

ENDOMARKETING: Marketing interno das organizações

Ana Claudia de Lima dos Santos¹

RESUMO

Este artigo relata uma estratégia ao qual toda empresa, seja de pequena, média ou grande porte deve seguir, pensando nas ações internas voltadas para os funcionários. Trazer uma boa imagem da empresa para seus colaboradores e fazer ações para que todos se sintam motivados isso trará uma boa performance para a empresa.

O conceito desse tema é fazer com que haja engajamento, reconhecimento e incentivo à formação profissional. Visando uma qualidade de vida e plano de carreira para o colaborador.

Este estudo foi baseado através de pesquisa de grandes autores do marketing como Kotler, Bekin e Chiavenato, além de alguns estudos de casos que implantaram as ações de Endomarketing na empresa e obtiveram grandes resultados.

Segundo Bekin (1995) “Endomarketing consiste em ações de marketing voltadas para público interno da empresa com o fim de promover entre seus funcionários e departamentos valores destinados a servir o cliente”.

Palavras-chave: Engajamento. Incentivo. Endomarketing.

ABSTRACT

This article reports on a strategy that every company, whether small, medium or large, should follow, thinking about internal actions aimed at employees. Bringing a good image of the company to its employees and taking actions so that everyone feels motivated will bring a good performance to the company.

¹ Ana Claudia de Lima dos Santos, acadêmica graduando em Administração pela Faculdade de Santana de Parnaíba – FASP-2020

The concept of this theme is to ensure engagement, recognition and encouragement for professional training. Aiming at a quality of life and career plan for the employee.

This study was based on research by great marketing authors such as Kotler, Bekin and Chiavenato, in addition to some case studies that implemented Endomarketing actions in the company and obtained great results.

According to Bekin (1995) "Endomarketing consists of marketing actions aimed at the company's internal public in order to promote among its employees and departments values intended to serve the customer".

Keywords: Engagement. Incentive. Endomarketing.

1. INTRODUÇÃO

Este artigo tem como objetivo mostrar que a qualidade de vida dentro das organizações é essencial. O colaborador dedica a maior parte do tempo em prol da entidade, nada mais justo que o reconhecimento seja visível. Muitas vezes o reconhecimento não é só em dinheiro, um simples gesto conta muito. O artigo relata que um colaborador motivado, traz lucro para a empresa, porém um desmotivado fará com que a empresa perca performance.

2. COMO PRATICAR O ENDOMARKETING COM SUCESSO

Segundo Kotler (2000, p. 30), "marketing é um processo social por meio do qual pessoas e grupos de pessoas obtêm aquilo que necessitam e o que desejam com a criação, oferta e troca de produtos de valor com outros".

O marketing não deveria ser apenas a parte estratégica das empresas, mas sim o centro das entidades para satisfazer os clientes. Kotler acreditava que o marketing estava ligado à economia, mas não somente nos preços, e sim nas alterações que as demandas sofriam.



Figura 1 - Os 3 pilares do Endomarketing
 FONTE: <https://medium.com/@Allan.2017057/endomarketing-f54b74f3cf1>

Segundo o autor, o marketing interno deve vir antes do externo. Na verdade, não faz sentido divulgar a excelência de um determinado serviço antes de treinar os funcionários da empresa a fim de que estes fiquem aptos a fornecê-lo. O autor define marketing interno como a “tarefa de contratações acertadas, treinamento e motivação de funcionários hábeis que desejam atender bem os clientes” (KOTLER, 2000, p. 37).



Figura 2- Endomarketing com sucesso
 FONTE: <https://www.graficariomega.com.br/blog/endomarketing-como-ferramenta-para-o-sucesso/>

Antes dele, o marketing não era considerado importante como é hoje e criou seis etapas de mera importância para as empresas:

- Prospecção de clientes;
- Entender a necessidade do público – alvo;
- Desenvolvimento de soluções;
- Realização de propostas;
- Negociação das propostas, e
- Venda.

Antigamente, o setor Recursos Humanos (RH) não se preocupava com as estratégias relacionadas à empresa. Ao passar do tempo, com a valorização dos profissionais, o RH passou a ter mais importância e começaram a participar dos processos decisórios das organizações. Ficou comum a prática de tomada de decisões, levando em consideração os interesses dos funcionários, tomando medidas que buscam satisfazer as necessidades básicas das organizações. Diante deste cenário, muitas empresas começaram a investir no marketing interno ou mais conhecido hoje como endomarketing.

2.1 O que significa endomarketing?

Uma estratégia de marketing institucional voltada para ações internas na empresa. É também chamado de marketing interno e visa melhorar a imagem da empresa entre os seus colaboradores, culminando em uma equipe motivada e reduzindo o turnover (índice de rotatividade, tem como seu principal papel influenciar os colaboradores a estarem cada vez mais engajados as ações realizadas.

Os clientes externos começam a enxergar a empresa de uma forma mais humana, carismática e acolhedora, desenvolvendo um sentimento de “adoração” pelo negócio. O endomarketing começa a ser estudado a partir da década de 80, derivado do marketing, visando aplicar as mesmas técnicas de abordagem destinadas aos clientes externos, para o público interno da empresa. São diversas ações que compõem o endomarketing, desde a comunicação interna e as políticas de benefícios e incentivos até os eventos voltados para os colaboradores e sutilezas como a decoração da empresa.

2.2 Os 5 Motivos para uma empresa investir em Endomarketing

1º Motivação

Trabalhar em um ambiente inspirador, que demonstra preocupação com seus colaboradores, é o desejo de praticamente todo mundo. Saber que a empresa tem atenção com você faz com que você tenha atenção com a empresa. A motivação no ambiente de trabalho é fundamental para o sucesso da empresa.

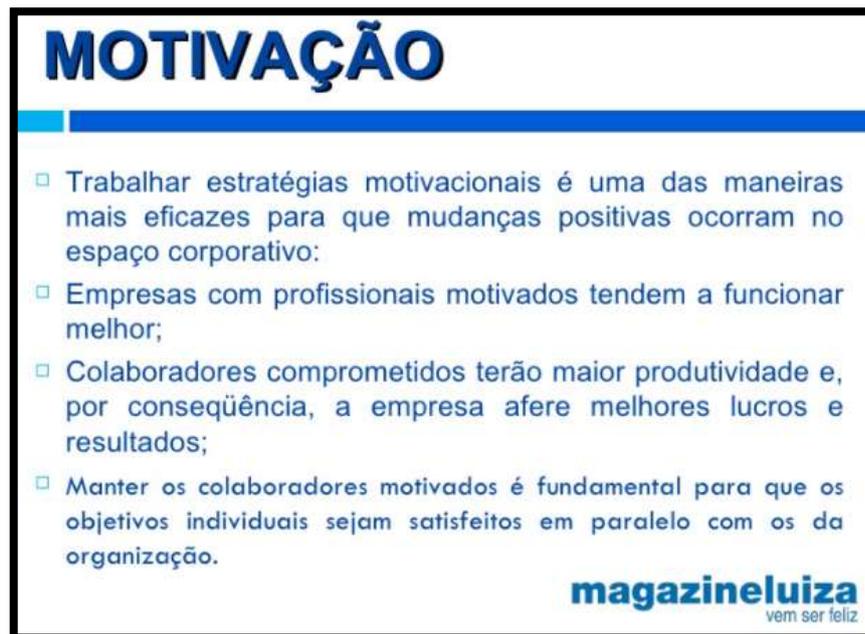


Figura 3- Motivação "Magazineluiza"

FONTE: <https://pt.slideshare.net/nanycrazy/a-importancia-do-endomarketing-para-o-desenvolvimento-corporativo-estudo-de-caso-do-magazine-luiza>

2º Produtividade

Motivação também aumenta a produtividade. Quando você está satisfeito com o seu trabalho, é mais fácil ser proativo, buscar entregar algo com a melhor qualidade e correr atrás de bons resultados.

3º Retenção de talentos

Que o mercado é uma grande competição não é novidade para ninguém. Ter em sua equipe profissionais preparados, capacitados e especializados pode ser um grande diferencial.

4º Engajamento

Através das ações de endomarketing, é possível mostrar para o seu colaborador que a empresa está aberta a ouvir suas sugestões e contribuições, e inclusive incentivar isso. Assim, funcionários motivados, alinhados com os objetivos e visões da empresa, também serão funcionários mais engajados.

5º Clima organizacional

Passamos, em média, oito horas do nosso dia no ambiente de trabalho. As ações de endomarketing ajudam a tornar essas horas mais agradáveis, em um ambiente saudável, descontraído na medida certa e inspirador.

2.3 Como fazer Endomarketing?

O objetivo das ações é realmente agradar, motivar e interagir com os colaboradores. Seu time é o público final das ações de endomarketing, por isso os interesses deles devem ser levados em conta. Algumas empresas realizam, erroneamente, ações de endomarketing com o objetivo de transformá-las em vitrine para o cliente final. Esse tipo de estratégia não costuma funcionar nem com o cliente final nem com os colaboradores. É por isso que o departamento de RH deve participar de todo o processo, desde o planejamento até a execução.

2.4 Algumas ações para a realização do Endomarketing:

1. Pesquisas com colaboradores

Antes mesmo de começar a planejar suas ações de endomarketing, é necessário realizar uma pesquisa de clima organizacional com os colaboradores. Entender como eles enxergam a empresa e como avaliam o ambiente de trabalho. Através de perguntas estruturadas é possível analisar como o colaborador sentem-se em relação a reconhecimento, motivação, clima organizacional, remuneração e benefícios. Com o resultado das pesquisas, é possível criar planos de ações que vão trazer os resultados esperados, no entanto é importante tornar essas pesquisas uma tarefa recorrente na sua empresa, para comparar os resultados mediante as ações que foram executadas.

2. Eventos para o público interno

Palestras, workshops, cafés da manhã e outros eventos motivacionais voltados para o público interno costumam trazer ótimos resultados.

3. Comunicação interna

Não importa o tamanho da sua empresa. É muito importante que se tenha uma forma estruturada de comunicação interna. Informações institucionais e avisos importantes devem ser repassados de forma sistematizada para todos os funcionários. Quanto mais transparentes forem as informações, melhor permita que sua equipe participe dos reportes de metas, os resultados financeiros e desempenho da companhia.

4. Ações de integração

Esse tipo de ação serve tanto para integrar os colaboradores com a empresa, como entre eles próprios. São ações que aproximam e fortalecem o espírito de equipe. happy hour, almoço e comemoração de aniversariante do mês.

5. Política de benefícios

A política de benefícios da sua empresa pode ir muito além do vale refeição e plano de saúde. Auxílio a cursos de capacitação, incentivos à prática de esporte, descontos em restaurantes, academias e atividades culturais, facilidades para funcionárias mães, dias de folga e outros tipos de benefícios são excelentes para motivar, engajar e reter funcionários.

6. Cursos e treinamentos

Cursos e treinamentos são boas alternativas para os colaboradores e empresa. Investir na capacitação e especialização dos funcionários vai deixá-los satisfeitos e motivados, e os aprendizados podem ser aplicados na própria empresa.

7. Ambiente inspirador

Criar um ambiente inspirador é dever de toda empresa. Planeje os espaços, a sinalização e a decoração da sua empresa de forma que os colaboradores se sintam em um lugar acolhedor e motivador.

8. Cultura inovadora

Transmitir uma cultura inovadora é fundamental para atrair, reter e engajar os colaboradores. O mundo está em constante transformação e a sua empresa também precisa estar.

3. CASOS DE SUCESSO

Portobello

A empresa de cerâmicas, de Santa Catarina, tinha como objetivo aumentar o engajamento dos seus funcionários.

Como estratégia, apostaram num plano de carreira e uma comunicação bastante divertida e didática. O *Programa de Desenvolvimento e Crescimento* foi divulgado com uma história em quadrinhos e um jogo de tabuleiro.

As peças ilustravam o caminho que o funcionário deveria percorrer para crescer profissionalmente na empresa.

Magazine Luiza

A Magazine Luiza, muito conhecida e valorizada no Brasil, apostou na descentralização do poder, buscando uma administração mais participativa.

A empresa tem uma série de programas de incentivo, reconhecimento, motivação e treinamentos, além de sempre buscar aproximar as famílias.

4. VOCÊ SE SENTE FELIZ NO SEU LOCAL DE TRABALHO?

Colaboradores mais felizes com o lugar onde trabalham, rendem mais. E isso diminui os gastos dentro da empresa e aumenta os resultados positivos.

Tanto o setor RH quanto o Marketing, precisam juntar forças e trabalhar em cima da interação do colaborador com a empresa, desenvolvendo atividades no dia a dia que resultam em uma maior motivação da equipe.



Figura 4- Felicidade no local de trabalho

FONTE: <https://newtrade.com.br/carreira/felicidade-no-trabalho-aumenta-produtividade-em-12-diz-pesquisa/>

“O talento vence jogos, mas só o trabalho em equipe ganha campeonatos”. (Michael Jordan, Ex-atleta da NBA)

Um recurso motivacional que vem sendo utilizado por algumas pessoas é levar seu animal de estimação para o local de trabalho, essa ação pode trazer benefícios ao local de trabalho como redução de estresse; melhora no relacionamento interpessoal; maior motivação além de proporcionar ao colaborador o local de trabalho mais satisfatório e de comprometimento com a empresa.

Claro que para começar a utilizar esse benefício, a empresa precisa estar de acordo. O colaborador e seu pet devem se encaixar há alguns requisitos, e todos os demais colaboradores devem aprovar a ação.

O estudo comparou colaboradores que levavam seus cachorros ao trabalho, os que não levavam e os que não possuem pets nas áreas de estresse, satisfação profissional, comprometimento e apoio. “As diferenças de estresse entre os dias em que os cachorros não estão presentes são significativas”,

disse Randolph T. Barker, PhD e professor responsável pela pesquisa – Site VEJA. (BABADOBOULOS, 2018)

5. BENEFÍCIOS DO ENDOMARKETING

- Aumento da motivação e do engajamento dos colaboradores;
- Melhoria do clima interno, propiciando maior interação entre os colaboradores;
- Sensação de pertencimento dos colaboradores;
- Eliminação de ruídos na comunicação interna;
- Aumento do Employer Branding;
- Facilidade para captação de talentos no mercado devido à reputação da empresa;
- Alinhamento de objetivos da empresa e do colaborador.

6. DEFINIÇÃO DE ENDOMARKETING

Segundo Chiavenato (2009), a gestão de pessoas, mediante suas atribuições tem como responsabilidade a execução de alguns processos básicos da sua função, sendo eles: atrair, atribuir, desenvolver, recompensar, fidelizar e monitorar pessoas.

- Processo de atração: engloba o levantamento das necessidades de mão de obra, recrutamento, seleção e treinamento. É o processo que visa atrair indivíduos para a organização.
- Processo de atribuição: corresponde em atribuir indivíduos a funções e cargos dentro da organização, orientando e acompanhando-os no processo, desenhando assim uma estrutura organizacional.
- Processo de desenvolvimento: busca promover o desenvolvimento do colaborador através de treinamentos, capacitações e comunicação orientada aos objetivos da função a ser desempenhada, bem como objetivos gerais da empresa.
- Processo de recompensas: visa recompensar os colaboradores conforme variantes pré-estabelecidas como metas e desempenho do indivíduo, com intenção de promover a motivação dos mesmos e o comprometimento para com a produtividade da organização.

- Processo de fidelização: objetiva promover um ambiente favorável ao colaborador bem como a oferta de remuneração variável e recompensas, plano de benefícios e saúde, bem como uma comunicação acessível à administração da organização, gerando assim um clima organizacional que proporcione a satisfação do indivíduo.
- Processo de monitoramento: corresponde ao acompanhamento das atividades dos colaboradores, controlando e verificando os resultados através de indicadores, sistemas específicos, auditorias, metas.

Bekin (2004) defende que “ações de marketing voltadas para o público interno da empresa, com o fim de promover entre seus funcionários e departamentos valores destinados a servir o cliente”.

Segundo Kotler (2000), “o marketing tem um envolvimento social, levando o consumidor a interessar-se pelos produtos de forma criativa e renovada, oferecendo um serviço de qualidade, quando dos trabalhos prestados”.

Podemos dizer que o endomarketing aborda aspectos de crenças, valores, emoções, participação e motivação junto a seus colaboradores.

O endomarketing consiste em ações de marketing voltadas para o público interno da empresa, com o fim de promover entre seus funcionários e departamentos, valores destinados a servir o cliente. Esta noção de cliente, por sua vez, transfere -se para o tratamento dado aos funcionários comprometidos de modo integral com os objetivos da empresa. Bekin (1995, p. 2)

Concordo com essa fala, pois no endomarketing o objetivo é focar nos colaboradores para gerar resultado para a empresa. São trocas. A interação do funcionário junto com a empresa pode ser feita através de treinamentos, eventos sazonais, valorizações, entre outros.



Figura 5 - Comunicação interna/ Treinamento

FONTE: <https://blog.aevo.com.br/endomarketing-em-programas-de-ideias/>

7. CONCLUSÃO

O Endomarketing é a forma de fazer com que o funcionário cresça como indivíduo. É na escola e na faculdade que o trabalhador aprende a importância do trabalho em equipe, e da sua importância contribuindo com o todo dentro da organização, aprendendo e ensinando. Fazendo com que o relacionamento com o grupo seja saudável.

A ação do Endomarketing é fazer com que a opinião de todos os envolvidos seja considerada dentro da organização. Tratando o cliente e o colaborador com verdades, para que o relacionamento seja eficaz para todos.

A empresa que não tem o Endomarketing aplicado, não tem performance conforme o esperado. Há sempre uma coisa ou outra que deixa o colaborador desmotivado, e a desmotivação faz com que ele não se empenhe tanto no trabalho e a empresa não atinge o esperado. A função dele é trazer para dentro da empresa o conceito de cliente, para conseguir melhorar a qualidade dos produtos e serviços prestados, por meio da produtividade de cada funcionário e dos processos internos como um todo.

A vantagem que a empresa tem em implantar o Endomarketing, é que os colaboradores passam a ser mais leais, ágil e comprometido com as tarefas passadas pelos seus gestores, a equipe se torna mais engajada e tem uma melhoria no clima organizacional. Mostrar ao colaborador que se importa com ele, que preza pelo seu bem-estar, mostrar que eles são importantes para a organização e qual é o seu papel lá dentro.

8. BIBLIOGRAFIA

Endomarketing na prática! Benefícios e resultados de uma boa estratégia de marketing interno. Disponível em: <<https://v20.com.br/2017/01/04/endomarketing-na-pratica-beneficios-e-resultados/>> Acesso em: 03 de setembro de 2020.

Endomarketing: o que é, por que fazer e como fazer endomarketing. Disponível em: <<https://blog.opinionbox.com/endomarketing/>> Acesso em: 24 de agosto de 2020.

Entendendo o Endomarketing ou Marketing interno. Disponível em: <<http://www.sobreadministracao.com/entendendo-o-endomarketing-ou-marketing-interno/>> Acesso em: 03 de agosto de 2020.

O endomarketing como estratégia na gestão de pessoas: influências de clima e cultura nas organizações

Disponível em: <<https://revistas.ponteditora.org/index.php/e3/article/view/19/14>>
Acesso em 16 de outubro de 2020

Philip Kotler: História, Contribuições e Influência do maior nome do Marketing. Disponível em: <<https://rockcontent.com/br/blog/philip-kotler/>> Acesso em 10 de setembro de 2020.

Porque empresas começaram a permitir animais no trabalho. Disponível em:

<<https://veja.abril.com.br/economia/por-que-empresas-comecaram-a-permitir-animais-no-trabalho/>> Acesso em: 15 de agosto de 2020.

SUMÁRIO

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Os 3 pilares do Endomarketing	3
Figura 2 – Endomarketing com sucesso	3
Figura 3 – Motivação “Magazineluiza”	5
Figura 4 - Felicidade no local de trabalho	9
Figura 5 – Comunicação interna/ Treinamento.....	12