


Atividade Prática: sensibilização e engajamento de lideranças

CVSP - 9 de abril 2015

Sensibilização e engajamento de lideranças			
 <p>Como você, responsável pelo programa de voluntariado empresarial, pode apoiar esse processo com as diversas instâncias de lideranças na empresa?</p>			
Lideranças	Liderança direta - líder da área onde o programa de voluntariado está inserido	Média gerência	Alta gestão
Quais as principais causas da falta de apoio ao programa?			
Como "vender" o voluntariado empresarial em uma oportunidade de 5 minutos?			
Quais argumentos positivos devem ser reforçados?			
Quais ferramentas de comunicação utilizar para mobilizá-los?			

Liderança direta líder da área onde o programa de voluntariado está inserido

1. Quais as principais causas da falta de apoio ao programa?

- Quando o gestor diretor é da área responsável pelo programa ele apoia incondicionalmente.
- Quando o gestor direto é de outra área (ex: programa pertence a área de RH ou Comunicação) é mais difícil conseguir o apoio.
- Falta de conhecimento sobre os conceitos e as práticas
- Falta de tempo
- Aspectos jurídicos
- O programa não faz parte da meta do gestor
- Não vê valor no programa de voluntariado empresarial
- Está preocupado com o assunto "core" da sua equipe e em dar resultado para a empresa
- Desfalque de pessoas que saem para o voluntariado. As equipes são sempre muito reduzidas (EUquipes)
- Não reconhecimento da importância das ações de voluntariado
- Falta de visão estratégica e planejamento

2. Como "vender" o voluntariado empresarial em uma oportunidade de 5 minutos?

- Apresentar dados de pesquisas
- Capacitação para apresentar conceitos e benefícios do programa de voluntariado empresarial
- O programa de voluntariado empresarial pode ser ferramenta para melhorar o clima organizacional e promover integração e motivação da equipe.
- O programa de voluntariado empresarial pode ser ferramenta para dar visibilidade para a área
- Demonstrar o valor da ação voluntária para aquela área, para a melhoria e desenvolvimento de talentos e habilidades da equipe
- Reconhecimento da área em fazer o programa acontecer

Atividade Prática: sensibilização e engajamento de lideranças

CVSP - 9 de abril 2015

3. Quais argumentos positivos devem ser reforçados?

- Pesquisa de cliente - irá melhorar o resultado
- Desenvolvimento de competências e habilidades dos funcionários
- Programa é uma inovação para a empresa
- Transformação social da comunidade
- Pontuar de que forma o programa de voluntariado impacta a empresa como um todo
- Deixar claro os ganhos e que o programa não vai “atrapalhar”
- Reconhecimento da área
- Sentimento de pertencimento

4. Quais ferramentas de comunicação utilizar para mobilizá-los?

- Café na copa - papo informal
- Eventos criativos e informativos que chamem atenção para o tema
- Blog
- Murais
- E-mail marketing com fotos das ações
- Depoimentos
- Vídeos
- Contar histórias e criar personagens
- Trazer para o “pessoal”- personalizar
- Entrega de fotos, provas concretas da participação
- Promover atividades de reconhecimento frequentes
- Compartilhar histórias de voluntários atuantes pode atrair novos interessados
- Brindes geradores de conversas movimentam o programa e apoiam a mobilização
- Aproveitar iniciativas individuais de funcionários para movimentar e engajar novos interessados

Média Gerência

1. Quais as principais causas da falta de apoio ao programa?

- Falta de conhecimento sobre o tema voluntariado
- Falta de profissionalismo e profissionalização da gestão do programa de voluntariado empresarial
- Não percebe o apoio da alta gestão
- Não se sente convidado a opinar e sim obrigado a aceitar
- Não sabe qual é o objetivo de se implantar um programa de voluntariado empresarial
- Não se percebe envolvida na definição de qual é a estratégia da empresa para o programa.
- Não percebe a importância do seu apoio para que o programa de voluntariado aconteça
- Tem metas e resultados para entregar, não libera o funcionário e não facilita a participação no programa de voluntariado

Atividade Prática: sensibilização e engajamento de lideranças

CVSP - 9 de abril 2015

- Distância dos funcionários e da realidade e interesse destes em participar: distancias muitas vezes geográficas: escritórios, unidades, plantas, área administrativa e área industrial, e comercial.
- Muitos funcionários tentam se promover por meio do trabalho voluntario
- Desconhecem o potencial do voluntariado para o desenvolvimento dos funcionários e o impacto na melhoria de clima
- Não existe o interesse de incluir o voluntariado na pauta da média gerência
- A procura nunca é espontânea tem que ser levado até a média gestão
- Falta prioridade - o tema é desimportante
- A gerência operacional não tem o entendimento muitas vezes porque é mal comunicado pela empresa

2. Como “vender” o voluntariado empresarial em uma oportunidade de 5 minutos?

- Você é importante para fazer o programa acontecer! Com o seu apoio os colaboradores irão se engajar e o programa irá desenvolver competências e habilidades dele
 - importância do gestor
 - desenvolvimento dos funcionário
 - retenção
- O impacto que causa no colaborador é significativo: desenvolve competências, integra pessoas e melhora o clima interno. Isso tudo impacta nas metas!
- Destacar competências e habilidades que estão em jogo
- Vídeo com resultados e depoimentos
- Resultados de uma pesquisa com os voluntários
- O resultado fez bem para a equipe
- Reforçar quando as ações acontecerão fora do horário de trabalho
- Apresentar depoimento de gestores e lideranças que participaram
- Relatório, boletim enxuto e objetivo com principais resultados
- Book de atividades para gerentes (resumo do começo ao fim da ação)
- Destacar de que maneira cada área se envolve no programa em comparação com a sua gerência
- Evidenciar a média gerencia que se engaja espontaneamente em ações de voluntariado
- Usar vídeo + números atende aos diferentes públicos, quem quer resultado e quem quer reconhecimento
- Envolve-lo em momentos de decisão para que se perceba também líder do programa
- Mostrar que é tendência, que voluntariado é tema de gente que está “atenada”

Atividade Prática: sensibilização e engajamento de lideranças

CVSP - 9 de abril 2015

3. Quais argumentos positivos devem ser reforçados?

- Programa irá ajudar a bater a meta
- Reter funcionários
- Desenvolver habilidades dos funcionários
- Deixar claras as oportunidades de melhorias nos processos
- Usar a estratégia da “linha do tempo”- propor uma reflexão entre as experiências próprias de participação social e o programa de voluntariado
- Se possível, fazer os gerentes compartilharem “suas linhas do tempo” e o quanto a experiência foi bacana para ele e pode ser bacana para as futuras lideranças
- Deixar claros os ganhos com aquela ação
- Clima interno
- Sentimento de pertencimento
- Integração
- Desenvolvimento de competências profissionais
- Mostra e reforçar que quanto mais resultado no voluntariado mais engajamento e encantamento com a empresa

4. Quais ferramentas de comunicação utilizar para mobilizá-los?

- Incluir informações sobre o programa nas reuniões de resultado da empresa
- Utilizar as reuniões / comitês de área para falar sobre o programa
- Canal executivo - exclusivo do gestor - ele recebe a informação e é responsável por replicá-la para a equipe
- Utilizar o Presidente para vender o projeto
- Comunicação que mostre os benefícios e o vínculo com RH
- Comunicação personalizada
- Vídeos, boletins, newsletter,
- Edições comemorativas, com dados quanti e qualitativos, fotos e depoimentos
- Programa de Reconhecimento, cuidado ao convidar uma liderança genuinamente engajada.
- A frequência do reconhecimento pode ser maior, trimestral
- A capacitação pode ser uma excelente ferramenta de reconhecimento
- Oferecer cursos pode ser também uma forma de reconhecer e mobilizar

Alta gestão

1. Quais as principais causas da falta de apoio ao programa?

- Falta de prioridade
- Falta de tempo
- Não querem se envolver presencialmente nas ações
- Não tem conhecimento dos resultados das ações e o impacto destas na comunidade
- Falta de engajamento
- Falta de conhecimento do que é trabalho voluntario ou das ações oferecidas

Atividade Prática: sensibilização e engajamento de lideranças

CVSP - 9 de abril 2015

- Descrença na ação voluntária, questões relacionadas à causa.
- Excesso de cobrança sobre a liderança, foco em números.
- Não querem se envolver presencialmente nas ações
- Hora do colaborador é muito cara
- Aspectos jurídicos: segurança, horas trabalhada, desvio de função etc.
- Insegurança e medo de que possa refletir de forma negativa: gerar demandas que não poderão ser atendidas por parte da comunidade.

2. Como “vender” o voluntariado empresarial em uma oportunidade de 5 minutos?

- Mostrar o diferencial do programa, o retorno das ações e da imagem da empresa frente a comunidade
- Mostrar o que a concorrência faz nos seus programas
- Apresentar o calendário anual das ações – planejamento
- Relatório geral de atividades no ano
- Está alinhado com a estratégia de negócios
- Que causas estão sendo atendidas?
- Dados gerais sobre o voluntariado, o contexto do voluntariado
- Visão geral da participação das diferentes gerências
- Impacto na marca e resultados
- Conhecer a história de vida do executivo e propor que o envolvimento com o voluntariado empresarial é uma ótima forma que ele terá de deixar o seu legado: “Como você pode passar e deixar o seu legado, a sua marca?”

3. Quais argumentos positivos devem ser reforçados?

- Imagem
- Reputação
- Relacionamento com a comunidade e resultado das ações
- Retenção dos funcionários
- Depoimentos dos colaboradores e da comunidade
- Sentimento de pertencimento dos colaboradores com a empresa
- Integração entre as áreas
- Desenvolvimento de habilidades e competências
- Relação diferente com a comunidade e o público interno

4. Quais ferramentas de comunicação utilizar para mobilizá-los?

- Reunião presencial
- Infográfico
- Benchmarking com outras empresas do ramo de preferência práticas nacionais e internacionais
- Visão global sobre o tema

Atividade Prática: sensibilização e engajamento de lideranças

CVSP - 9 de abril 2015

- Considerar os diferentes perfis, algumas pessoas são mais visuais, outras preferem relatórios detalhados, outros se encantam com gráficos e planilhas.
- Resultados super consolidados: números reais e de fácil entendimento em poucos slides
- Reconhecimento anual
- Resultados contam a história inteira! Tem que estar em 1 único slide
- Alguns tipos de ações cativam mais que outras: descobrir interesse do gestor por algum tema ou causa.
- Mostrar indicadores e resultados
- Contar/mostrar a experiência de um executivo para outro (alta para alta)