

# Guia de Comunicação Interna COVID-19



## Como a Comunicação Interna deve apoiar as empresas neste momento de crise

Com a proliferação da COVID-19 e o aumento no número de casos no País, as empresas estão se mobilizando para enfrentar a crise, garantir o bem-estar dos funcionários e manter a produtividade. Neste momento, a Comunicação Interna ganha ainda mais relevância, já que as interações empresa-funcionários acabam sendo impactadas também pela distância. Desta forma, construir uma estratégia de CI assertiva e continuada será mandatório. A seguir, reunimos algumas recomendações importantes, elaboradas pelo time de especialistas da InPress Porter Novelli, de como agir nesse contexto.

### POR ONDE COMEÇAR

**1 Informação precisa na hora certa.** Informar com qualidade e transparência é primordial neste momento em que notícias falsas circulam por diversos meios. Ao comunicar os funcionários, procure se basear em fontes confiáveis, que trazem credibilidade para a informação. Comunicar no tempo certo também faz a diferença. Agilidade e frequência são fundamentais.

**4 Reforçar cultura e valores, mesmo à distância.** Com boa parte dos funcionários trabalhando remotamente, é essencial reforçar as políticas internas, a cultura e os valores da empresa. Manter a essência da companhia presente no dia a dia dos colaboradores é um desafio ainda maior. Com a mudança de rotina, crie programas virtuais de bem-estar e sessões de conversas com as lideranças com mensagens de estímulo e otimismo. O papel de responsabilidade social da empresa sobre a saúde física e mental dos funcionários deve ser reforçado.

**8 Sem pânico.** Mensagens de apoio emocional e psicológico ajudam os funcionários a enfrentar esse momento turbulento de forma mais confiante. Reforçar para todos os benefícios de saúde que a companhia oferece, além de promover ações de bem-estar, geram impacto positivo.

**2 Estratégia de negócio.** Informar os resultados de negócio e estimular uma rede colaborativa com os funcionários para ações de oportunidade deixam o público interno mais seguro em relação à permanência no emprego. A insegurança não pode influenciar na produtividade do profissional.

**5 Rever canais internos.** Alguns canais de comunicação perdem a eficácia nesta nova situação. TV corporativa, murais no escritório não fazem sentido no momento. É preciso rever a matriz de canais e até desenvolver novos modelos. Ferramentas ágeis são fundamentais para direcionar o time, já que as informações mudam a cada minuto. Meios digitais, como newsletters e aplicativos de comunicação interna que integram o público operacional, levam a informação para quem está distante.

**6 O papel da liderança.** Orientar os gestores a se comunicarem melhor com suas equipes, fornecendo direcionamentos e ideias de como fazer isso, gera conexão com o time. Apoiá-los com mensagens-chave, papers e até elaboração de DDS é fundamental para manter o diálogo aberto.

**7 Perfis.** É preciso entender que os diversos funcionários lidam com o home office de maneiras diferentes. Alguns precisam ser motivados para manterem a produtividade e não perderem o foco; outros têm dificuldades na organização e priorização de suas entregas e acabam trabalhando mais horas do que o devido. O conteúdo desenvolvido pela CI deve levar em conta as diversas características e ajudar a lembrar de regras importantes do trabalho à distância.

**9 Hora de escutar.** Ouvir os colaboradores para tomar as providências mais adequadas e entender suas insatisfações pode garantir o melhor fluxo de comunicação. Uma boa medida é estabelecer um canal de atendimento especial ao funcionário, pelo qual ele possa tirar dúvidas.

### TOM DE VOZ: COMO FALAR

#### Não é preciso gritar.

O momento é de serenidade. Adotar um tom sóbrio nas comunicações, informando de maneira objetiva e calma, é o caminho mais recomendado para evitar um ambiente de estresse.

#### Seja solidário.

Deixe claro que a situação exige a cooperação de todos. Isso incentiva um sentimento de solidariedade e participação coletiva para enfrentar a crise. Mesmo de casa, o colaborador precisa se sentir integrado às ações da empresa e consciente de seu papel de contribuir para o todo.

#### Mais perto.

Usar mensagens de incentivo veiculadas por executivos e líderes cria uma conexão da liderança com os colaboradores. Trazer um “rosto” mostra uma comunicação mais calorosa e não deixa o funcionário com o sentimento de estar “sozinho”. Pensar nos conteúdos como uma prestação de serviço para a empresa e para o funcionário aproxima pela relevância.

As informações incluídas neste documento são públicas e foram produzidas por uma célula de especialistas da InPress Porter Novelli em Comunicação Interna, que vem acompanhando de perto a evolução do coronavírus. Sinta-se à vontade para compartilhar em suas redes!

Nossa agência pode auxiliar na preparação de estratégias que melhor se adequem ao seu negócio. Conte com a gente e, qualquer dúvida, escreva para [milena.fiori@inpresspni.com.br](mailto:milena.fiori@inpresspni.com.br), nossa diretora de Comunicação Interna e Conteúdo.

