente parte tem uma inclinação maior a continuar participando das atividades e ações do evento. Por isso, é sua função criar canais de comunicação para que os trabalhadores possam opinar, tirar dúvidas, compartilhar pensamentos sobre as temáticas abordadas e, até mesmo, interagirem entre si.

Você pode pensar em aplicativos de chat, momentos para diálogo e perguntas durante as atividades e ações que incentivem o uso das redes sociais, por exemplo.

Tempo dedicado reduzido:

O digital é acelerado! As pessoas estão acostumadas com vídeos curtos, acelerados e com a liberdade de pular determinados conteúdos.

Enquanto as palestras expositivas dos eventos presenciais podem ter um tempo de duração de 40 minutos, por exemplo, no universo online esse tempo deve ser reduzido pelo menos pela metade. É importante mesclar as palestras com outras dinâmicas interativas, em formatos inovadores, para que aquele conhecimento seja fixado no ambiente digital.

Se o tema daquele dia de evento é “como aumentar a sua produtividade”, por exemplo, escolha propor diversos formatos de atividades sobre esse assunto ao invés de longos minutos de fala, com uma única pessoa expondo um conteúdo. Aposte em apresentações rápidas, enquetes, diálogos, jogos e atividades interativas.



REALIZE UMA CAMPANHA CORPORATIVA DE FORMA PRÁTICA

Uma nova forma de realizar eventos corporativos: com educação, estímulo, entretenimento e engajamento a sua campanha online vai atingir os resultados que tanto espera! Seja qual for o tema do seu evento, é possível organizar o seu evento de forma prática e entregar um conteúdo que funciona para os seus funcionários através da Weex – uma plataforma 100% gamificada, com até 5 formatos de atividades interativas, para que os participantes aprendam e conquistem resultados duradouros.

A plataforma Weex já foi utilizada por empresas de todo o Brasil, como a Coca-Cola, Lorenzetti, Petrobras, Linea, Volvo, Claro, Rede D'or e Fiat. Independentemente da quantidade de funcionários da sua empresa ou do seu nicho de atuação, é possível montar uma campanha da maneira que você deseja, atingindo as suas equipes de uma forma única e inesquecível.

Realizar o seu evento com a Weex é fácil! Conheça mais sobre a plataforma, converse com a nossa equipe e receba uma proposta que cabe no seu bolso!

FALE COM A NOSSA EQUIPE

weex

Clique para conhecer nossas redes:

