

De que forma o endomarketing pode fazer a diferença na sua empresa?

O sucesso de um negócio está relacionado a diversos fatores, e o capital humano é um deles. Diante disso, muitos gestores e [profissionais de RH](#) ficam em dúvida sobre como aplicar endomarketing na empresa.

A estratégia, também conhecida por marketing interno, tem a função de motivar e engajar os colaboradores, e, sem dúvida, será bastante significativa para o negócio. No entanto, para alcançar o efeito esperado, é preciso saber aplicá-la da maneira correta.

Quer entender melhor esse conceito, os seus benefícios e como colocá-lo em prática? Então, acompanhe o post até o final!

O que é endomarketing?

Antes de falarmos sobre como aplicar endomarketing na empresa, é importante que você saiba mais sobre esse conceito. Ele é caracterizado por um conjunto de ações cuja finalidade é promover engajamento, assim como melhorias no relacionamento e na imagem da companhia perante os colaboradores.

De forma resumida, a proposta é fazer com que eles “vistam a camisa da empresa” e se sintam bem e motivados com o trabalho para alcançarem resultados grandiosos.

Em algumas empresas, existe um setor específico para realizar essa função. No caso, ele reúne profissionais como psicólogos, técnicos em recursos humanos, jornalistas, publicitários e relações públicas, que planejam e executam atividades com o público interno. Em outros cenários, o endomarketing costuma ser realizado por fornecedores especializados.

A estratégia pode ser adotada para um objetivo amplo, no caso da motivação e o engajamento da equipe, e também para campanhas específicas relacionadas à mudança na empresa.

Diferença entre endomarketing e comunicação interna

Uma dúvida comum quando se fala sobre como aplicar endomarketing na empresa está relacionada à diferença desse conceito para a comunicação interna.

A comunicação interna é responsável pela troca de informação entre lideranças e funcionários. O uso de jornais internos, murais e newsletter são exemplos de ferramentas utilizadas pela área. Já o endomarketing busca fomentar o relacionamento entre a corporação e os colaboradores.

Ambos têm um papel significativo no desempenho e na motivação da equipe e a comunicação interna pode ser considerada como uma das ferramentas para o endomarketing. Por isso, é muito comum que os profissionais responsáveis pela área também realizem as atividades de comunicação interna.

Quais os benefícios do endomarketing para as empresas?

Ter um programa de endomarketing na empresa pode trazer uma série de benefícios. A seguir, veja quais são os principais.

Motivação dos colaboradores

A motivação dos colaboradores é um fator essencial para qualquer atividade. Profissionais satisfeitos

com a organização e com o ambiente de trabalho são mais felizes e produtivos.

Estratégias como a criação de eventos motivacionais farão com que eles se sintam mais animados com as suas funções e realizem as atividades com mais alegria e simpatia. Isso certamente resultará em um trabalho de mais qualidade.

Aumento da produtividade

Além de motivar, o setor de endomarketing pode realizar programas que gerem aprendizado aos funcionários, como [treinamentos](#) com professores e profissionais qualificados, palestras, workshops, entre outras ações.

Somado ao fator motivacional, essa prática fará com que os colaboradores [produzam mais](#). Logo, a lucratividade da companhia também tende a crescer.

Diminuição da rotatividade

Você sabe que a taxa de [turnover](#) interfere no desempenho do time e pode aumentar os custos do negócio com demissões e contratações, certo? Diante disso, outro ponto que pode ser melhorado com o endomarketing na empresa é justamente a diminuição da rotatividade de funcionários.

Tal realidade ocorre pelo fato de as pessoas não trocarem de emprego apenas pela questão salarial, mas sim por todo um conjunto de fatores. Entre eles, podemos citar satisfação, bom ambiente de trabalho, clima organizacional e política de benefícios.

Assim sendo, ao proporcionar um bom ambiente para os profissionais, eles terão menos vontade e motivação para trocar de emprego.

Retenção de talentos

Assim como a rotatividade diminuirá, o endomarketing apresenta como vantagem a retenção dos talentos revelados pela sua empresa. Aquela história de perder um colaborador prodígio não acontecerá de novo se você implantar um programa de marketing interno de qualidade.

Melhoria no clima organizacional

As ações de endomarketing ainda contribuem com o ambiente de trabalho e o [clima organizacional](#), uma vez que resultam em funcionários mais felizes, satisfeitos e comprometidos com o trabalho.

Esse indicador é relevante para o desempenho do negócio. Afinal, um clima ruim e pouco inspirador gera colaboradores desmotivados, estressados e com baixa produtividade.

Valorização da marca

Uma organização de sucesso vai além dos resultados financeiros. Ela tem uma imagem institucional positiva, sendo reconhecida pelo público interno e externo pela qualidade dos produtos, preocupação com o meio ambiente, valorização das pessoas, entre outros aspectos.

Sendo assim, uma companhia que se preocupa com a satisfação e o bem-estar de seus trabalhadores e que investe em ações para engajá-los apresenta um diferencial competitivo no mercado.

A empresa GE, por exemplo, estabeleceu um programa de endomarketing utilizando o LinkedIn, ferramentas digitais e um portal de aprendizado para disseminar informações entre os colaboradores e

transformá-los em embaixadores da marca, o que contribuiu com os resultados da companhia e para a atração de talentos.

Aumentos dos lucros

Todos os aspectos listados acima influenciam o negócio, gerando equipes mais qualificadas e produtivas, aumento no desempenho, um bom ambiente de trabalho, entre outros fatores. Ou seja, ao investir em estratégias para aplicar o endomarketing na empresa, isso também contribuirá com um aumento no faturamento.

Como aplicar o endomarketing na empresa?

Há quem pense que o marketing interno só funciona em grandes organizações. No entanto, ele pode ser aplicado em negócios de variados portes e segmentos. O segredo é adequá-lo à estrutura, ao orçamento e ao perfil da equipe.

Alguns gestores utilizam o endomarketing de forma esporádica, com eventos internos ou treinamentos. Contudo, investir nessa estratégia e inseri-la no planejamento anual, sem dúvida, trará resultados mais efetivos.

Os principais passos para isso são:

- diagnóstico da empresa e perfil do público interno;
- objetivos (motivação, engajamento, melhoria da imagem da companhia etc.);
- definição das ferramentas de endomarketing;
- implantação da estratégia;
- mensuração dos resultados.

Ferramentas de endomarketing

A escolha das ferramentas é uma etapa essencial, já que elas devem ser adequadas a realidade da empresa e a dos profissionais. De nada adiantará criar uma campanha grandiosa se ela não for acessível para a equipe, não é mesmo? Veja a seguir algumas dicas de ferramentas para aplicar o endomarketing.

Eventos internos

Os eventos são uma excelente forma de fortalecer a integração entre os profissionais e melhorar o ambiente de trabalho. As possibilidades são inúmeras.

Elas podem focar na confraternização e no bem-estar do time, como as festas de aniversariantes, de fim de ano ou eventos para comemorar o dia das mães e o dos pais.

Além disso, eles são positivos para o treinamento e para a atualização dos profissionais, a exemplo de workshops e palestras.

Integração de colaboradores

A integração de novos colaboradores também é um processo importante de endomarketing e pode ser aplicado em organizações de diversos portes.

É normal que um funcionário ou [estagiário](#) recém-contratado fique inseguro sobre a rotina do novo local de trabalho. Diante disso, a integração é vantajosa para minimizar essa situação, fazê-lo se sentir bem

recebido e motivá-lo para o novo cargo.

O processo pode ser feito de várias maneiras. Por exemplo, com vídeos, apresentações ou em uma conversa para contar um pouco da história da companhia, falar sobre a missão e os valores e apresentar as áreas e a equipe.

Além disso, é possível incentivar a integração de todo o time da empresa para estabelecer um ambiente de trabalho mais saudável e produtivo. A estratégia pode ser realizada com redes sociais corporativas, canais para trocas de informações, vídeos etc.

Plano de carreira

Oferecer um [plano de carreira](#) é mais uma forma de fortalecer o relacionamento entre trabalhador e empresa, bem como aumentar a motivação.

O endomarketing e a comunicação interna têm um papel relevante nisso. Isso porque eles são responsáveis tanto por transmitir o funcionamento do programa de modo transparente quanto por incentivarem a participação.

Tv Corporativa

A TV corporativa é mais uma boa ferramenta de endomarketing. Ela pode ser utilizada para informar e motivar os colaboradores a partir de vídeos institucionais, dicas sobre saúde e alimentação, comunicados internos, lembretes de aniversário e segurança no trabalho, por exemplo.

Ações para promover o diálogo

Investir em ações para promover a troca de informação entre funcionários e gestores também é um passo significativo para fortalecer o engajamento interno. Isso pode ser feito com canais digitais, como rede social corporativa, encontros, eventos, entre outras ideias.

A aplicação de pesquisas de clima organizacional é mais uma atitude positiva. Ela permite que os gestores analisem o ambiente de trabalho, ouçam as opiniões e as sugestões da equipe e apliquem melhorias, caso julguem necessário.

Programa de benefícios

Por fim, o programa de benefícios é mais uma ferramenta a ser utilizada para fortalecer o endomarketing na empresa.

A companhia pode ir além dos benefícios básicos, como vale-transporte e alimentação, e investir em um programa que seja atrativo e que demonstre a valorização dos funcionários. A estratégia pode envolver investimentos financeiros ou não, alguns exemplos de benefício são:

- dia de folga no aniversário;
- horário flexível;
- possibilidade de home office;
- convênio com academias;
- desconto em produtos;
- ingressos para cinemas e eventos culturais;
- convênios com instituições de ensino e idiomas.

Esperamos que o texto tenha esclarecido as suas dúvidas sobre como aplicar endomarketing na empresa. Como vimos, a estratégia exerce um papel importante para o negócio e contribui com a

motivação e com a produtividade da equipe. Por isso, vale a pena se informar e conhecer as boas práticas da área.

Gostou das nossas dicas sobre endomarketing? Então, compartilhe este texto em suas redes sociais para que os seus amigos e colegas de trabalho fiquem por dentro do assunto!