



## **Plano de Comunicação: Os Desafios da Comunicação Integrada na Construção de uma Imagem Organizacional.<sup>1</sup>**

Caroline RISUEÑO<sup>2</sup>

Carmen RAMIRES<sup>3</sup>

Daiana Vargas da CUNHA<sup>4</sup>

Lauro d'AVILA<sup>5</sup>

Universidade do Vale do Rio dos Sinos – UNISINOS, São Leopoldo, RS

### **RESUMO**

O presente trabalho expõe a proposta do Plano de Comunicação: Os Desafios da Comunicação Integrada na Construção de uma Imagem Organizacional. O planejamento foi desenvolvido a partir da disciplina Projeto Experimental em Relações Públicas I, realizada no segundo semestre de 2008, na Universidade do Vale do Rio dos Sinos, em São Leopoldo, RS, Brasil. Neste trabalho relatamos o desenvolvimento do plano de comunicação para a empresa Netplus Informática, com objetivo, estratégia, instrumentos de comunicação e ações de relacionamento voltadas aos seus diferentes públicos. Os projetos elaborados apresentam ferramentas de Relações Públicas, Publicidade e Jornalismo Empresarial. Com o objetivo de sistematizar as atividades de comunicação propostas, de forma integrada.

### **PALAVRAS-CHAVE**

Comunicação Organizacional; Comunicação Integrada; Relações Públicas; Planejamento de Comunicação; Imagem Organizacional.

---

<sup>1</sup> Trabalho submetido ao XVI Prêmio Expocom 2009, na Categoria Áreas Emergentes, modalidade Plano de Comunicação Integrada (avulso).

<sup>2</sup> Aluno líder do grupo e estudante do 7º. Semestre do Curso Comunicação Social Habilitação Relações Públicas, email: carolinerisueno@yahoo.com.br.

<sup>3</sup> Estudante do 6º. Semestre do Curso Comunicação Social Habilitação Relações Públicas, email: carmenramires@terra.com.br.

<sup>4</sup> Estudante do 8º. Semestre do Curso Comunicação Social Habilitação Relações Públicas, email: daianavcunha@yahoo.com.br.

<sup>5</sup> Orientador do trabalho. Professor do Curso Comunicação Social Habilitação Relações Públicas, email: lald@unisinobr.



## 1. INTRODUÇÃO

A Netplus é uma empresa que oferece produtos e serviços na área da informática. Apresenta serviços de assistência e suporte técnico para pessoas físicas e jurídicas. Um espaço para acesso a internet (Lan House) e cursos de computação para idosos. A Netplus possui também uma loja com venda de equipamentos, suprimentos e acessórios de informática.

A empresa surgiu no ano de 1999 como “CompNet” na cidade de Novo Hamburgo. No ano de 2002 foi registrada como “Netplus”, instalando-se na cidade de Sapucaia do Sul, na Região Metropolitana de Porto Alegre, RS, Brasil. A empresa começou prestando serviço a pequenos clientes na cidade e hoje atende empresas de Novo Hamburgo, Porto Alegre e Região Metropolitana.

Atualmente, a empresa é composta por dois (02) sócios, cinco (05) funcionários e quinze (15) terceirizados, que atendem os 16 contratos fixos que a Netplus possui com empresas localizadas em Porto Alegre e Novo Hamburgo.

Apesar de oferecer aos clientes serviços tecnicamente qualificados, a empresa não apresenta um posicionamento de mercado satisfatório na cidade onde atua.

O faturamento mensal da Netplus é de 10 a 15 mil reais. O investimento em mídia é em torno 6 mil reais por ano, distribuídos em: rádio, produção gráfica, anúncios em jornais da região e apoio à festas comunitárias.

A comunicação atual da Netplus vem sendo feita de maneira intuitiva, sem nenhum planejamento específico, ou controle de aplicação. A imagem que a empresa possui junto a seus públicos é construída principalmente por ações do tipo contatos diretos, feitos em reuniões de negócios; via telefone e/ou indicações.

A empresa não conta com estratégias definidas, não possui missão, visão, valores, objetivos e metas. Trabalha de acordo com a demanda do cliente, não há



planejamento em suas ações. Para uma empresa crescer é essencial saber onde se quer chegar e traçar metas para atingir seus objetivos. Segundo Kotler (1993), o planejamento estratégico é uma metodologia gerencial que permite estabelecer a direção a ser seguida pela Organização, visando maior grau de interação com o ambiente. Na construção de uma imagem organizacional perante os públicos, missão, visão e valores são pilares que a sustentam, percebendo-se assim a importância de adequá-los de modo que possa realmente agregar valor à organização. Diante deste cenário desenvolvemos pontos estratégicos que são essenciais para nortear uma empresa.

Com base nos conhecimentos desenvolvidos no decorrer das disciplinas ao longo de nosso curso de graduação, apresentamos a Netplus um objetivo e criamos uma es-tratégia de comunicação para a empresa. Após o mapeamento dos públicos de relacionamento da empresa e do diagnóstico do estado atual dos relacionamentos de interesse estratégico, propomos programas de intervenção buscando incorporar uma sistemática planejada de ações integradas de comunicação, com projetos específicos para cada necessidade observada no processo de Relações Públicas da Netplus.

## **2. OBJETIVO**

Conferir mais identidade a marca Netplus, a partir de trabalho sistematizado e planejado de comunicação, que viabilize a integração das ferramentas aplicadas criando, de forma positiva, condições efetivas para o melhor desenvolvimento da empresa perante os seus públicos.

## **3. JUSTIFICATIVA**

Ao visitarmos a Netplus Informática e conversarmos com seus sócios e colaboradores, bem como com os usuários de seus serviços chegamos a um diagnóstico do estado atual dos processos de interação entre a empresa e os seus públicos. Constatamos no diagnóstico que a empresa não tem visibilidade na região, devido aos fatores abaixo relacionados:



- Não possui um padrão visual que lhe confira uma identidade forte. Site, folders, cartões de visita e a fachada da loja apresentam formatos diferentes da marca, o que confunde a identificação da empresa por parte de quem visualiza estes materiais de apresentação.

- Os serviços prestados são realizados e divulgados de forma independente, o que gera dificuldade aos clientes em reconhecer e usufruir os serviços oferecidos.

- Os funcionários não prestam um atendimento diferenciado para cada tipo de público. É necessário adequar à linguagem técnica, para que a comunicação flua clara e eficaz.

- A Netplus somente se relaciona com os seus públicos quando estes utilizam seus serviços. A ausência de estímulos e abordagens adequadas para oferta de seus serviços confere espaço e facilita a aproximação da concorrência junto aos seus clientes.

- Não possui pronta entrega de alguns produtos. A falta de estoque dificulta o acesso aos produtos demandados, levando seus clientes a os buscarem na concorrência.

As disfunções acima relatadas necessitam ser revertida. Para tal criamos e desenvolvemos para a empresa três programas, assim denominados: Identidade Visual, Interagir e Solidariedade Digital. O primeiro visa unificar e fortalecer a marca Netplus, o segundo busca estreitar o relacionamento entre a empresa e seus públicos; e o terceiro propõe atender às necessidades digitais da comunidade onde a empresa atua, expressando a sua responsabilidade social.

#### **4. MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS**

A metodologia utilizada para o desenvolvimento deste processo pode ser descrita como um planejamento de comunicação, com a elaboração de um produto final,



a criação de um Plano de Comunicação para a Netplus, fundamentado em um diagnóstico. Conforme Kunsch:

É imprescindível planejar o processo de inter-relacionamento das organizações com seus públicos, adotando estratégias e técnicas apropriadas e utilizando instrumentos adequados para cada segmento de público que se quer atingir (KUNSCH, 2003, p.103).

Sendo assim, antes de propor os projetos foi preciso, sobretudo, analisar a situação atual da empresa com base em estudos, questionamentos, diagnósticos, estabelecimento de estratégias, análise de recursos financeiros, entre outros. De modo a se propor algo dentro da realidade e das possibilidades de execução da Netplus. Algo factível. Para Kunsch pensar estrategicamente *“requer o conhecimento da organização e de suas condições, aspirações e aportes técnicos e tecnológicos para aplicá-las na prática e intervir no processo de planejamento e gestão estratégica”* (2003 p.241).

Utilizamos no desenvolvimento das ações propostas a integração sinérgica necessária entre os saberes comunicacionais, de forma a contemplar o nível de eficiência desejado no uso dos recursos empregados. O resultado esperado de tais ações é o de se alcançar uma imagem organizacional da Netplus de reconhecimento instantâneo frente aos seus públicos atuais e futuros.

## **5. DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO**

Com embasamento na metodologia comentada anteriormente foram elaborados os programas: Identidade Visual, Interagir e Solidariedade Digital. Cada um deles busca provocar mudanças nos problemas diagnosticados na empresa, considerando os aspectos relacionados com o princípio e o funcionamento da comunicação neste âmbito. Um plano bem sucedido, não é tão somente uma questão de composição da mensagem enviada por diversos canais de comunicação, mas a busca de combinar de forma integrada diversas ações pensadas e propositivas para se alcançar um resultado esperado, obtido a partir de atividades orientadas não apenas para produto ou negócio, mas para o estabelecimento de um relacionamento qualificado e continuado com seus públicos.



- **PROGRAMA DE AÇÃO 1: IDENTIDADE VISUAL**

O Programa Identidade Visual visa suprir a deficiência de uma imagem institucional difusa, diagnosticada pela pesquisa de campo efetuada. Ele tem por objetivo criar uma identidade visual para a Netplus, atribuindo mais reconhecimento à marca.

Referem-se a este Programa de Ação os Projetos:

- Projeto 1:  
Unificando a imagem institucional  
Elaboração de um manual marca com regras de padronização em diversos contextos.
- Projeto 2:  
Netplus de cara nova  
Reformulação do *site*, material gráfico, *banner*, mural e sinalizações externas, baseadas no manual da marca.

- **PROGRAMA DE AÇÃO 2: INTERAGIR**

O Programa Interagir tem por objetivo fortalecer vínculos da empresa com seus públicos. São ações de comunicação dirigida que buscam a fidelização dos mesmos como clientes dos serviços prestados pela Netplus.

Integram as ações deste Programa de Ação os Projetos:

- Projeto 1:  
Relacionamento a um *click*  
Criar *mailings* dos clientes e fornecedores, para a divulgação dos serviços e produtos que a empresa tem a oferecer, por meio da implantação de um sistema informatizado do tipo *CRM (Customer Relationship Management)*.
- Projeto 2:



Lembrar para ser lembrado

Aproximar os públicos da empresa por meio de contato em datas comemorativas.

- **PROGRAMA DE AÇÃO 3: SOLIDARIEDADE DIGITAL**

O Programa Solidariedade Digital tem por finalidade aproximar a Netplus da comunidade, por meio da exteriorização de sua política de relacionamento em ações de solidariedade. Mobilizar a sociedade local para ações que buscam suprir as carências sociais identificadas e ao alcance de soluções Netplus.

Pertencem a este Programa de Ação os Projetos:

- Projeto 1:

De Bem com o Meio Ambiente

Posto de coleta de lixo tóxico (pilhas, baterias de celular e outros do tipo) na empresa e na escola adotada pela Netplus.

- Projeto 2:

Aprendendo para crescer

Curso de capacitação profissional para jovens carentes na *Lan House*.

- Projeto 3:

Parceiros da Informática

Doação de equipamentos de informática reaproveitados a uma escola carente da cidade de Sapucaia do Sul.

Observação: Os programas propostos, assim como cada um de seus projetos que integram o plano tem orçamentos e avaliações específicas, de acordo com a particularidade dos mesmos.



## 6. CONSIDERAÇÕES

A comunicação integrada permite trabalhar a unificação das diversas áreas da comunicação com base numa linguagem comum e homogênea. Os planos de comunicação desenvolvidos utilizaram a complementação das ferramentas de comunicação, utilizadas de forma conjunta tendo por efeito a maior efetividade no alcance dos objetivos gerais da organização.

Portanto, a inserção da filosofia da comunicação integrada em empresas de serviço no ramo da informática pode ser um diferencial de sucesso perante seus públicos de interesse. Tal prática permitirá que o estabelecimento obtenha um conceito forte e de longo prazo, podendo conferir sinergia às ações e ferramentas de comunicação empregadas: de propaganda à promoção de vendas, de marketing de incentivo à comunicação interna, de assessoria de imprensa a Relações Públicas, entre outras. Para nós não resta dúvidas que é um equívoco que induz a ineficácia em suas ações de comunicação, o fato de que organizações somente utilizarem a divulgação de seus produtos ou serviços, não se identificando diante de um público cada vez mais exigente e esclarecido.

Diante disto, o plano de comunicação: Os Desafios da Comunicação Integrada na Construção de uma Imagem Organizacional propôs ações unificadas de comunicação com o intuito de agregar valores e conferir mais consistência na composição da imagem organizacional da Netplus perante seus públicos. São ações convergentes de comunicação integrada.

O entendimento que tivemos ao desenvolver este trabalho foi que não poderíamos dissociar a imagem da organização com os conceitos da empresa, extraíndo assim o máximo possível de cada canal de comunicação a fim de atingir o objetivo e programas que aqui foram delineados para a Netplus Informática.

Assim, a importância do assunto aplicado no presente estudo deve-se ao acontecimento da comunicação tornar plausível ao entendimento das organizações em interessar-se por sua imagem, através do planejamento e da construção de projetos de comunicação



organizacional eficientes, onde a imagem organizacional transmitiria um sentido a seus públicos, da mesma forma que estes a reconheceriam como uma empresa de confiança e credibilidade. Se os programas neste trabalho desenvolvido forem corretamente aplicados e seus projetos seguidos é possível transformar os funcionários e prestadores de serviços em aliados da empresa e os clientes, pessoas satisfeitas e fieis a mesma.

## **REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

**KUNSCH, Margarida Maria Krohling. Planejamento de Relações Públicas na Comunicação Integrada. São Paulo: Summus, 2003.**