

PUA – Prêmio Universitário Aberje



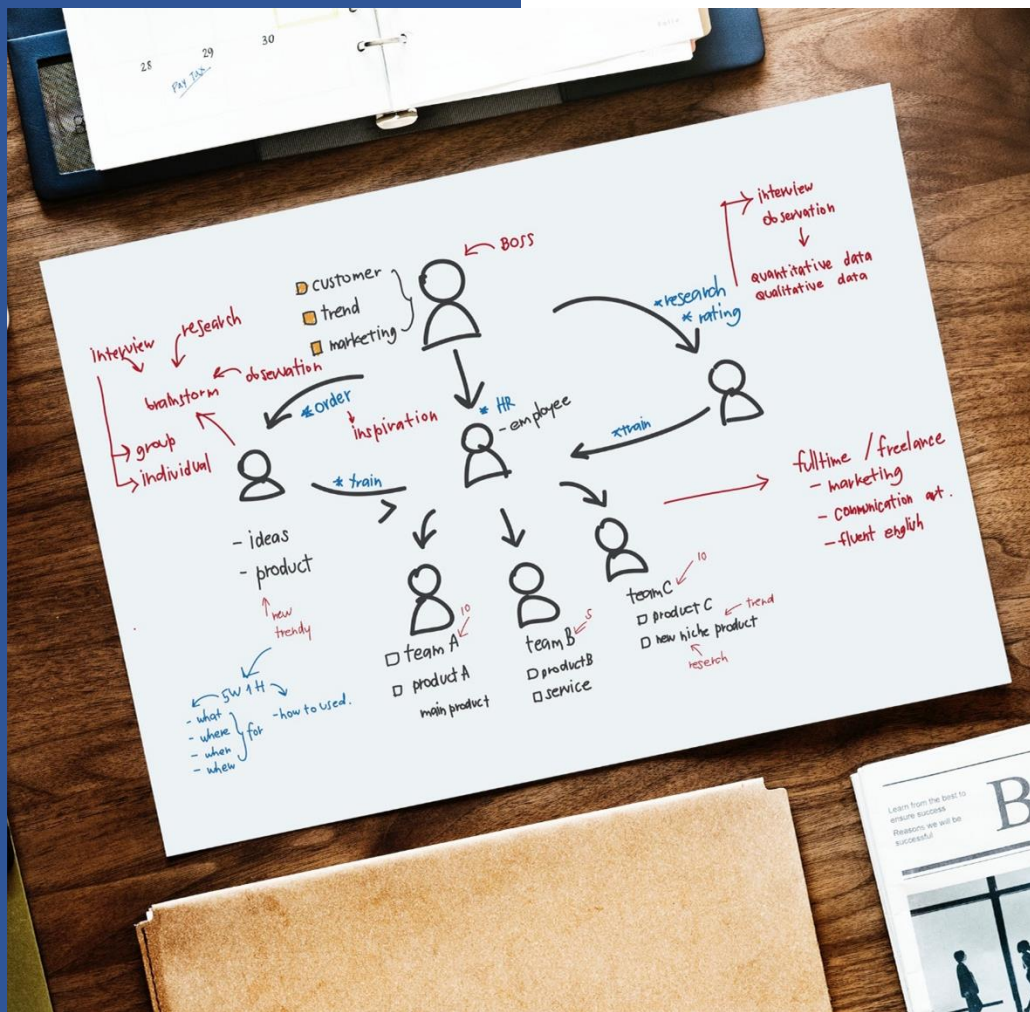
**UNITED HEALTH GROUP**

---

**AGÊNCIA IDEALIZE**

# CONTEXTO





# O DESAFIO

COMO TORNAR OS COLABORADORES, DAS ÁREAS MÉDICA E CORPORATIVA, INFLUENCIADORES AFIM DE GERAR ENGAJAMENTO E DISSEMINAÇÃO DAS CAUSAS DA EMPRESA.

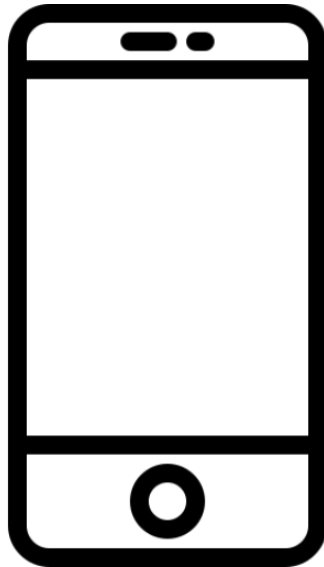
# QUAL A IMPORTÂNCIA DA COMUNICAÇÃO INTERNA NAS EMPRESAS?

*“Os empregados são os **melhores porta-vozes** da instituição em que trabalham. Funcionários descontentes, mal informados, geram prejuízos imensos às organizações porque podem expressar, com mais autenticidade do que outros públicos, os **valores positivos ou negativos** da cultura organizacional.”*

*Professor, pesquisador e consultor de empresas na área de Comunicação Empresarial, Wilson da Costa Bueno*



# ENTENDO O PAPEL DA COMUNICAÇÃO NAS ORGANIZAÇÕES, QUAL ENTÃO A MELHOR FORMA PARA QUE ELA ACONTEÇA?



**TECNOLOGIA**

**80% DAS CASAS DO PAÍS POSSUEM UM SMARTPHONE COM ACESSO À INTERNET**

(Instituto Verificador de Comunicação)

**EM 2015 O BRASIL FOI CONSIDERADO O QUARTO PAÍS COM MAIOR NÚMERO DE APLICATIVOS INSTALADOS POR USUÁRIOS**

(Uniom Team)

# ALÉM DISSO, A COMUNICAÇÃO MUDOU E JÁ NÃO EXISTE MAIS SEPARADA DAS EXPERIÊNCIAS

SEGUNDO O RELATÓRIO “CUSTOMERS 2020”, ATÉ 2020 A **EXPERIÊNCIA DO CLIENTE** ULTRAPASSARÁ PREÇO E PRODUTO COMO PRINCIPAL DIFERENCIAL ENTRE AS MARCAS.

SEGUNDO PESQUISA REALIZADA PELA DIMENSION DATA, 81% DAS EMPRESAS JÁ ENTENDEM QUE A EXPERIÊNCIA DO CLIENTE É UM **DIFERENCIAL COMPETITIVO**.

E QUEM SÃO OS ‘PRIMEIROS’ CLIENTES DA UNITED HEALTH GROUP? **SEUS COLABORADORES!**



# PENSANDO NESSE CONTEXTO, LEVAMOS EM CONTA NO PLANO DE AÇÃO:

VALORIZAÇÃO DA COMUNICAÇÃO INTERNA

ATRIBUTOS TECNOLÓGICOS

EXPERIÊNCIAS QUE GEREM MEMÓRIAS



# PLANO DE AÇÃO





# Colabora, HG!

Promover o **engajamento** e **protagonismo** do público interno por meio do **relacionamento** e de **experiências** que gerem memória.





# A estratégia do plano foi estruturada em três pilares, as causas defendidas pela empresa:



FOCO NO USUÁRIO:  
CUIDADO CERTO



CONTROLE DE CUSTO  
MÉDICO

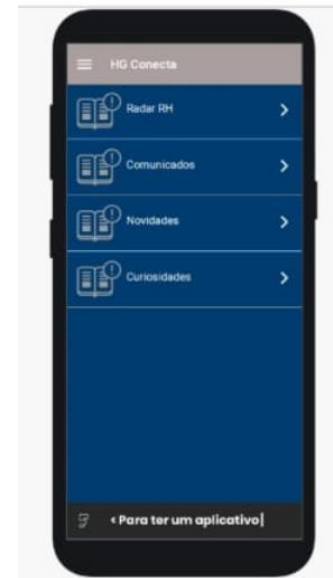


SUSTENTABILIDADE DO  
SISTEMA DE SAÚDE



Unificar os meios de comunicação interna.

Informações mais efetivas e assertivas



**INTERNO**



**R\$ 30.000**



**MÉTRICAS DO APLICATIVO**

# DAY OFF

Day off para que os colaboradores possam realizar seus exames

Protagonista da própria saúde  
Incentivo



INTERNO



R\$ 0,00



NÚMERO DE PESSOAS QUE ADERIRAM  
A AÇÃO

UNITEDHEALTH GROUP  
**#DayOff**

Seja protagonista da sua saúde!

Tire um dia para fazer seus exames de rotina.

Contate o App HG Conecta para mais informações.

ENTRE EM CONTATO COM O SEU GESTOR PARA APROVEITAR ESSE BENEFÍCIO.

# DESAFIO INOVA

Hackathon interno para soluções de saúde

Pertencimento  
Diálogo



INTERNO



R\$ 10,000



NÚMERO DE PESSOAS INSCRITAS E  
RESOLUÇÃO DO PROBLEMA



UNITEDHEALTH  
GROUP

## QUER UM NOVO DESAFIO?

Que tal participar de um Hackaton onde você pode ser protagonista de uma solução da área da saúde?

MAIS INFORMAÇÕES:

[rhhg@unitedhealth.com.br](mailto:rhhg@unitedhealth.com.br)  
ou pelo nosso App HG Conecta:



# DIA DO CUIDADO

## Evento Dia Nacional e Mundial da Saúde

Não só tratar, prevenir  
Experiência  
Médico familiar



PRIMÁRIO E  
SECUNDÁRIO



R\$ 80.000



TOTEM PARA PESQUISA DE  
SATISFAÇÃO

# PATROCÍNIO DE EVENTOS

CIAPS 2019

IV CONGRESSO INTERNACIONAL  
DE ATENÇÃO PRIMÁRIA À SAÚDE

## Sorteio de Kits

Ajudar as pessoas a serem  
mais saudáveis



INTERNO



R\$ 20.000



PESSOAS QUE SE INSCREVEM E  
PARTICIPAM

# HEALTH DAY

Evento com gestores e concorrentes

Sistema de saúde melhor para todos



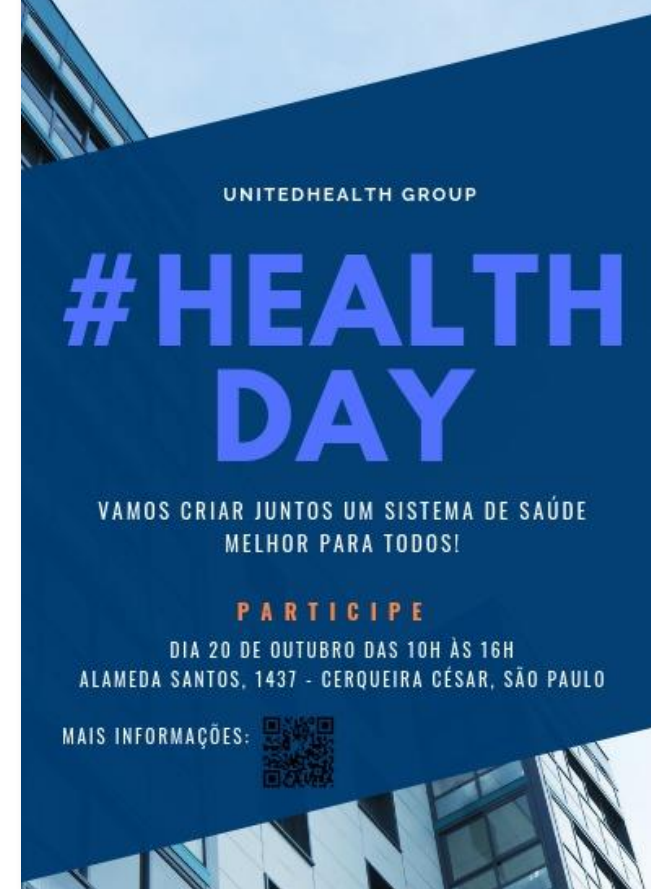
PRIMÁRIO E  
SECUNDÁRIO



R\$ 20.000



NÚMERO DE PARTICIPANTES E  
PESQUISA





# #QURTA DA SAÚDE

Dia para praticar exercícios físicos

Criar uma cultura de autocuidado  
Protagonismo



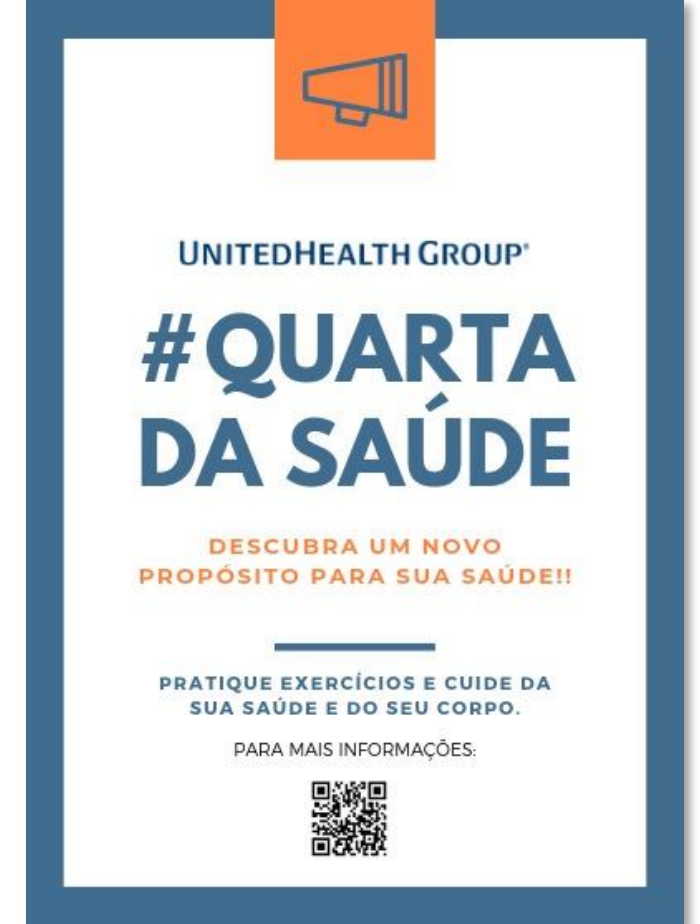
PRIMÁRIO E  
SECUNDÁRIO



R\$ 0,00



REPERCUSSÃO ORGÂNICA DA  
#QUARTADASAÚDE



# AÇÕES DE APOIO

**Trilha das decisões:** Jogo para os novos colaboradores se engajarem na cultura, valores e causas da empresa. Levantar pontos como o médico familiar, por exemplo.



NOVOS  
COLABORADORES



R\$ 8.000,00



PESQUISA DE  
SATISFAÇÃO

**Divulgação para imprensa:** Disparo de releases para veículos e influenciadores estratégicos para a marca.



# SUGESTÕES

Respostas aos usuários nas redes sociais. Individualizar.

Ação *'pedale o seu suco'*.



# ORÇAMENTO E CRONOGRAMA



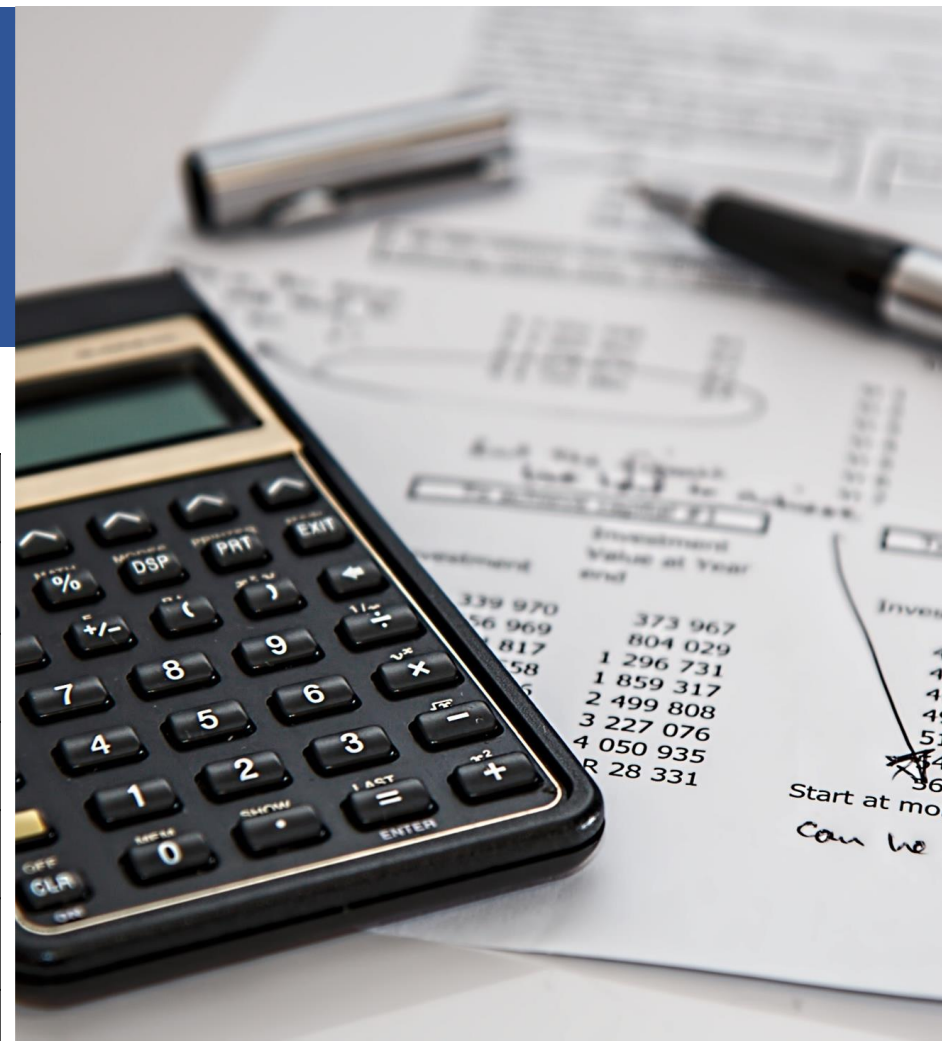
## ORÇAMENTO TOTAL:

# R\$ 180.000,00

Plano de ações + custo agência

## CRONOGRAMA:

2020	Jan	Fev	Mar	Abr	Mai	Jun	Jul	Ago	Set	Out	Nov	Dez
1	X											
2	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
3			X						X			
4				X				X				
5					X	X		X				X
6					X					X		
7	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
8	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
9	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X





**OBRIGADA!**

**María Luiza Pereira de Albuquerque**

**Carolina Macedo Bonilha**

**Giovana Ghiraldini**