

ENDOMARKETING E A COMUNICAÇÃO COM O PÚBLICO INTERNO

Endomarketing and communication with internal public

Kétlin Corrêa Farias Ferreira¹
Samanta Luiz Gonçalves¹
Tais Lessa de Melo¹
Vanessa Nascimento¹
Keli dos Santos Aguiar¹

Resumo: O tema da prática se resume à contribuição do *endomarketing* e à comunicação interna na motivação dos colaboradores. Como ocorre a comunicação interna da empresa pesquisada e se realmente os funcionários estão satisfeitos com a empresa da qual fazem parte, e o que pode ser feito para melhorar a convivência no ambiente de trabalho. Analisamos boas práticas de motivação dentro da organização, assim como ações exercidas para a satisfação dos seus funcionários. A empresa pesquisada é a Cacau Show, do ramo alimentício. Assim, vimos conceitos e fundamentos sobre a franquia na qual foi realizada a pesquisa, assim como sua origem. Mostramos métodos usados que incentivam seus funcionários para uma boa convivência. Vimos também que a comunicação e a informação adequada servem como ferramenta essencial para o bom atendimento ao cliente. O *endomarketing* surge a partir do momento em que o bom desempenho da empresa está diretamente relacionado à conscientização de seus consultores e o grau de importância a eles destinado. Desenvolver o máximo de desempenho dos seus funcionários, assim como reconhecendo e valorizando os mesmos, estes obterão os resultados esperados tanto para a franquia quanto para os seus consumidores. Para isso é necessário informar, preparar, valorizar e satisfazer as necessidades do público interno para que em consequência disso resulte em clientes igualmente informados e satisfeitos.

Palavras-chave: *Endomarketing*. Comunicação. Motivação.

Abstract: This study summarizes the contribution of endomarketing and internal communication in employees motivating. Research on how the internal communication happens in the company and if the employees are really satisfied with the company they work for and what can be done to improve the relationship in the workplace. There will be considered good motivation practices within the organization, as well as actions carried out to have the satisfaction of their employees. The company researched was "Cacau Show," of the food industry. We researched some concepts and fundamentals of the franchise in which the research is being conducted, as well as its origin. We present used methods that encourage their employees to have good relationship. It was also seen that communication and adequate information serves as an essential tool for good customer service. Endomarketing arises from the moment the good performance of the company is directly related to awareness of their consultants and the level of importance given to them. Developing maximum performance of their employees, as well as recognizing and valuing the employees, so they will obtain the expected results for both the franchise and for their consumers. To achieve it is necessary to inform, prepare, value and meet the needs of the workforce and as a result the customers will be informed and satisfied.

Keywords: Endomarketing. Communication. Motivation.

Introdução

Desenvolvemos o presente projeto através de pesquisas e visitas a uma das franquias da empresa Cacau Show, do ramo alimentício, para analisar e verificar algumas das práticas relacionadas a *endomarketing*.

Com ações voltadas para a comunicação e a informação adequada para os funcionários de uma organização, veremos que existem algumas maneiras práticas de motivação para obter

¹ Centro Universitário Leonardo Da Vinci – UNIASSELVI – Rodovia BR 470 – Km 71 – nº 1.040 – Bairro Benedito – Caixa Postal 191 – 89130-000 – Indaial/SC Fone (47) 3281-9000 – Fax (47) 3281-9090 – Site: <www.uniasselvi.com.br>.

melhores resultados tanto para a empresa quanto para seus colaboradores.

A empresa pesquisada utiliza métodos que possibilitam o seu público interno conhecer e se aperfeiçoar nos produtos no qual trabalham. Sabendo que o grau de comprometimento dos mesmos com o negócio está também relacionado ao nível de conhecimento que possuem sobre a empresa e seus valores.

Cacau Show

Segundo informado no *site* <www.cacaushow.com.br/sobreacacaushow>, a história da Cacau Show iniciou na Páscoa de 1988. Alexandre Costa, na época com 17 anos, revendendo chocolates de uma indústria, conseguiu uma encomenda de 2 mil ovos de 50 g. O que ele não sabia era que aquele tamanho estava fora de linha e que era impossível produzir ovos dessa gramatura. Com essa notícia e preocupado em não frustrar os clientes, o rapaz comprou a matéria-prima e, em uma loja especializada no ramo, conheceu uma senhora que fazia chocolates caseiros. Dona Creusa foi a primeira pessoa a confiar naquele rapaz que estava à sua frente lhe pedindo ajuda. Ela acreditou no sonho daquele jovem menino e o ajudou a realizar seu primeiro trabalho próprio, claro, ela foi remunerada e depois cada um seguiu seu caminho.

Missão, visão e valores

A empresa tem como missão proporcionar ao maior número de pessoas uma experiência memorável e excelência em produtos e serviços, sendo referência em gestão do negócio de chocolate. Como visão, ser a maior e melhor rede de chocolates finos do mundo. Oferecendo aos clientes e parceiros uma relação duradoura, com foco no crescimento, rentabilidade e responsabilidade socioambiental. Os seus principais valores são:

- Ética, respeito e honestidade.
- Compromisso com crescimento e resultados.
- Prática da inovação.
- Incentivo e reconhecimento ao desenvolvimento individual.
- Cuidado consigo mesmo, com o outro e com os detalhes. (CACAU SHOW, 2014).

Conceito de *endomarketing*

Endomarketing é uma palavra criada por Saul Bekin e patenteada por ele em 1995. “Entende-se por *endomarketing* as ações de *marketing* voltadas aos empregados de uma empresa. Tem como objetivo mobilizá-los com vistas a um alinhamento necessário para alcançar os objetivos e metas da organização”. (BEKIN, 2004, p. 64).

Segundo Levitt (1990, p. 170),

Para atrair clientes a empresa inteira deve ser vista como um organismo criador e satisfatório de clientes. A direção deve pensar de si mesma não como fabricando produtos, mas como provendo satisfações de valores que criem clientes. Ela deve forçar essa ideia (e tudo aquilo que ela significa e exige) em todos os cantos da organização. E tem de fazê-lo continuamente, e com aquela espécie de talento que excita e estimula as pessoas que nela trabalham.

Práticas de *endomarketing*

Mediante as pesquisas feitas em arquivos e visitas na empresa Cacau Show onde se realizou a pesquisa, foi visto que várias ideias podem mudar a rotina da empresa usando o *endomarketing* como principal meio para a harmonia do ambiente de trabalho. Assim, através destas pesquisas, foi constatado que entre todas as práticas adotadas em uma empresa para a conservação do seu profissional, a principal delas é estimular a motivação.

“O principal objetivo do *endomarketing* é fazer com que todos os funcionários tenham uma visão compartilhada sobre o negócio da empresa, incluindo itens como gestão, metas, resultados, produtos, serviços e mercados nos quais atua”. (BRUM, 1998, p. 43).

Ações práticas do *endomarketing* na empresa Cacau Show

A partir disso, foram elaborados alguns tópicos com as principais práticas que podem ser exercidas com sucesso em favor do *endomarketing*.

A motivação interna

A empresa pesquisada tem como objetivo estimular seus funcionários para que ocorram resultados positivos tanto para a empresa quanto para os funcionários.

Entendendo que para ocorrerem esses resultados os funcionários precisam de alguns estímulos, sendo que o funcionário só terá a motivação esperada se ele for reconhecido profissionalmente. Para isso será beneficiado com bonificações como:

- Premiação (pontuação por excelência no trabalho que o funcionário trocará por prêmios).
- Viagens e convenções nacionais com todos os colaboradores da rede, ajudando no entrosamento da empresa com o funcionário, pois eles irão aproveitar e conhecer mais sobre os fundamentos da Cacau Show, período anual.

É responsabilidade da empresa gerar a realização profissional das pessoas que nela trabalham, com isso ocorrerá o resultado esperado.

Comunicação

A comunicação dentro da organização é vista como um processo fundamental na busca do conhecimento e também como melhoria do relacionamento interpessoal. É um papel essencial da empresa para a motivação dos seus colaboradores, comunicar sua missão, visão e seus valores.

Existem alguns exemplos de comunicação voltada para o *endomarketing* que devem ser organizadas e implantadas dentro da empresa, assim como: reuniões que são voltadas para a integração entre funcionário e empresa, vídeos de treinamento, seminários de práticas reais dentro de empresas líderes e especializadas no tema “*endomarketing*”, murais e painéis explicativos com informações adequadas para uma visão correta da importância do bom atendimento ao cliente.

“[...] a informação dá à pessoa a possibilidade de melhorar seu desempenho no trabalho, diminuir níveis de insegurança e, principalmente, estreitar sua relação com os programas e projetos da empresa” (BRUM, 2005).

Conhecimento x público interno

Não há por que desenvolver um plano de *marketing* com estratégias que visam ao crescimento da empresa e a satisfação do cliente externo, se o seu cliente interno não tiver conhecimento para garantir a eficácia desse plano. A relação da empresa com o mercado, bem como os serviços prestados, passa a ser um serviço realizado pelo seu público interno. “Toda empresa

em qualquer organização tem um mercado interno de empregados que deve receber a primeira atenção”. (GRÖNROOS, 1995, p. 278).

A Cacau Show utiliza para seus funcionários como método de aprimorar seu conhecimento sobre a empresa, palestras, treinamentos no EAD e convenções externas. Assim seus consultores fazem viagens para a matriz onde é tudo pago pelo franquiado, interagindo com a empresa e seus colegas de trabalho, usando o lazer como forma de conhecimento. Saindo de seu cotidiano se motivam cada vez mais a aprender, vender e atingir metas. São realizadas também auditorias em todas as 1000 lojas de franquiados do Brasil, todos os meses, onde é verificada a organização da loja, cada setor e todo padrão exigido pela Cacau Show, com o bom resultado seus consultores ganharão pontos que serão acumulados para ganhar grandes prêmios da empresa. Assim seus funcionários, estando cientes disso, se motivarão cada vez mais para o crescimento da organização e o excelente atendimento com o cliente. “Se os empregados não estão convencidos da qualidade dos serviços prestados por sua empresa e da importância de seus papéis nesta prestação, não há nada na terra que os tornem dispostos a vendê-los para seus clientes”. (ALBRECHT, 2010, p. 22).

Atualmente o desenvolvimento das pessoas é indispensável para o crescimento destas e da organização onde atuam, visando assim à motivação mútua e garantindo a competitividade no mercado.

Considerações finais

Com o apanhado geral das pesquisas e das visitas à empresa Cacau Show, analisamos a importância do *endomarketing* na gestão de pessoas. Visto que existem alguns pontos que fazem a diferença na realização profissional dos colaboradores, ajudando assim no crescimento dos negócios.

Na empresa que pesquisamos são utilizadas algumas estratégias de motivação interna, para que, em consequência, possa ocorrer o atendimento de excelência ao cliente. Incentivando a boa convivência entre os funcionários e a empresa.

Concluímos que a comunicação é essencial para o desenvolvimento interno e externo da organização. Assim, dentro deste contexto, vimos métodos de incentivo que tornam o ambiente de trabalho agradável e inovador, gerando resultados positivos não só para o funcionário como também para o empregador.

Referências

ALBRECHT, Karl. **Endomarketing de A a Z**: como alinhar os pensamentos das pessoas à estratégia da empresa. 2. ed. Integrare, 2010.

BEKIN, Saul F. **Endomarketing**: como praticá-lo com sucesso. São Paulo: Ed. Person, 2004.

BRUM, Analisa de Medeiros. **Endomarketing como estratégia de gestão**: encante seu cliente interno. Porto Alegre: L&PM, 1998. 180p.

BRUM, Analisa de Medeiros. **Face a face com o endomarketing**: o papel estratégico das lideranças no processo da informação. Porto Alegre: L&PM, 2005. 157p.

CACAU SHOW. **Sobre a Cacau Show**. 2014. Disponível em: <<http://www.cacaushow.com.br/sobre/historia>>. Acesso em: 2 jul. 2014.

GRÖNROOS, Christian. **Marketing – gerenciamento e serviços**: a competição por serviços na hora da verdade. Rio de Janeiro: Campus, 1995. 406p.

LEVITT, Theodore. **A imaginação de marketing**. Nova Edição Ampliada. São Paulo: Editora Atlas S.A. 1990.

Artigo recebido em 15/06/15. Aceito em 17/08/15.
