



PRÊMIO UNIVERSITÁRIO
ABERJE

9ª EDIÇÃO

SABESP
INOVAÇÃO E TECNOLOGIA

Desenvolvido por Gustavo Costa e Rafaela Hilário, alunos do terceiro ano de Relações Públicas da Universidade Anhembi Morumbi.

São Paulo
07/2018

Como tudo aconteceu...

Eu, Gustavo, sempre recebo os e-mails da Aberje com atualizações, informações e novidades, um desses e-mails era sobre o prêmio universitário. Fiquei bastante curioso e fui até o site do PUA para entender como funcionaria a competição.

Para participar do prêmio deveria ser formado um grupo, com no mínimo duas pessoas, e não pensei duas vezes em chamar a Rafaela, que estuda comigo. A Rafa ficou bastante empolgada em participar, mas estava preocupada, pois teria que faltar dois dias em seu trabalho. Mesmo com essa dificuldade, ela conseguiu os dois dias de folga para participarmos da competição.

Nós nem sabíamos se passaríamos para o segundo dia do desafio, mas desde o começo tínhamos certeza que estaríamos na final. Nossa determinação foi crucial para o sucesso da ação.

Alguns dias antes do desafio levantamos informações sobre a Sabesp, como tamanho, presença de mercado, número de clientes, serviços e mídias digitais, além disso, participamos da feira de inovação tecnológica realizada na sede da Sabesp em São Paulo. Já nesse diagnóstico percebemos alguns itens que poderiam ser melhorados, independente de sabermos qual seria o trabalho.

Reunir todas essas informações, antes da competição, fez total diferença durante o processo de criação, tanto que no primeiro dia do desafio nem precisamos fazer um diagnóstico e juntar informações, pois já estávamos com tudo organizado na mente.

O tão esperado dia havia chegado.

No período da manhã tivemos a apresentação do desafio e no horário da tarde o processo de desenvolvimento. Como tínhamos muita informação acabamos fazendo um plano de comunicação integrada com várias ações, mas como o tempo para apresentação seria muito curto, as meninas da SAB nos orientaram a focar em um único público e em uma única ação.

A dica foi certa, focamos em melhorar nossa ação e nos ganhos que ela traria.

Fomos o último grupo a ser anunciado entre os seis que estariam na Sabesp no dia seguinte. Fomos para casa e viramos a noite fazendo a apresentação, disse para a Rafa “temos que fazer algo diferente, todos os outros grupos vão ser muito certinhos em suas apresentações, vamos ter que aplicar nossa proposta em convergência com os objetivos da Sabesp”, e assim fizemos.

Nossa apresentação contou com *memes*, brincadeiras e bastante humor, além, claro, de conteúdo relevante, com ações práticas que trariam um bom retorno para a Sabesp.

O desafio

Propor um plano de comunicação que demonstrasse o quanto a Sabesp é uma empresa inovadora, tecnológica e competitiva no mercado.

Diagnóstico

Como já havíamos feito o diagnóstico sabíamos das fragilidades dos canais digitais. Analisando o site, chegamos à conclusão de que ele não condizia com a imagem da Sabesp de ser uma empresa tecnológica, principalmente pelo fato de não possuir uma versão *Mobile*, otimizada para *Smartphones*, o que dificulta a visualização das informações, sendo necessário dar aquele zoom no aparelho para enxergar as abas do site.

Outro item avaliado foram os aplicativos da Sabesp, a empresa possui três *app's*, um para funcionários, outro para saber o nível das represas de São Paulo e o último o App da Sabesp, onde podem ser realizados vários serviços. Segundo dados do Google Play, o número de downloads do *app* é de apenas 100 mil, que é considerado baixo, pois o número de clientes da Sabesp chega a 27 milhões de consumidores.

Durante a feira, na sede da empresa, tivemos contato com os inúmeros investimentos que a Sabesp realiza em tecnologia e inovação, um dos itens que nos chamou atenção foi a loja modelo, na região do extremo sul da capital paulista, principalmente pelo atendimento eletrônico a “Sane”, que posteriormente foi utilizada em nosso planejamento.

Analisando as campanhas de comunicação da Sabesp, percebemos que a empresa era muito “tímida” em suas ações, porém, com um grande potencial para realizar intervenções que gerassem impacto na sociedade, pois é isso que as pessoas esperam de empresas inovadoras.

Por último, no dia do desafio utilizamos uma enquete no Instagram para fazermos duas perguntas aos nossos seguidores, “você acha que a Sabesp é uma empresa inovadora e tecnológica?” e “se você pudesse mudar a empresa que fornece água na sua casa, você trocaria?”. Ao todo obtivemos 113 respostas, 80% responderam que não acham a Sabesp inovadora e tecnológica e 65% responderam que trocariam de empresa.

Uma última curiosidade, a relação dos clientes com a empresa é bastante conflitante. Eles só entram em contato com a Sabesp quando possuem algum tipo de problema, e a própria Sabesp também só vai em busca do consumidor quando ela tem algum problema, sendo uma relação desgastada, criando uma imagem negativa da organização. Esse conflito é ainda maior quando a empresa se depara com algum consumidor que possui ligação

irregular de água, é perceptível a relação de medo e insegurança, o que não reflete os objetivos da Sabesp.

O plano de ação

Para chegarmos à ação final seria necessário realizar algumas mudanças consideradas básicas, como:

Modernização do site;

Criação da versão *Mobile* otimizada para *Smartphones*.

Essas mudanças têm como objetivo refletir a tecnologia da Sabesp em seu principal canal de contato com o cliente.

A segunda seria a junção de dois dos aplicativos da Sabesp, o mananciais e o *app* de serviços, além de disponibilizar mais funcionalidades, como:

Notificações sobre o nível das represas;

Alertas programados sobre economia de água;

Comparação de consumo por tipo de família;

Georreferenciamento sobre obras e o valor investido em cada região;

Notificação no Google Maps e Waze sobre obras.

A notificação sobre o nível das represas tem como objetivo conscientizar os clientes sobre a situação dos reservatórios, possibilitando a disseminação da informação de forma rápida e barata sobre a condição de cada represa do estado de São Paulo.

Os alertas programados são dicas de economia de água, eles seriam em horários específicos, como manhã e noite, indicando sobre fechar as torneiras enquanto escova os dentes, tomar banhos mais curtos, etc., para não ser algo que cause incômodo, eles podem ser desativadas pelo usuário.

A comparação por tipo de família tem como objetivo demonstrar o quanto cada família consome de água por mês. Ao baixar o aplicativo o cliente deve informar quantas pessoas ao todo moram em sua residência, e a partir daí, ele terá acesso ao valor médio de consumo de famílias com a mesma composição que a sua, e caso esteja utilizando um valor acima do padrão, ele será notificado pelo próprio *app* sobre o quanto está gastando a mais e o que poderá fazer para reduzir o consumo.

Já o georreferenciamento terá como função informar quais locais estão sendo realizadas obras da Sabesp, o motivo da obra e o valor investido. Assim todos os clientes poderão ter acesso de forma simples e clara sobre as ações da empresa, além de ter um panorama geral de todas as obras na cidade de SP. Uma das funcionalidades será a compatibilidade do App com o Google Maps e Waze, indicando para os motoristas que evitem aquela via devido às obras além de traçar o melhor trajeto naquele local.

Feito essas modificações, desenvolvemos a ação final em formato de intervenção. Durante um final de semana, em dez pontos chave da cidade de São Paulo, seriam colocados totens com um painel digital e um bebedouro. Os locais escolhidos são Parque Ibirapuera, Parque Vila Lobos, Av. Paulista, CERET, Parque da Juventude, Parque da Aclimação, Zoológico, Parque do Carmo, Parque da Independência e Parque do Povo.

O número total de visitantes nesses locais é de 302 mil pessoas, esperamos atingir diretamente 5% do público o que daria um total de 15 mil pessoas impactadas. Já o impacto indireto será de 10% o que dá cerca de 30 mil pessoas, o total de alcance da ação será de 45 mil pessoas.

No painel teria a seguinte informação “já tomou água hoje?”, como se fosse um convite para beber água. Assim que a pessoa chegasse para acionar o bebedouro a “Sane” apareceria no painel digital e iniciaria uma conversa, informal, com a pessoa que estiver bebendo a água. O diálogo seria:

- Oiê! A água tá geladinha né? Você sabia que a Sabesp investe X milhões para que água chegue assim na sua casa todos os dias...

- Só em tecnologia foram investidos mais de X milhões nos últimos anos...

- Você já baixou nosso app? Nele você pode realizar vários serviços sem precisar ir até uma loja! É bem simples, basta ir no Google Play ou na App Store...

O objetivo é interagir de uma forma inesperada que surpreenderá o cliente, além de mostrar, em poucos minutos, tudo o que a Sabesp tem feito nos últimos anos e incentivar o uso do App. Toda a conversa deve durar no máximo um minuto para não desprender a atenção do usuário, a voz deve ser calma, porém jovem, deixando a conversa sutil e clara.

Ao final do diálogo a “Sane” pedirá para tirar uma foto com a pessoa para postar no *Instagram* da Sabesp. Na tela aparecerá uma pergunta onde a pessoa irá autorizar ou não a foto e a publicação na rede social, para o isso o painel deverá ser *touch*, caso a pessoa não goste da foto ela poderá tirar uma melhor e escolher entre as duas. As fotos serão publicadas no *story* do *Instagram*, sumindo após 24h.

Para evitar problemas com as fotos, a equipe de comunicação responsável estará acompanhando as publicações durante toda a ação e, caso seja necessário, poderá agir para retirar do ar fotos indesejadas de forma rápida. As pessoas também poderão acompanhar em tempo real todas as fotos pelo *Instagram* da Sabesp, gerando maior engajamento nas redes sociais.

Desde o início da ação o totem estará gravando a reação das pessoas e posteriormente os vídeos serão postados no YouTube da Sabesp em formato de *reaction*, criando uma espécie de micro série sobre a ação.

Nos locais onde os totens estarão instalados haverá uma equipe de acompanhamento, que estarão disfarçados, eles farão a segurança dos equipamentos e também a coleta de dados das pessoas que participarem da ação.

Os resultados esperados

Com a ação esperamos os seguintes resultados:

- Impacto direto da ação 15 mil pessoas;
- Impacto indireto da ação 30 mil pessoas;
- Total de alcance 100 mil pessoas (somando *Instagram*, *YouTube*, *Facebook*, tráfego do site e plano de ação);
- Aumento no número de downloads do aplicativo da Sabesp;
- Aumento no número de seguidores nas redes sociais;
- Mídia espontânea na grande imprensa;
- Melhora da relação e percepção dos clientes sobre a Sabesp;
- Diminuição do número de atendimentos nas lojas físicas.

A mensuração dos resultados da ação será quantitativa, verificando o aumento dos downloads do app, aumento no número de seguidores, clipagem de mídia espontânea e redução de atendimentos nas lojas físicas. Já para a mensuração da percepção, indicamos que seja realizada uma pesquisa qualitativa sobre a mudança na imagem e reputação da Sabesp.

A apresentação

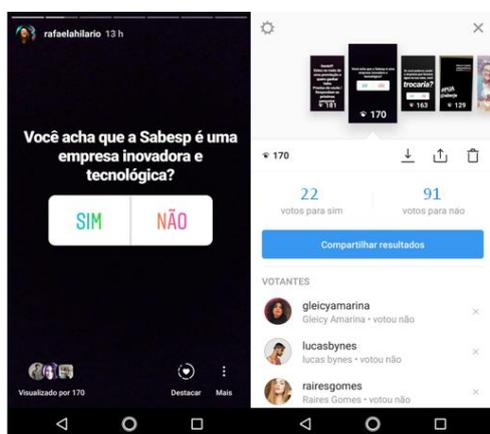
Como dissemos, nossa apresentação deveria refletir a inovação da Sabesp e também toda nossa criatividade.



Inovação

Sustentável
Modernização
Tecnologia
Pioneirismo
Desenvolvimento
Futuro
Avanço
Referência

O primeiro slide deveria apresentar os atributos que seriam trabalhados na apresentação.



80%

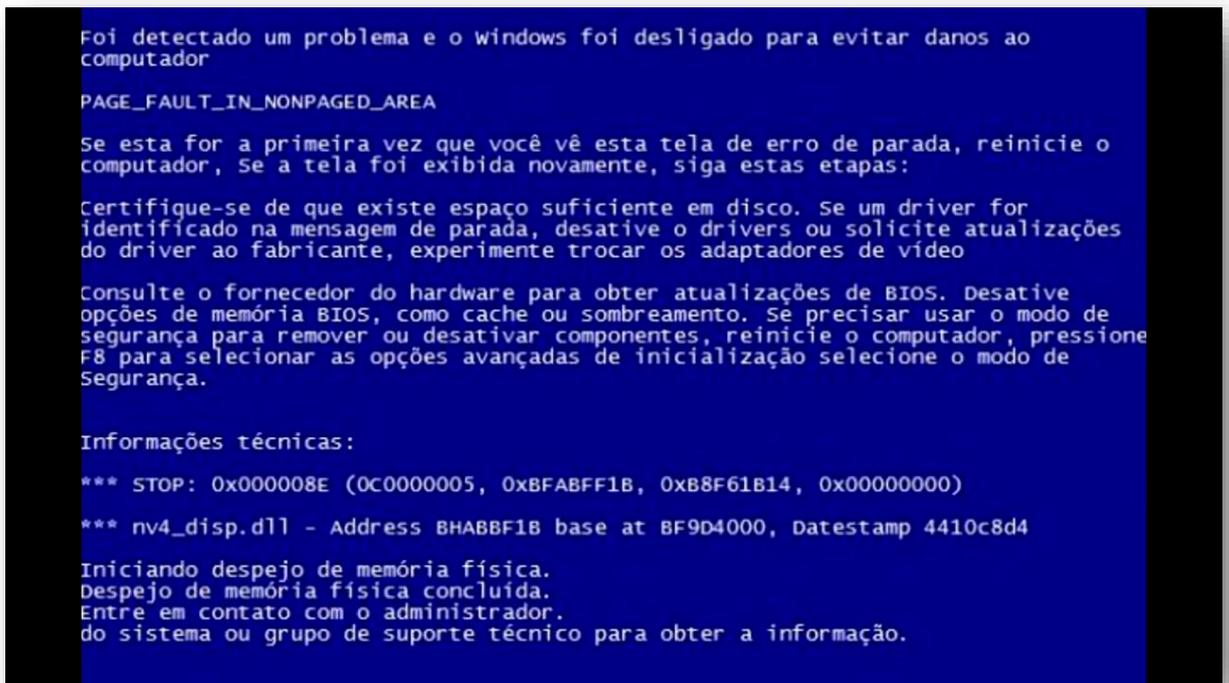
Não acham a SABESP tecnológica



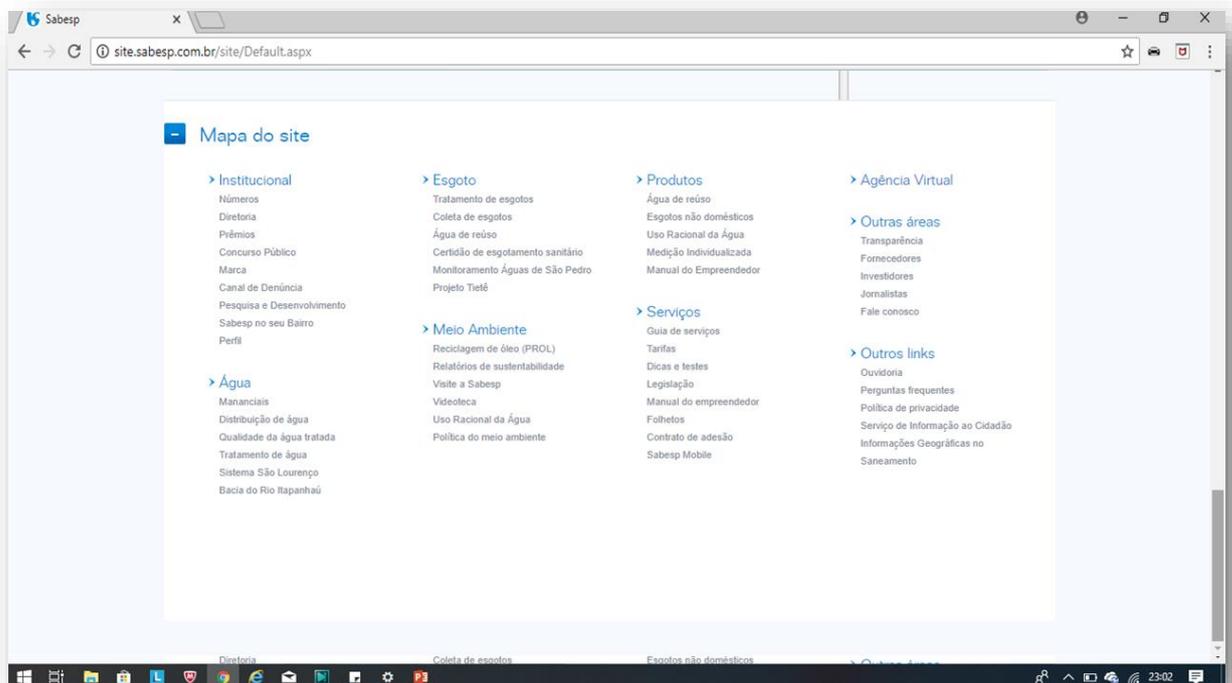
65%

Trocariam de empresa

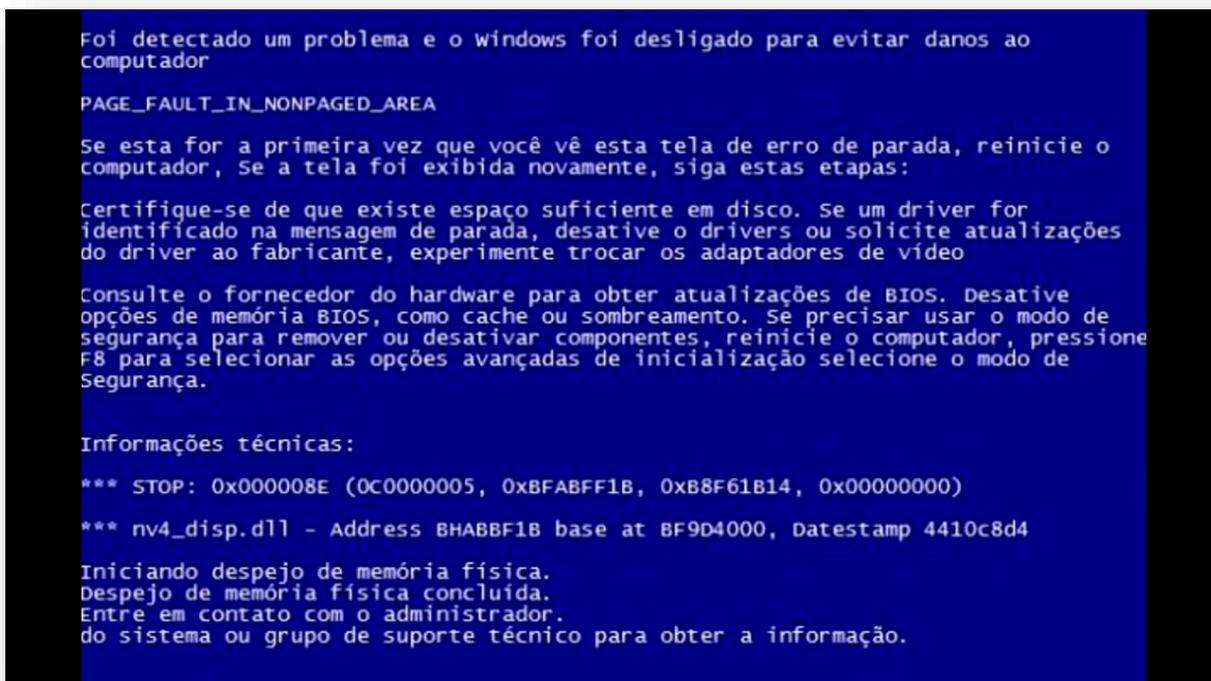
Para fundamentar o planejamento, mostramos a enquete que realizamos em nosso Instagram e a mensuração dos resultados.



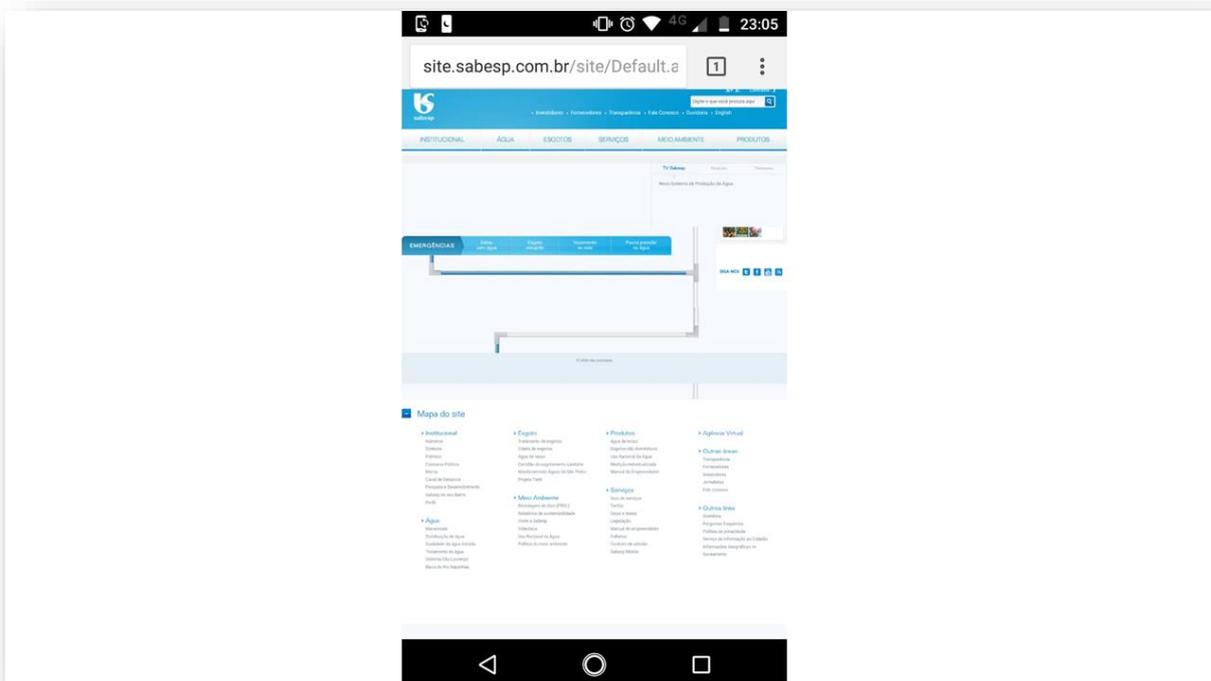
A tela azul, de erro do Windows junto com o som característico, foi utilizada para demonstrar o erro que encontramos ao ver o site em um formato antigo.



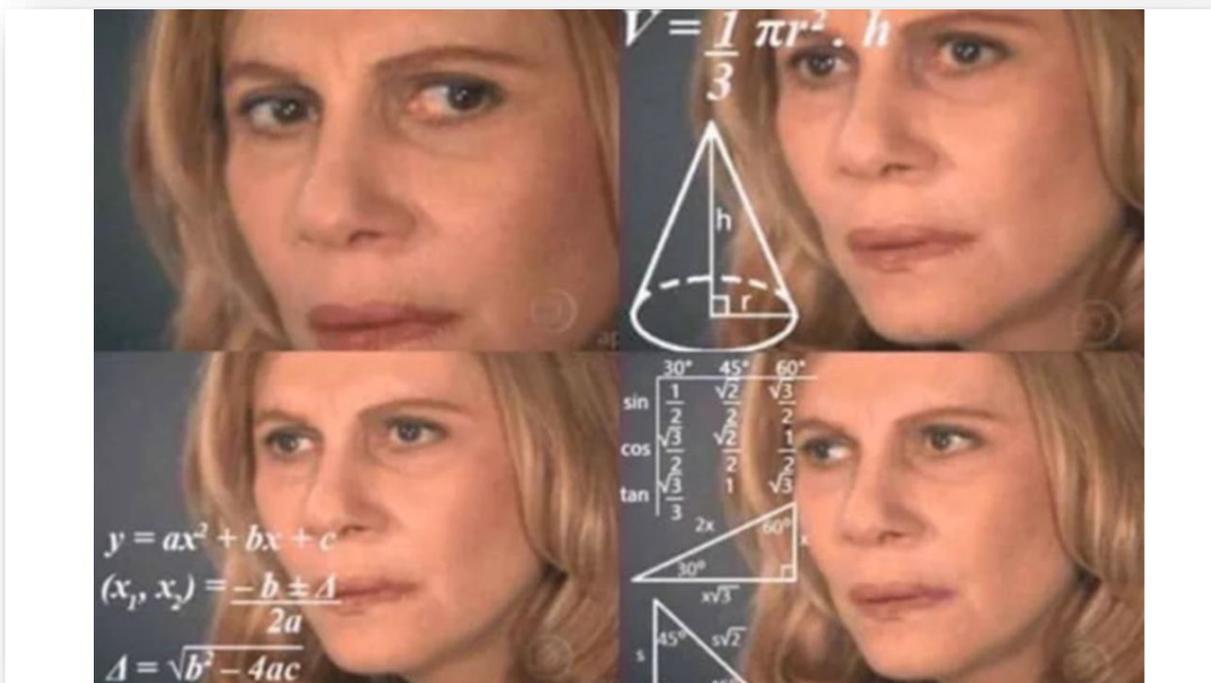
Neste slide demonstramos o site e suas funcionalidades, o formato do slide possibilitou a "rolagem" de toda a home, gerando uma visualização completa do site.



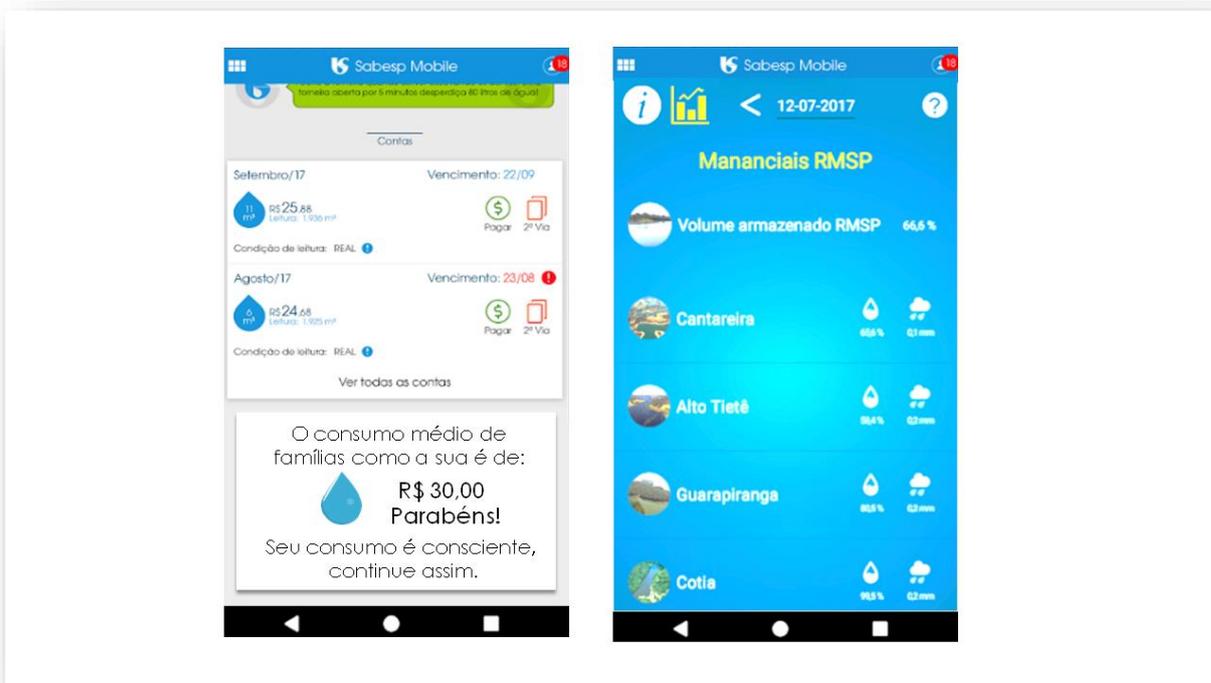
Novamente utilizamos o recurso da tela azul para demonstrar o erro na visualização do site pelo celular.



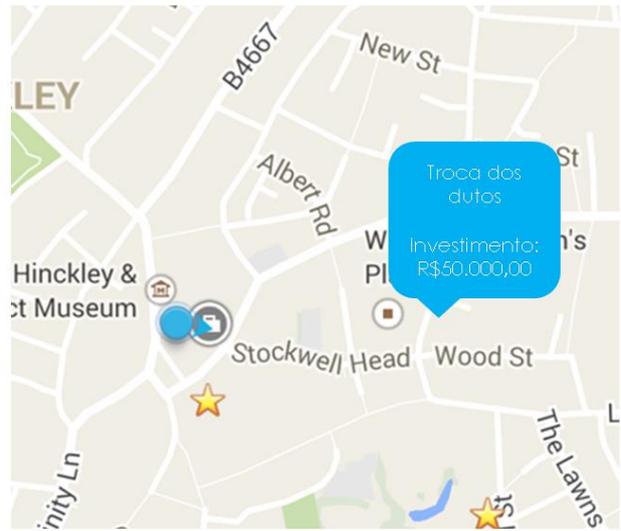
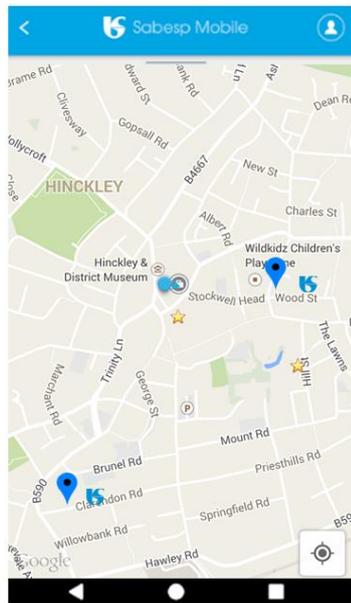
O mesmo recurso de “rolagem” foi utilizado para demonstrar a visualização completa do site pelo celular.



Para brincarmos com a plateia, colocamos o *meme* da “Nazaré Confusa” para demonstrar a nossa confusão em receber a informação de que a Sabesp é tecnológica, porém seu site não refletia essa imagem.



A partir deste slide iniciamos a ações básicas, como a junção do aplicativo, sugestão de modernização do site, novas funcionalidades do app e serviços.



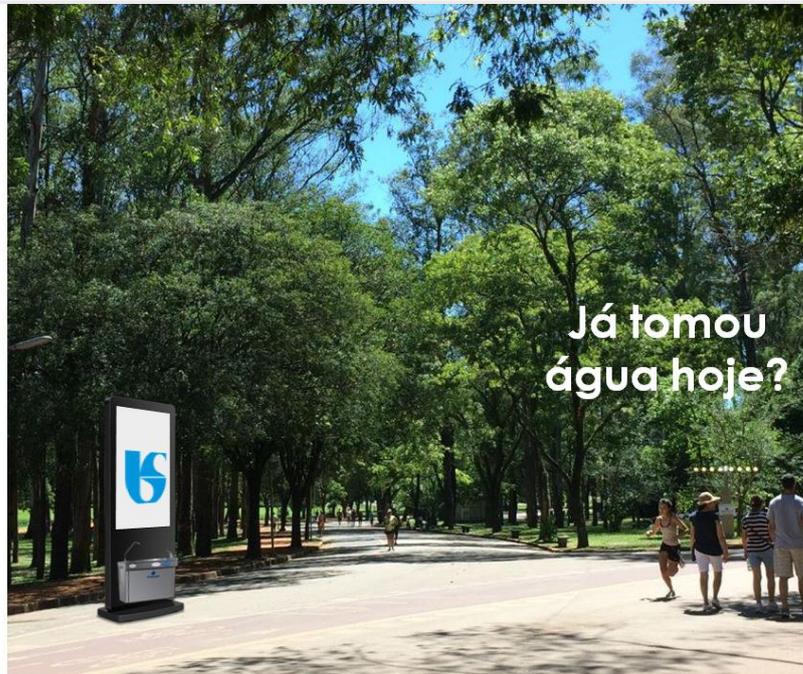
Nesta tela apresentamos a função de georreferenciamento e compatibilidade com o Google Maps e Waze.



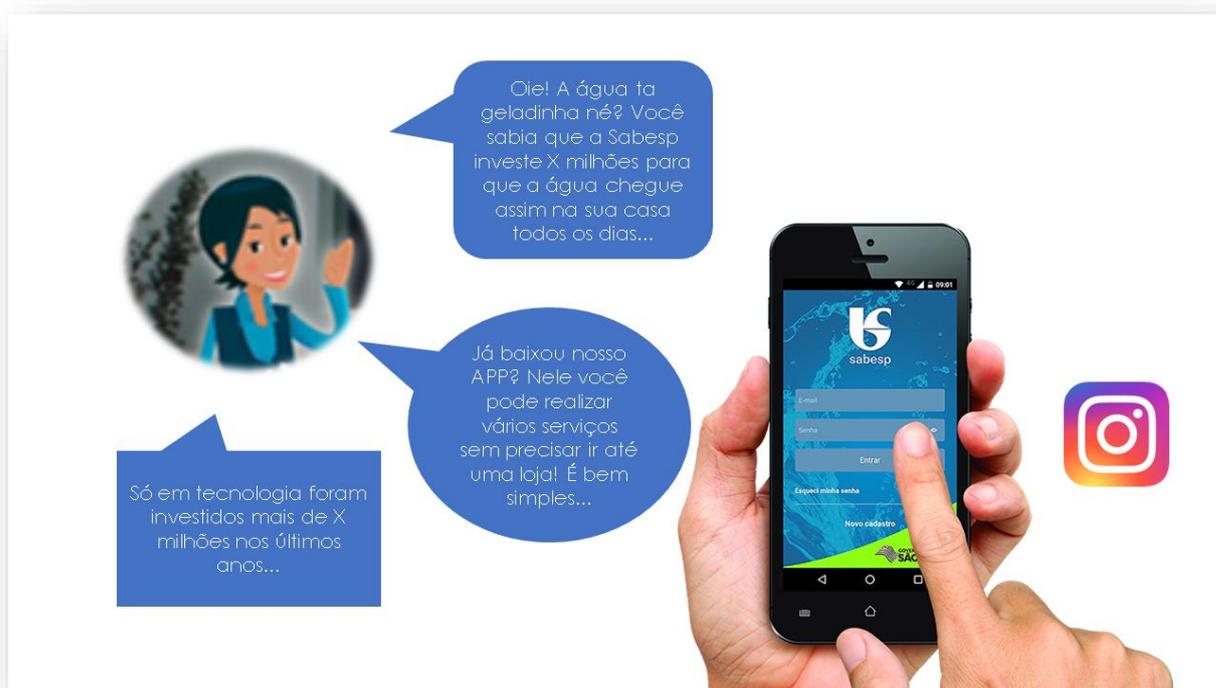
Mais uma vez utilizamos um *meme*, neste caso o da “Narcisa Entediada” para questionar nossas próprias ações, sendo algo básico demais, porém extremamente necessárias e cruciais para a ação final.



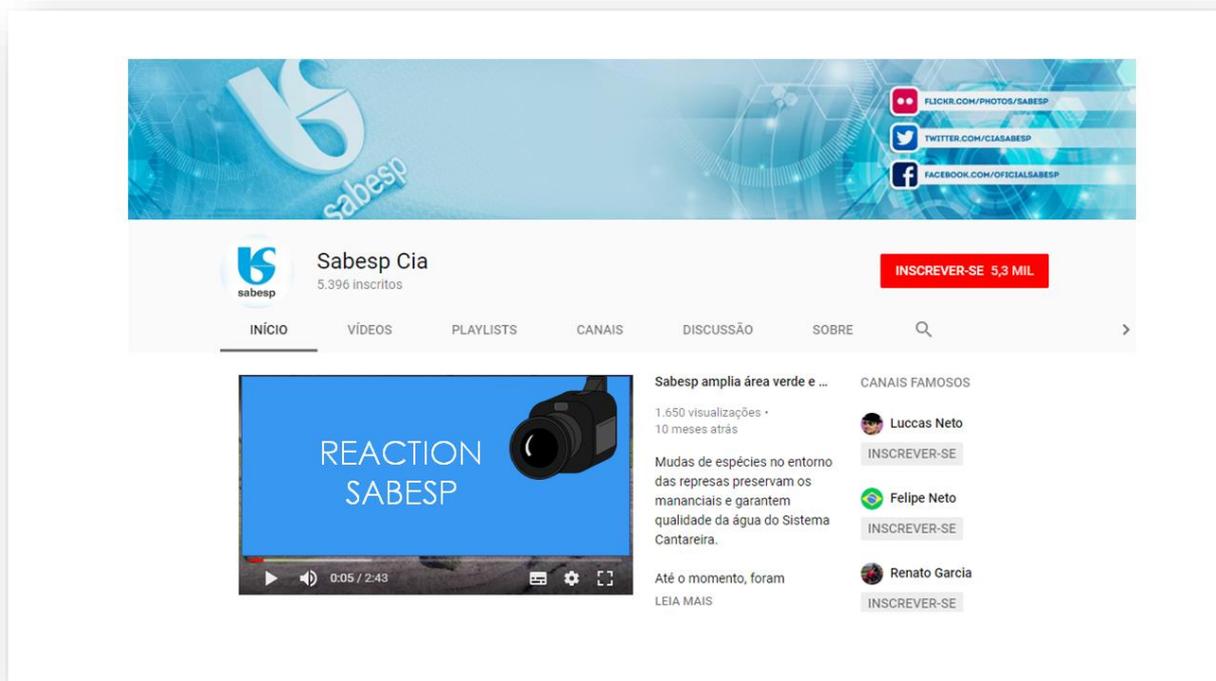
Utilizamos o emoji “envergonhado” para falar da timidez da Sabesp em suas ações de comunicação e também para introduzir nossa apresentação da ação final.



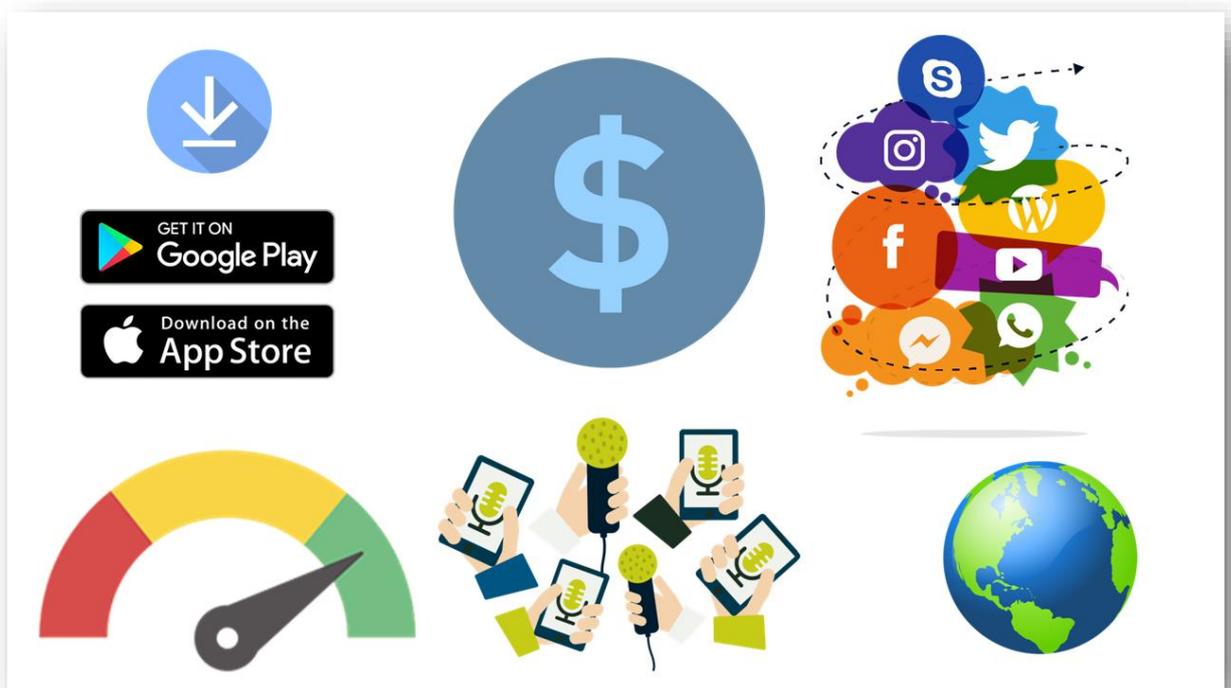
Neste slide iniciamos a explicação da ação de intervenção na cidade de São Paulo e seus desdobramentos, detalhando passo a passo da ação.



Fizemos uma simulação do diálogo da “Sane” com as pessoas que participarem da ação e também a autorização para postar a foto no Instagram da Sabesp.



Este slide foi utilizado para explicar o último passo da ação, que é a criação do *reaction* no YouTube da Sabesp.



No último slide discorreremos sobre os resultados esperados, como o aumento no número de downloads do app e seguidores nas redes sociais, melhora na relação dos clientes com a empresa, mídia espontânea e economia com a redução dos atendimentos nas lojas físicas.

As imagens acima são dos slides que utilizamos em nossa apresentação, eles foram desenvolvidos na noite anterior à final da competição.

Este documento foi confeccionado posterior à premiação com o intuito de detalhar todo o planejamento.

Agradecemos a Aberje e a Sabesp pela oportunidade e reconhecimento.

Gustavo Costa
(11) 964763592

gustavo.costa.projetos@gmail.com

Rafaela Hilário
(11) 951147820

rafaa.hilario@gmail.com