**O que é Endomarketing, benefícios, como fazer, exemplos e cases**

**O que é endomarketing?**

Endomarketing é um conjunto de [estratégias de marketing](https://klickpages.com.br/blog/estrategia-de-marketing-o-que-e/) que se concentram no ambiente interno de uma empresa, especialmente sobre seus colaboradores.

A verdade é que o [marketing](https://klickpages.com.br/blog/o-que-e-marketing/) sempre foi sinônimo de estratégias focadas apenas nos [clientes](https://klickpages.com.br/blog/o-que-e-prospeccao-de-clientes/) finais, buscando ajudar na tomada de decisões de compra e na lealdade do [consumidor](https://klickpages.com.br/blog/comportamento-do-consumidor-o-que-e/) a uma empresa ou marca.

Mas a situação está mudando rapidamente e é cada vez mais comum ver empresas implementando marketing com foco interno.

O endomarketing é o melhor exemplo disso.

Basicamente, o seu objetivo é fazer com que as próprias pessoas gerem resultados significantes para a empresa com motivação e engajamento.

**Por que trabalhar o endomarketing?**

Uma estratégia bem-sucedida de endomarketing pode beneficiar sua empresa de diversas maneiras, em todos os níveis e em todas as áreas.

Quer um bom motivo?

Com colaboradores satisfeitos e comprometidos com a cultura da empresa, é possível construir um negócio sólido e próspero que irá atrair mais clientes.

Dê uma olhada nas principais vantagens que o marketing interno pode proporcionar:

**1. Motiva os colaboradores**

Como mencionamos, o foco do endomarketing é manter os colaboradores engajados através de uma série de ações. Isso ocorre porque um funcionário satisfeito se mostra mais motivado para desempenhar sua função.

Por exemplo, a gigante Apple possui uma cultura organizacional única que enfatiza inovação, criatividade e experiência.

Para promover essa cultura, eles são altamente seletivos quando recrutam empregados e são extremamente minuciosos quando os treinam, pois perceberam que a melhor maneira de promover a imagem da marca é fazendo com que cada funcionário represente bem essa imagem.

Qualquer um que tenha estado em uma loja da Apple sabe que os funcionários são especialistas nos [produtos](https://klickpages.com.br/blog/infoproduto-o-que-e/) que vendem e estão dispostos a responder às suas perguntas.

Eles são inteligentes, acessíveis e experientes, o que acaba se refletindo positivamente na empresa como um todo.

**2. Otimiza a produtividade**

Por consequência, com colaboradores motivados para desempenhar bem o seu papel, representar e atingir os objetivos da empresa, a produtividade também tem um grande salto.

Quando engajados e alinhados com a cultura da empresa, eles conseguem ver significado naquilo que fazem.

Também percebem como seu trabalho pode render bons frutos para o negócio. E isso é recompensador.

**3. Diminui a rotatividade de funcionários**

Uma coisa é certa: um funcionário satisfeito com seu ambiente organizacional dificilmente vai querer abandonar seu trabalho.

E essa é uma questão que vai além do próprio salário.

Quando o colaborador se sente parte integrante da empresa e é beneficiado por ela, tende a continuar ao seu lado por muitos anos.

Mas não apenas presente, como participativo e interessado em melhorar individualmente para benefício coletivo.

**4. Aumenta a lealdade e o compromisso dos colaboradores com a empresa**

Quando as ações de endomarketing são bem aplicadas, a tendência é os colaboradores criarem um [relacionamento](https://klickpages.com.br/blog/marketing-de-relacionamento-o-que-e/) duradouro com a empresa onde trabalham.

Além disso, quando eles percebem que suas sugestões para melhoria ou suas percepções sobre a empresa estão sendo levadas em consideração, esse relacionamento só tende a ficar mais forte com o tempo.

**5. Qualidade de trabalho e bem-estar**

Cada colaborador tem sua rotina própria e situações que podem ser estressantes para cada um.

Isso acaba influenciando negativamente todo o ambiente organizacional, não concorda?

Por isso, as estratégias de endomarketing precisam reforçar que a empresa se preocupa com o bem-estar e com a saúde física e mental dos seus colaboradores, para que o nível da qualidade do trabalho não caia.

**Como fazer endomarketing**

Então, agora que você já conhece as vantagens desse tipo de marketing, talvez esteja se perguntando como aplicar o endomarketing na sua empresa na prática?

Muitas empresas ainda não vêem o endomarketing como um forte aliado ou o enxergam como um desafio para a empresa.

Afinal, envolve a criação de mensagens persuasivas e informativas que refletem em todos os departamentos e colaboradores dentro dela.

Lembrando que essas mensagens precisam ser bem trabalhadas para que a tanto a imagem projetada quanto a imagem percebida pelos colaboradores seja positiva.

De fato, fazer endomarketing é um desafio.

Mas não dá para cruzar os braços, se dar por vencido e perder a chance de mudar o futuro do negócio.

Por isso, a melhor maneira de conduzir o endomarketing de forma efetiva é trabalhar em conjunto com o setor de Recursos Humanos.

É esse departamento que costuma conversar e estar mais próximo do colaborador, fornecendo informações importantes sobre a opinião dos funcionários sobre a empresa.

Além disso, existe uma série de boas práticas que não só podem como devem ser seguidas e aplicadas para garantir sucesso nas suas ações de marketing interno.

Para facilitar sua jornada, selecionamos algumas dicas valiosas para você seguir.

Confira!

**1. Pesquisa com colaboradores**

Você talvez já tenha até feito uma [pesquisa](https://klickpages.com.br/blog/o-que-e-pesquisa-qualitativa/) de satisfação com seus clientes, não é mesmo?

Mas e com seus colaboradores, já pensou em aplicar esse tipo de método também?

Visando o manter o bem-estar de todos no ambiente de trabalho, é importante que o departamento de RH esteja aplicando periodicamente pesquisas de satisfação com o quadro de colaboradores.

Com esse estudo, é possível identificar a percepção do colaborador sobre a empresa.

Também supostas falhas nos processos internos que possam estar se refletindo negativamente na qualidade e no bem-estar.

Como o endomarketing deve sempre priorizar uma comunicação de mão-dupla, é essencial que você também ouça o que colaborador tenha a dizer.

Ou seja, suas próprias sugestões de melhorias.

**2. Eventos para o público interno**

Podemos dizer que o primeiro passo para o endomarketing não começa com o marketing em si.

Na verdade, ele começa com relações interpessoais.

Por isso, promover eventos que estimulem o contato entre os colaboradores é de suma importância, tanto para o crescimento pessoal quanto profissional de cada colaborador.

Palestras e eventos motivacionais são bons exemplos de ações que podem melhorar o engajamento dos colaboradores, fazendo com que eles se sintam mais motivados e integrados à empresa a ponto de traçar metas de crescimento profissional dentro dela.

Por outro lado, é importante também que a empresa se mostre pronta e aberta para oferecer auxílio para o crescimento dos colaboradores.

**3. Comunicação interna**

Se você quer fazer endomarketing na sua empresa e fazer bem feito, é preciso que estabeleça um canal de comunicação eficiente entre a diretoria e os demais colaboradores.

Vale lembrar que, independemente do canal escolhido, é preciso que a comunicação seja uma via de mão-dupla, isto é, os colaboradores precisam ter seu local de fala e expressar suas opiniões e sugestões para a empresa.

Quando são ouvidos e recebem um feedback, os profissionais têm a sensação de serem uma peça fundamental para o bom funcionamento do negócio.

**4. Ações de integração**

Como mencionamos acima, as relações interpessoais são um fator importante para o sucesso de qualquer estratégia de endomarketing.

Nesse contexto, investir em outras ações mais informais que estimulem a amizade e a criação de laços entre os colaboradores também é essencial para criar um ambiente de trabalho amigável e estimulante.

Vale happy hours, comemoração dos aniversariantes do mês, churrascos, confraternizações de fim de ano, eventos beneficentes, entre outros.

Todos são exemplos de iniciativas que fomentam um contato além do ambiente de trabalho e a troca de experiência entre seus colaboradores.

**5. Política de benefícios**

Quando falamos em benefícios, não estamos nos relacionando aos básicos, como vale transporte e vale alimentação.

Mas sim sobre as diferentes formas que você pode explorar para beneficiar e premiar seus colaboradores, dando o devido reconhecimento pelo seu trabalho.

E olha que não são poucas: bonificações por metas cumpridas, dia de folga, viagens pagas pela empresa, ingressos para cinema ou show são possibilidades.

Eles podem ser ótimas razões para manter os colaboradores engajados.

Um bom exemplo que podemos citar são as agências de publicidade.

Cada vez mais elas estão oferecendo o benefício de horário flexível ou home-office.

Isso mostra que a empresa acredita no potencial do seu colaborador e entende que, com as ferramentas necessárias, sua produtividade pode ser a mesma, independente do local onde ele está.

**6. Cursos e treinamentos**

Treinamentos são uma ótima forma de integrar os colaboradores sobre os valores e o posicionamento da empresa.

Além disso, investir na capacitação deles mostra que você se importa com a qualificação e o crescimento profissional de quem está ao seu lado.

Como consequência, mais uma vez, ficam muito mais motivados para trabalhar e estar sempre buscando por novos conhecimentos.

**7. Vídeos institucionais**

Os vídeos estão sendo o formato mais utilizado pelas empresas a cada dia que passa.

Basta analisarmos a quantidade de vídeos que vemos diariamente na timeline do [Facebook](https://klickpages.com.br/blog/3-dicas-para-sua-pagina-de-inscricao-ser-aceita-em-anuncios-no-facebook-e-google/) ou nos Stories do Instagram, por exemplo.

E um desses formatos é o vídeo institucional.

Ele pode ser uma poderosa arma para divulgar os valores da sua empresa e o posicionamento da sua marca.

Além disso, a participação dos colaboradores nos vídeos, dando entrevistas ou depoimentos, é uma ótima forma de demonstrar o reconhecimento que a empresa tem com aquelas pessoas.

**8. Participação em eventos**

Se sua empresa é especialista no seu nicho de mercado ou algum colaborador sabe tudo sobre sua função, é importante investir e promover a participação dessas pessoas em eventos.

Ao atuar como palestrantes em algum evento específico do segmento, por exemplo, essas pessoas passam a representar a marca, transmitindo confiança, mostrando que sabe sobre o que está falando e agregando valor para seus clientes.

Por fim, além do endomarketing, você acabará trabalhando sua [estratégia de branding](https://klickpages.com.br/blog/o-que-e-branding/)também ao dedicar um tempo para esse tipo de atividade.

**9. Ambiente inspirado**

Assim como os clientes, os próprios colaboradores estão cada vez mais exigentes.

Logo, um ambiente de trabalho agradável e que sirva de inspiração para novas ideias é fundamental para uma maior produtividade.

Você pode começar com o básico, como áreas de descanso, uma decoração acolhedora, espaços para alimentação ou para aquele cafezinho, espaços para compartilhar ideias, por exemplo.

Apenas com isso, você já consegue notar diferença na motivação da sua equipe.

Faça o teste e comprove.

Mas não se esqueça de deixar a identidade visual da sua marca sempre presente.

Isso ajuda a assimilar e a criar uma identificação entre os colaboradores e a forma como a empresa se comunica.

**10. Cultura inovadora**

É fato que o tempo não pára e o mercado está sempre em constante evolução.

Por isso, nada de ficar estagnado na zona de conforto, com as mesmas ideias e pensamentos.

É preciso se adaptar às mudanças caso sua empresa queira engajar e comprometer seus colaboradores.

Por isso, não hesite em investir em [novas ferramentas](https://klickpages.com.br/blog/matriz-bcg/) de trabalho, reformular os processo quando necessário, planejar lançamentos, entre outros, a fim de fortalecer a cultura da empresa.

**Exemplos e cases de empresas que fazem endomarketing**

Selecionamos alguns exemplos de grandes empresas que já perceberam a importância do endomarketing e investem pesado nessa estratégia.

Quer ver? Acompanhe!

**Google**

O Google é uma das principais empresas que investem bastante na qualidade e no bem-estar dos seus colaboradores.

É também por isso que desperta o desejo de milhares de pessoas de trabalhar na empresa.

Uma das principais estratégias adotadas pela gigante de tecnologia é a oferta de uma gama de benefícios.

Entre eles, academia, salas de vídeo game, mesas com jogos, licença maternidade estendida com bônus para esse tempo de afastamento, entre outros.

Veja no vídeo abaixo mais sobre como é trabalhar no Google:

<https://www.youtube.com/watch?v=Gg4GHGoqu3o>

**Portobello**

A fabricante de revestimento cerâmico Portobello inovou na sua estratégia de endomarketing.

Para tanto, ela lançou um plano de carreira em forma de gibi, com ilustrações que explicam de forma lúdica as possibilidades de crescimento dentro da empresa.

Afinal de contas, quem não deseja se desenvolver mais e mais na empresa onde trabalha?

Por fim, a empresa notou um [aumento de 31% na produtividade](http://aindustriapelaeducacao.fiescnet.com.br/noticias/-portobello-registra-aumento-de-31-na-produtividade-da-mao-de-obra-em-cinco-anos-do-programa-de-desenvolvimento-e-crescimento) graças a esse programa entre 2010 e 2014.

**Toyota**

A empresa automobilística Toyota é outra referência em ações de endomarketing.

E isso acontece, principalmente, por ela trabalhar bastante o relacionamento colaborador/empresa.

A estratégia já começa no treinamento.

Quando um novo colaborador é contratado, ele passa 5 meses em treinamento: um mês para aprender a cultura da empresa, dois meses na fábrica e mais dois meses na concessionária.

Ao final do treinamento, o colaborador está totalmente integrado sobre o funcionamento da empresa e capacitado para o trabalho, podendo ser capaz de sugerir melhorias para algum processo, por exemplo, e se sentir mais útil e relevante para a empresa.