



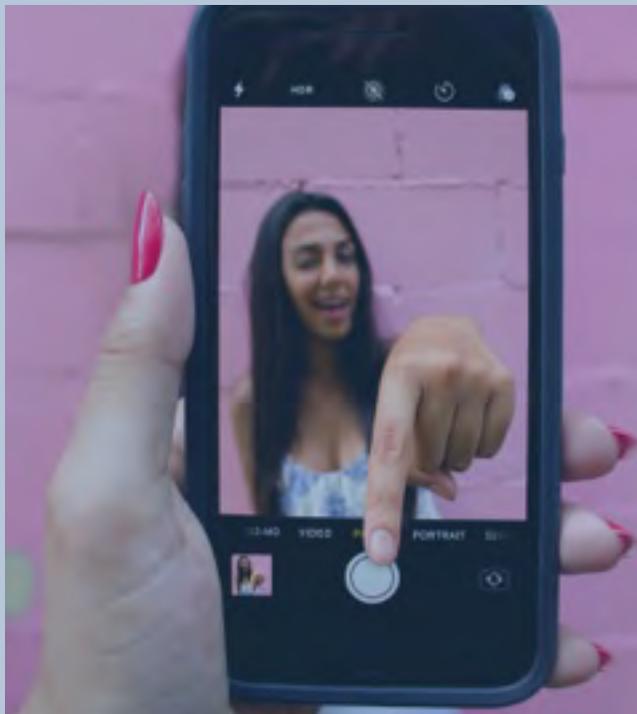
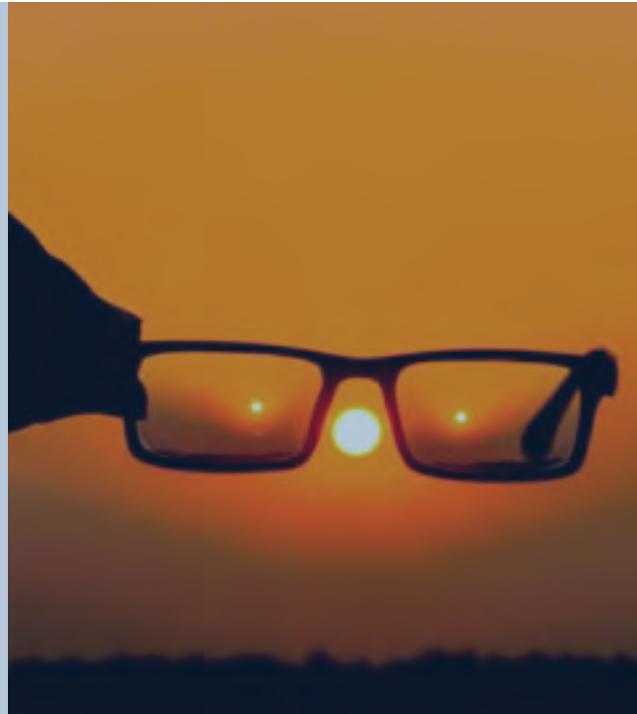
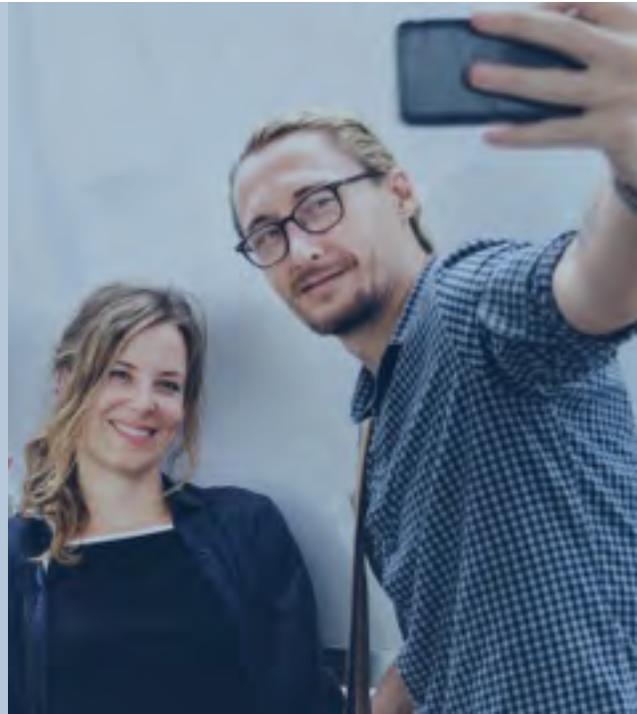
COMUNICAÇÃO

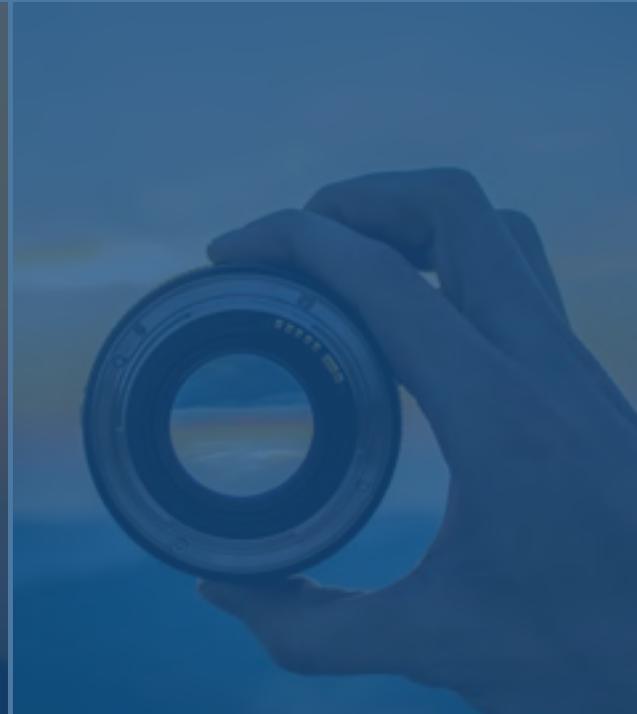
ESTRATÉGICA,

SE CONSTRÓI

DE DENTRO PRA FORA

Ainda mais em Cooperativas

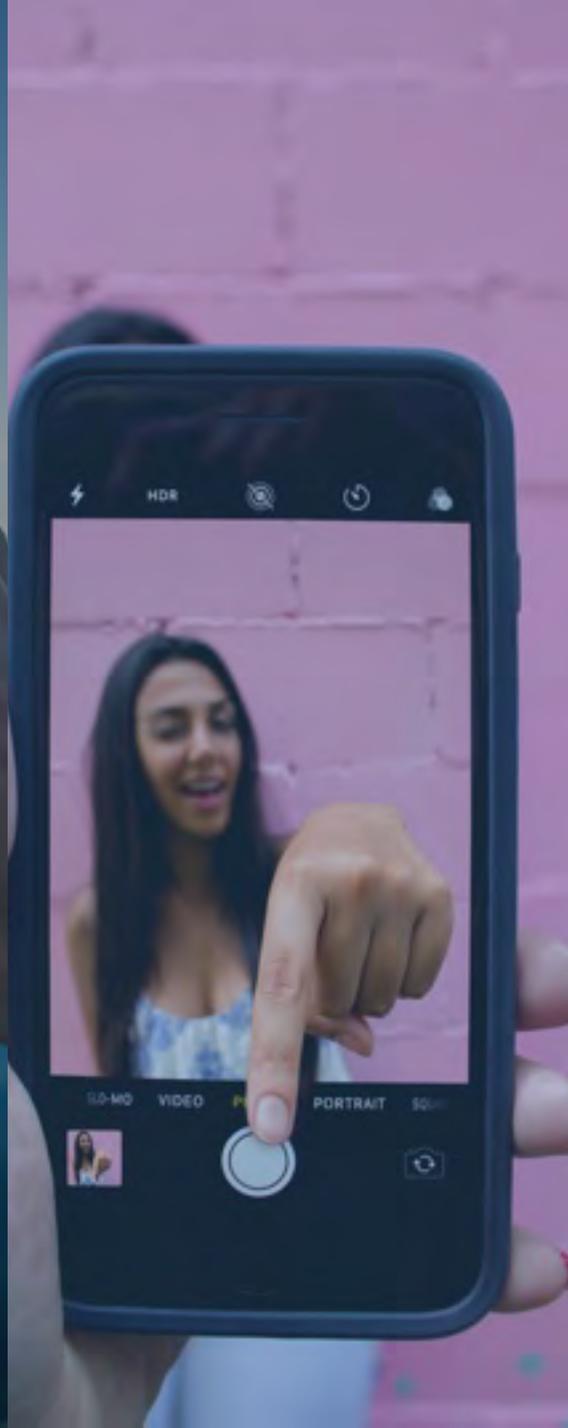




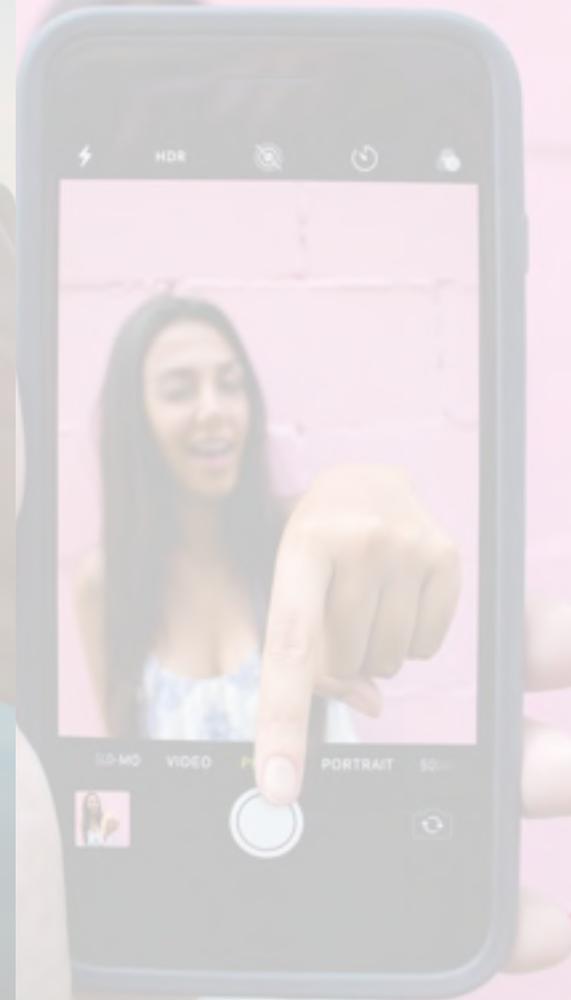
DIFERENTES LENTES,

MÚLTIPLOS PONTOS DE VISTA.

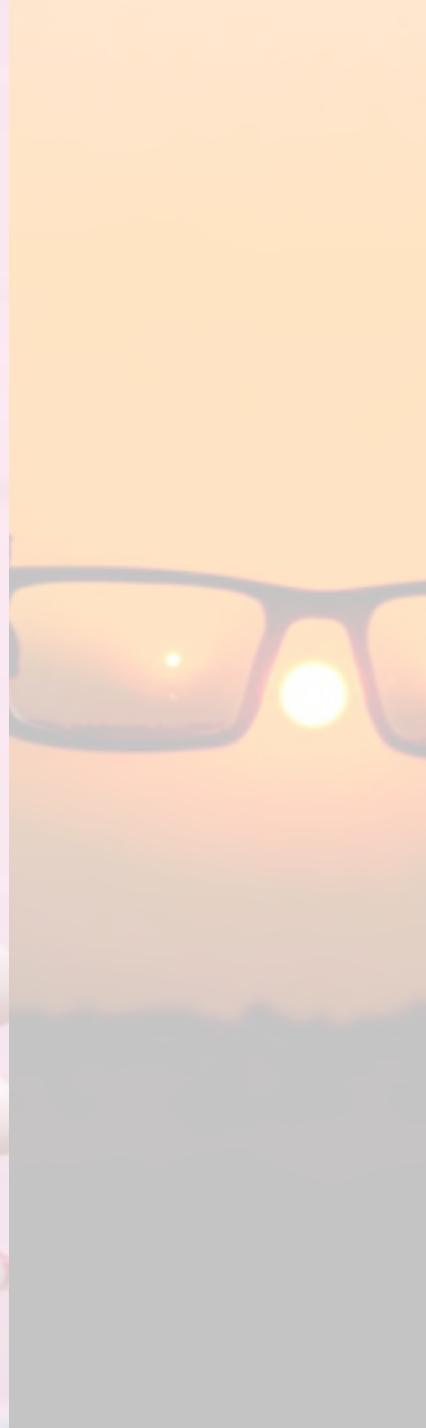
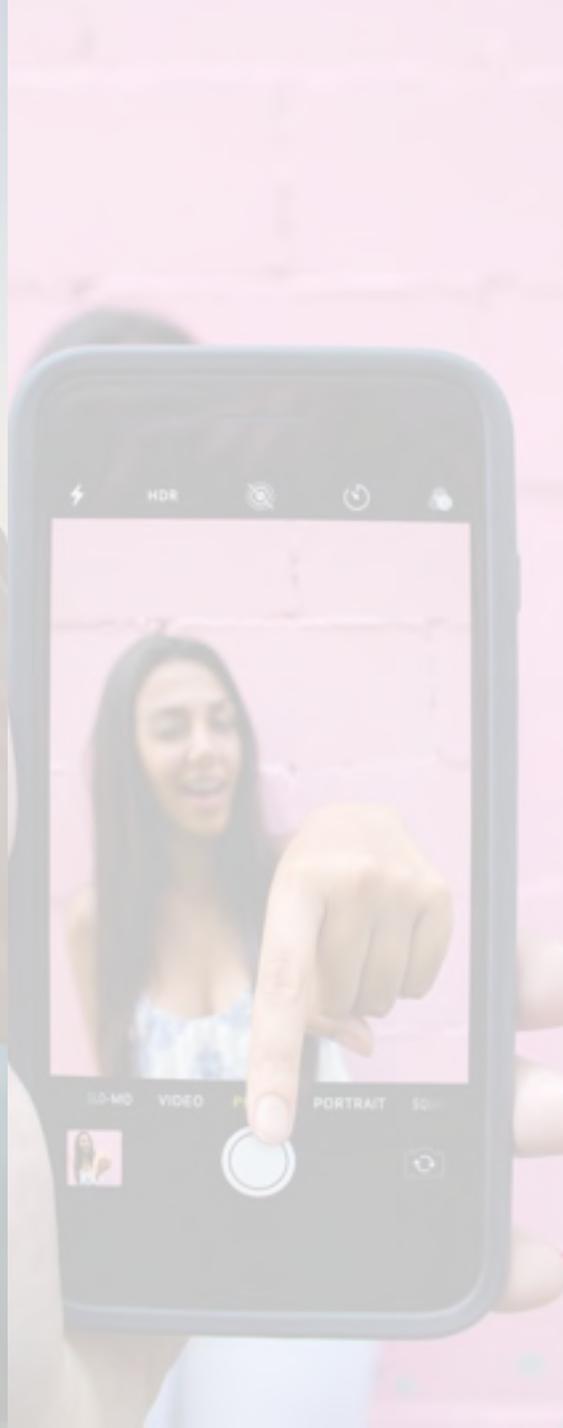




1. CHECK IN

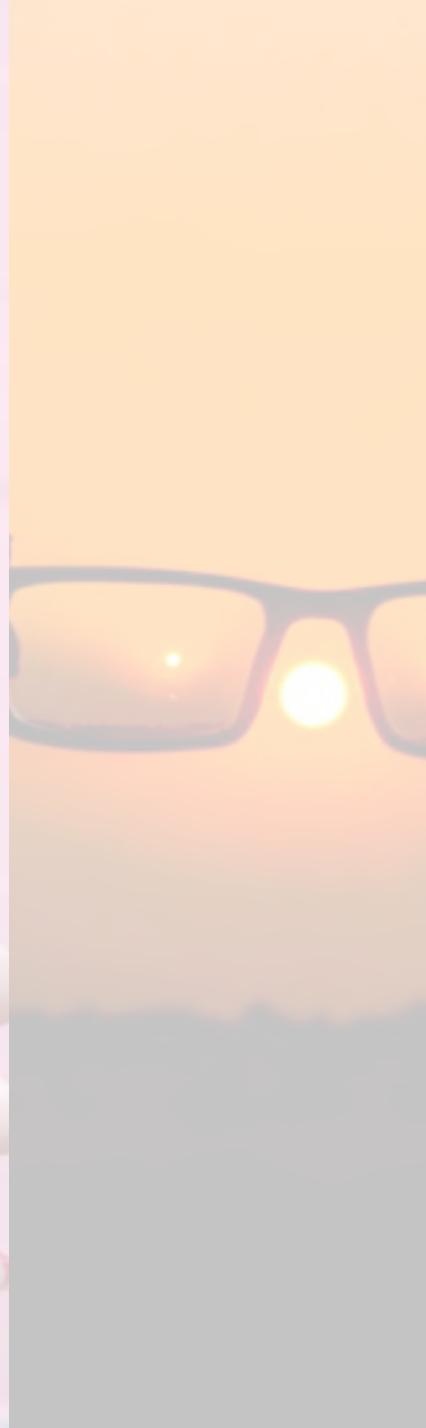
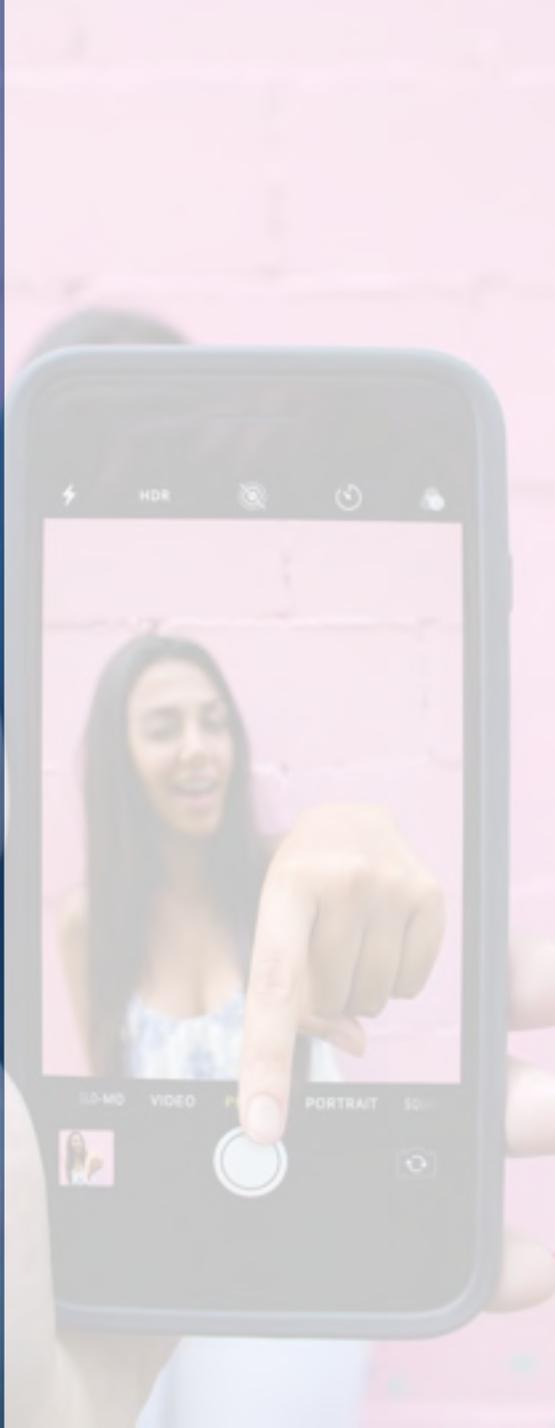


2.
AUTO
CONHE
CIMEN
TO



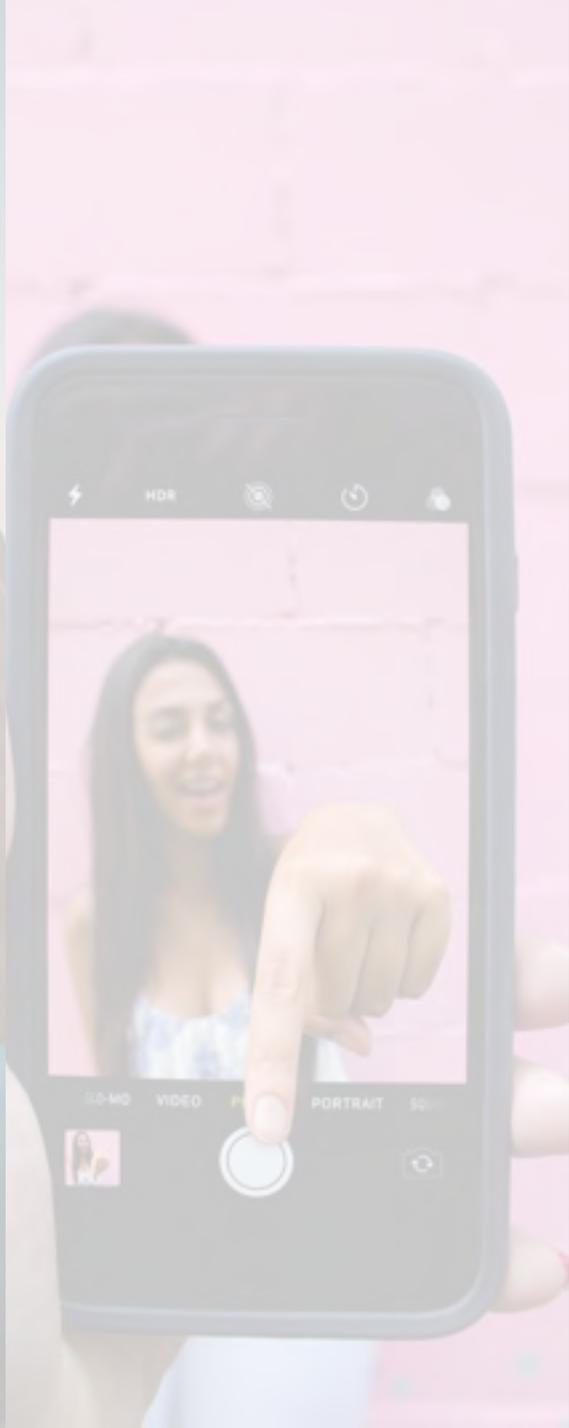


3. AÇÃO





4.
COMPAR
TILHAR



5.
CHECK
OUT

A top-down view of a cracked eggshell. The egg is positioned centrally against a dark, textured background. The eggshell is light-colored and shows several cracks. In the upper-left quadrant of the egg's interior, the words "I AM" and "LOVE" are written in red, blocky, hand-painted letters. In the center of the egg, there are two orange rectangular boxes containing white text. The top box contains the word "QUEM" and the bottom box contains "SOU EU".

I AM
LOVE

QUEM

SOU EU



FILHO



IRMÃO



MARIDO
e PAI



PROFESSOR e
PALESTRANTE



AMANTE



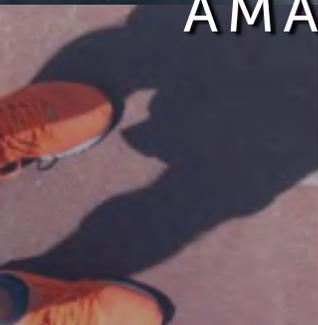
EMPRESÁRIO



LÍDER



AMIGO



ESSA CONSTRUÇÃO DE DENTRO PRA FORA,
COMEÇOU HÁ 20 ANOS, QUANDO INGRESSEI NA
HAPPYHOUSE - PRIMEIRA AGÊNCIA DE
ENDOMARKETING DO PAÍS.

E GANHOU RELEVÂNCIA E FORÇA NOS ÚLTIMOS
DOIS ANOS, QUANDO PERCEBI QUE, ANTES DE
TUDO, PRECISAVA ME APROFUNDAR EM
AUTOCONHECIMENTO.



Pelo menos 60% de todos os problemas administrativos empresariais são originados por deficiência de Comunicação.

Peter Drucker

100% dos clientes são pessoas.
100% dos funcionários são pessoas.
Se você não entender as pessoas,
você não entenderá os negócios.

Simon Sinek

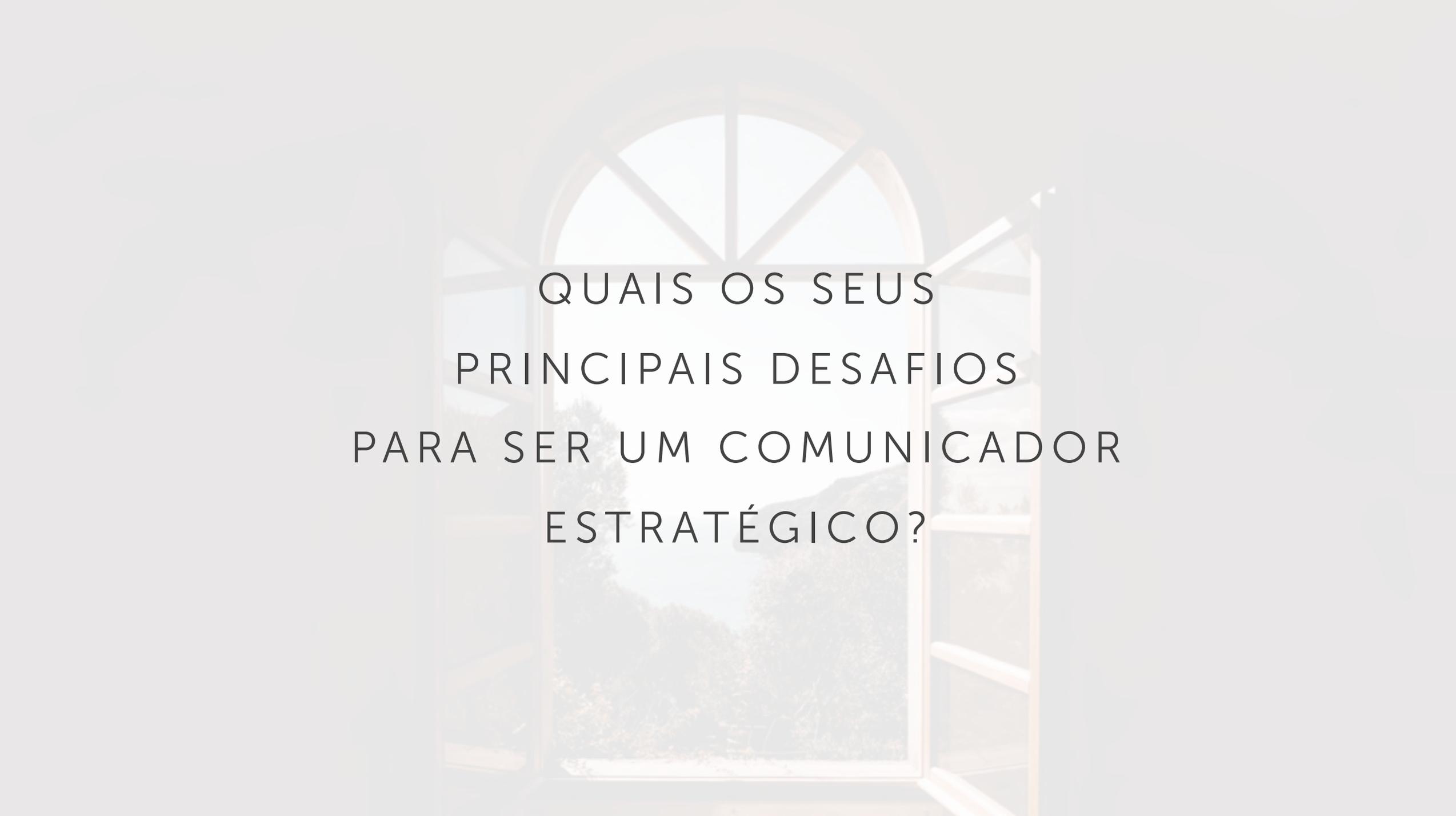


1

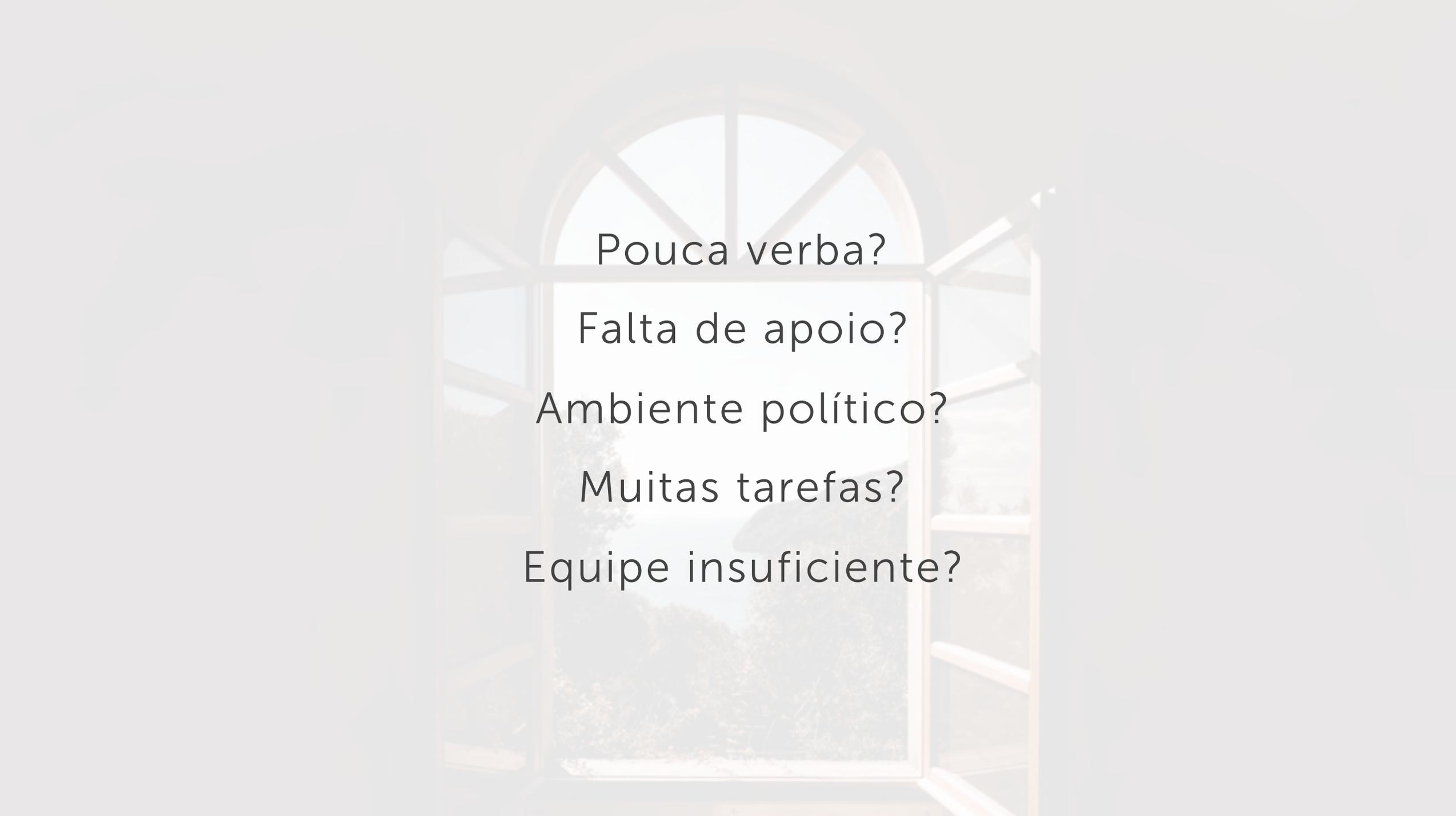
CHECK
IN



Ache a sua dor
e quando encontrá-la,
coloque o dedo na ferida.



QUAIS OS SEUS
PRINCIPAIS DESAFIOS
PARA SER UM COMUNICADOR
ESTRATÉGICO?



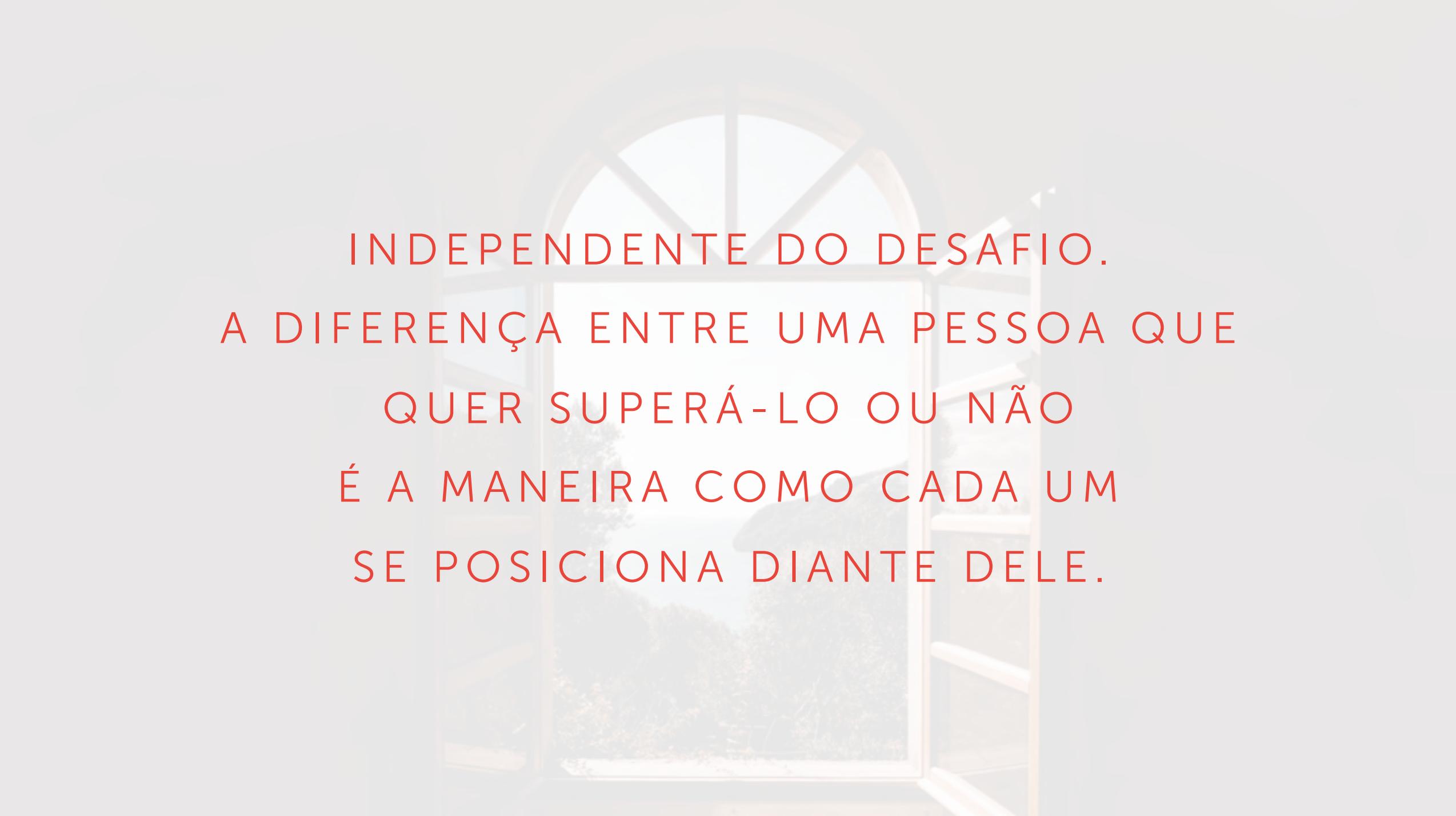
Pouca verba?
Falta de apoio?
Ambiente político?
Muitas tarefas?
Equipe insuficiente?

DINÂMICA 1:
ESCREVA OS PRINCIPAIS DESAFIOS / DORES
COMO COMUNICADOR.

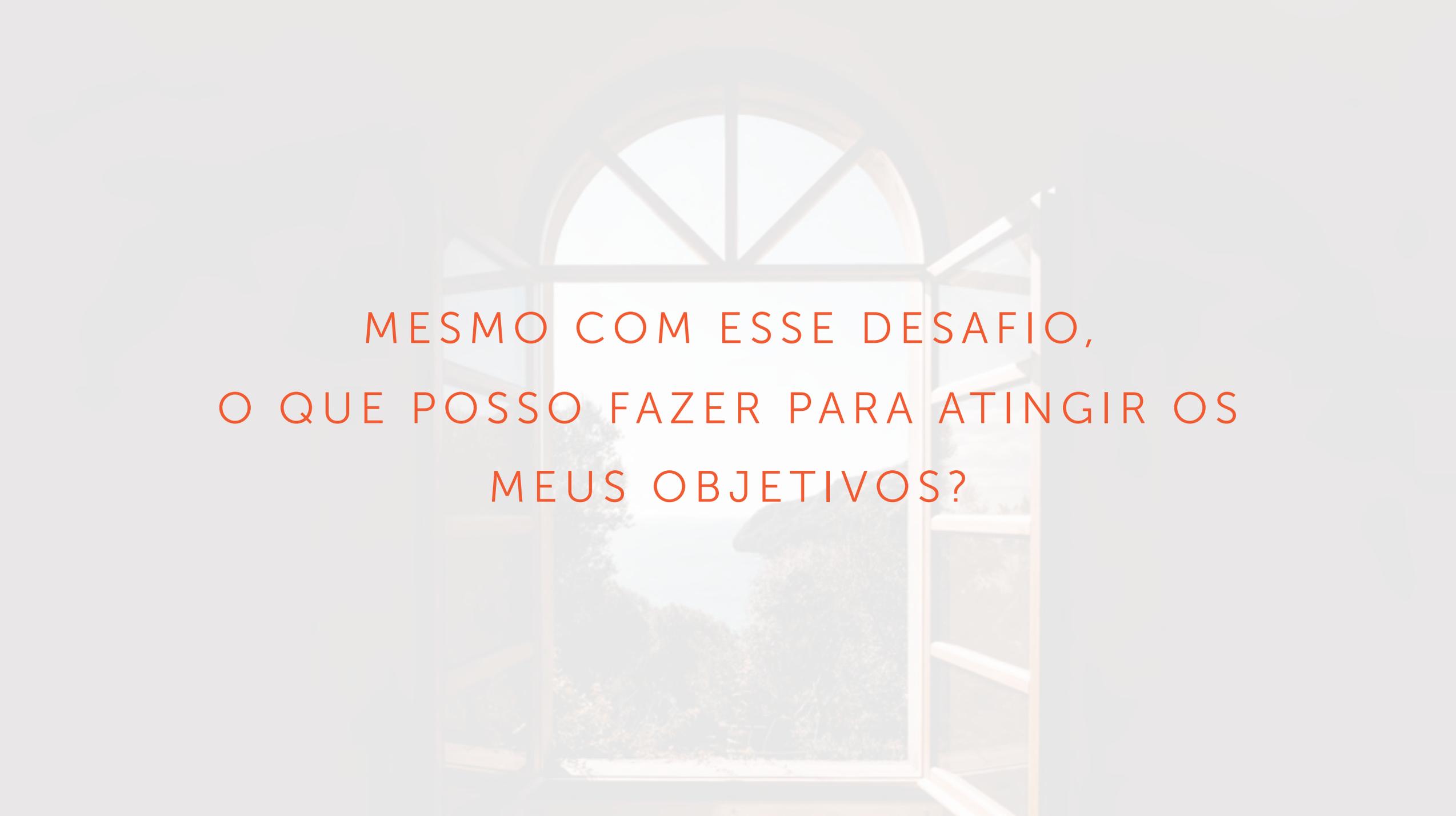


QUEM ENCONTROU
DESAFIOS PARECIDOS COM OS QUE EU
HAVIA MENCIONADO?





INDEPENDENTE DO DESAFIO.
A DIFERENÇA ENTRE UMA PESSOA QUE
QUER SUPERÁ-LO OU NÃO
É A MANEIRA COMO CADA UM
SE POSICIONA DIANTE DELE.

The background features a faded, semi-transparent image of an arched window. The window has a wooden frame and a decorative mullion pattern. Through the window, a scenic view of a coastline is visible, including a body of water, a rocky cliffside, and some greenery. The overall tone is light and airy, with a soft focus effect.

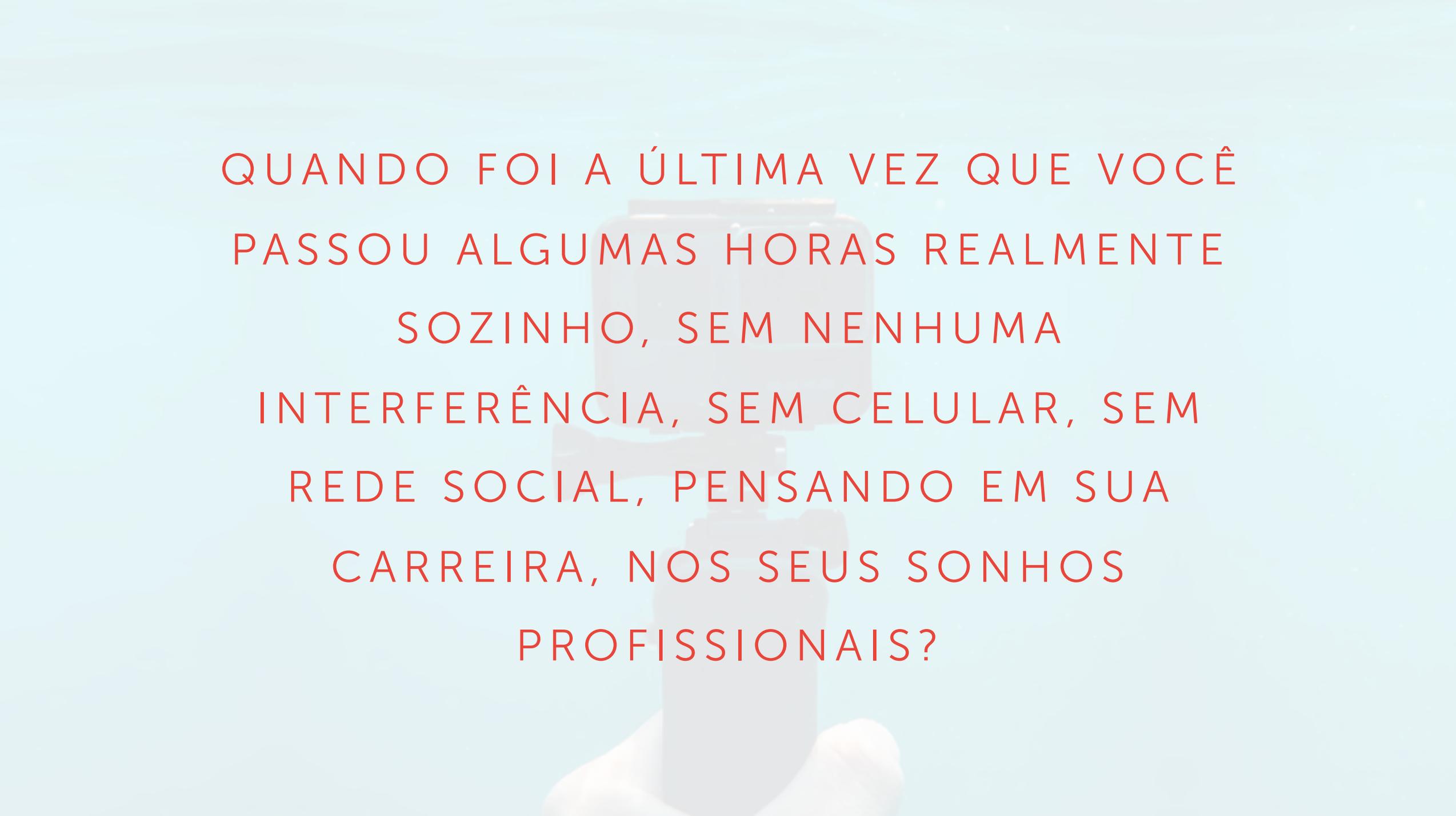
MESMO COM ESSE DESAFIO,
O QUE POSSO FAZER PARA ATINGIR OS
MEUS OBJETIVOS?

2

AUTO
CONHECI
MENTO



Passamos a vida buscando conhecimento, mas quase nunca buscando autoconhecimento.

A hand holding a smartphone is visible in the background, centered vertically. The phone is held in a way that the screen is facing the viewer. The text is overlaid on the phone and the background. The background is a light blue gradient with a subtle pattern of small white dots.

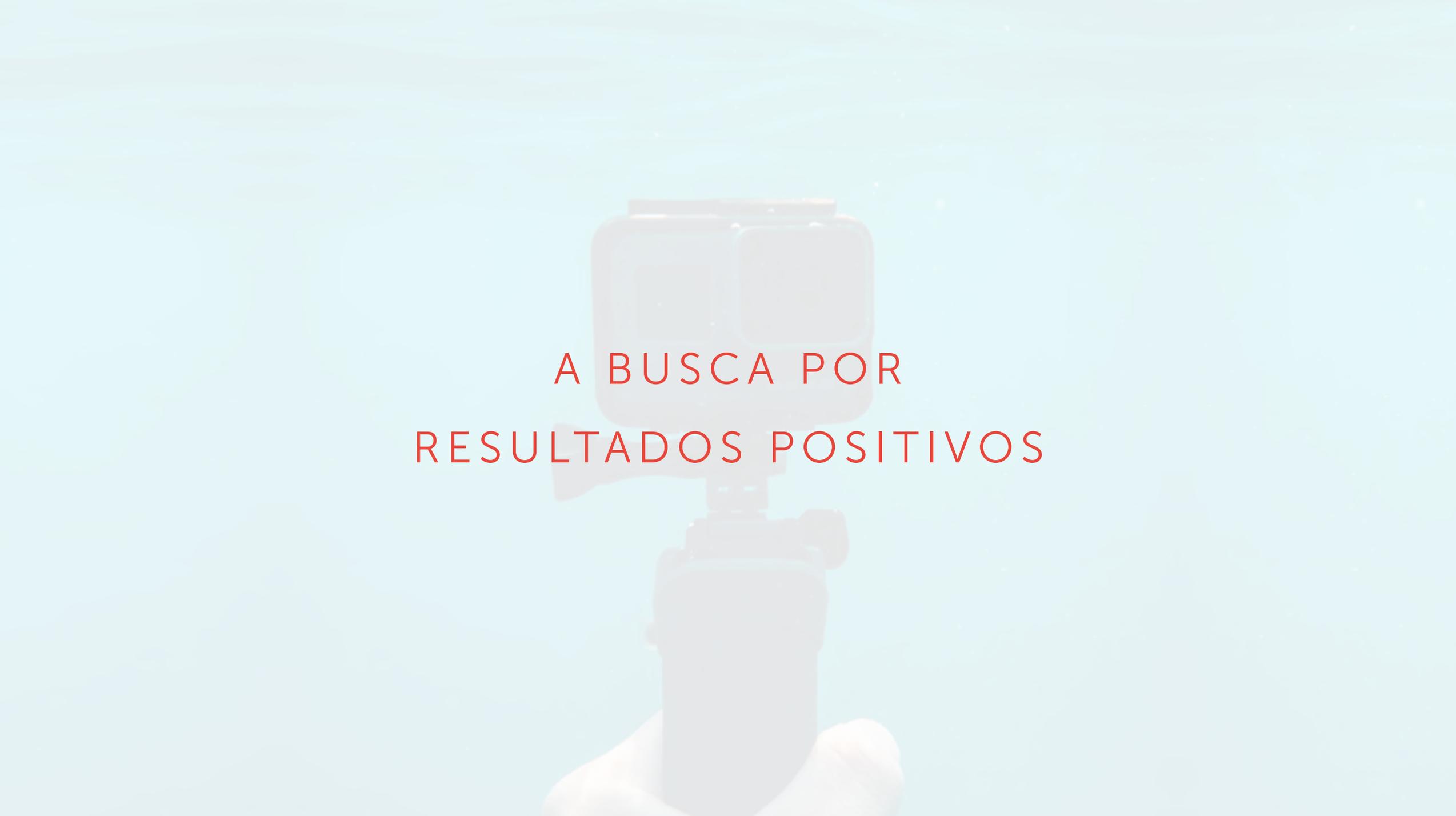
QUANDO FOI A ÚLTIMA VEZ QUE VOCÊ
PASSOU ALGUMAS HORAS REALMENTE
SOZINHO, SEM NENHUMA
INTERFERÊNCIA, SEM CELULAR, SEM
REDE SOCIAL, PENSANDO EM SUA
CARREIRA, NOS SEUS SONHOS
PROFISSIONAIS?

DINÂMICA 2:
O QUE É UMA COMUNICAÇÃO ESTRATÉGICA
PARA A SUA COOPERATIVA?
(escreva numa folha)

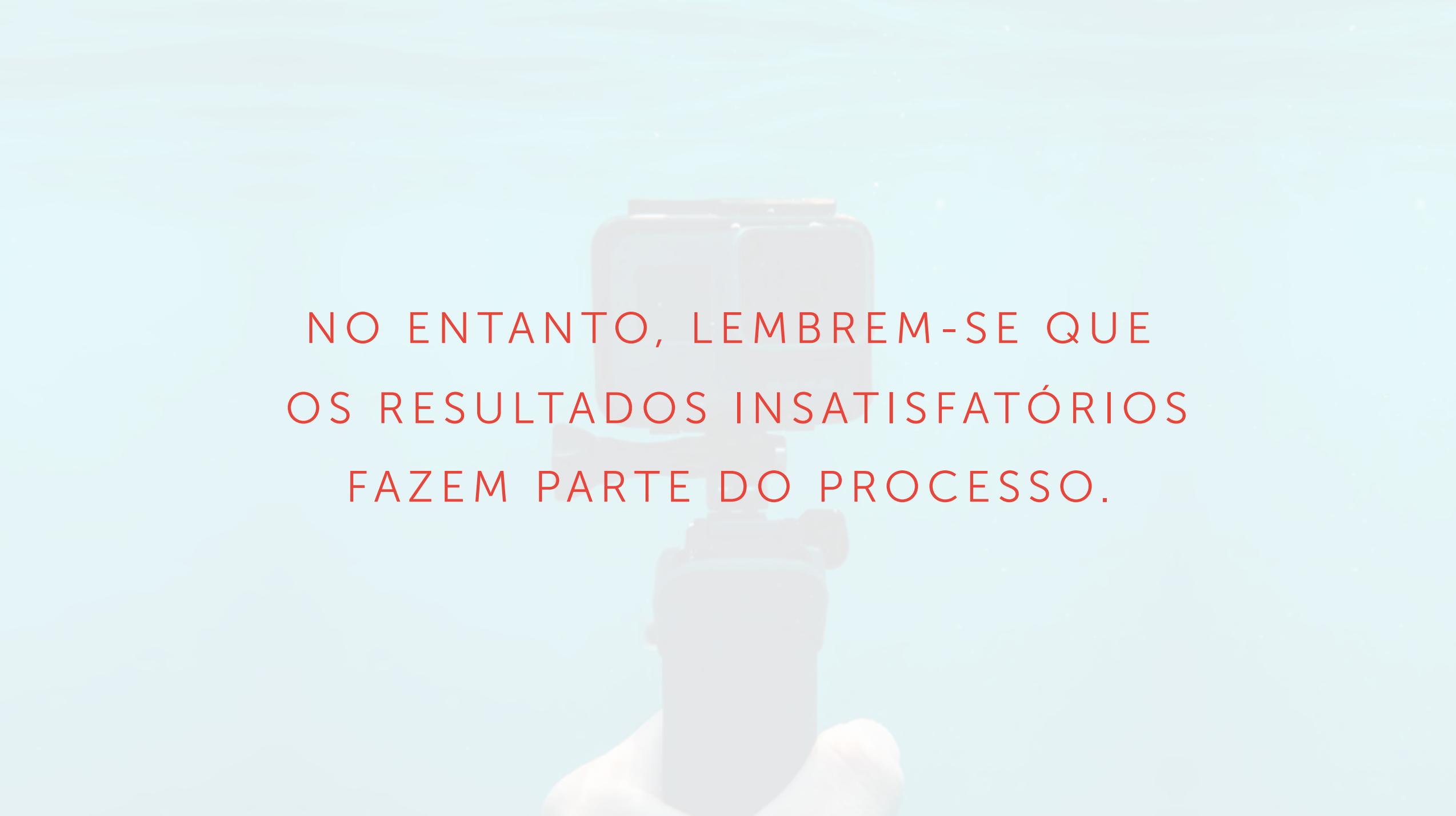




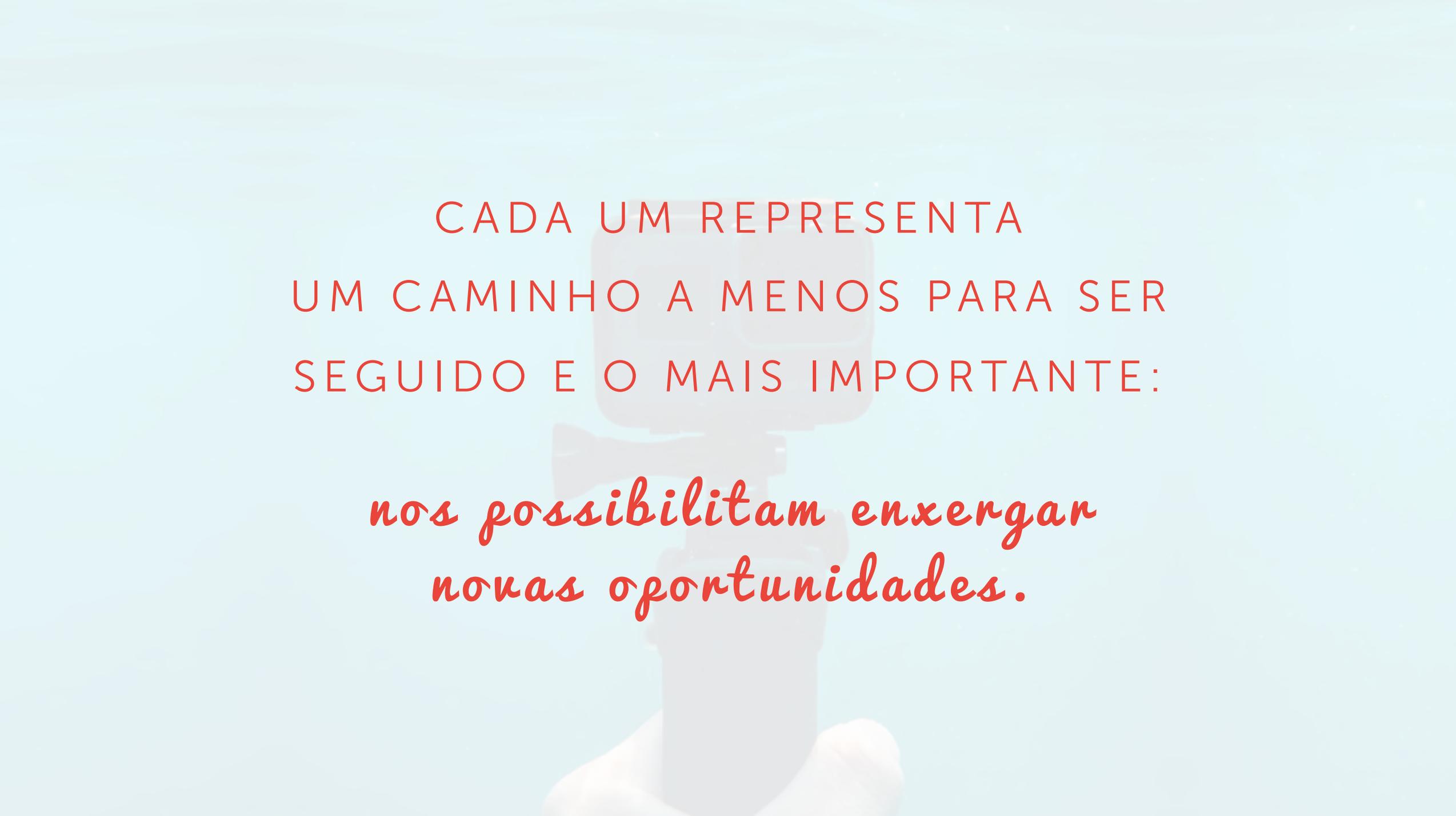
INDEPENDENTE DA RESPOSTA
DE CADA UM, CERTAMENTE TODOS
TÊM ALGO EM COMUM...

A hand holding a GoPro camera on a tripod against a light blue background with a bokeh effect. The camera is the central focus, and the text is overlaid on it.

A BUSCA POR
RESULTADOS POSITIVOS

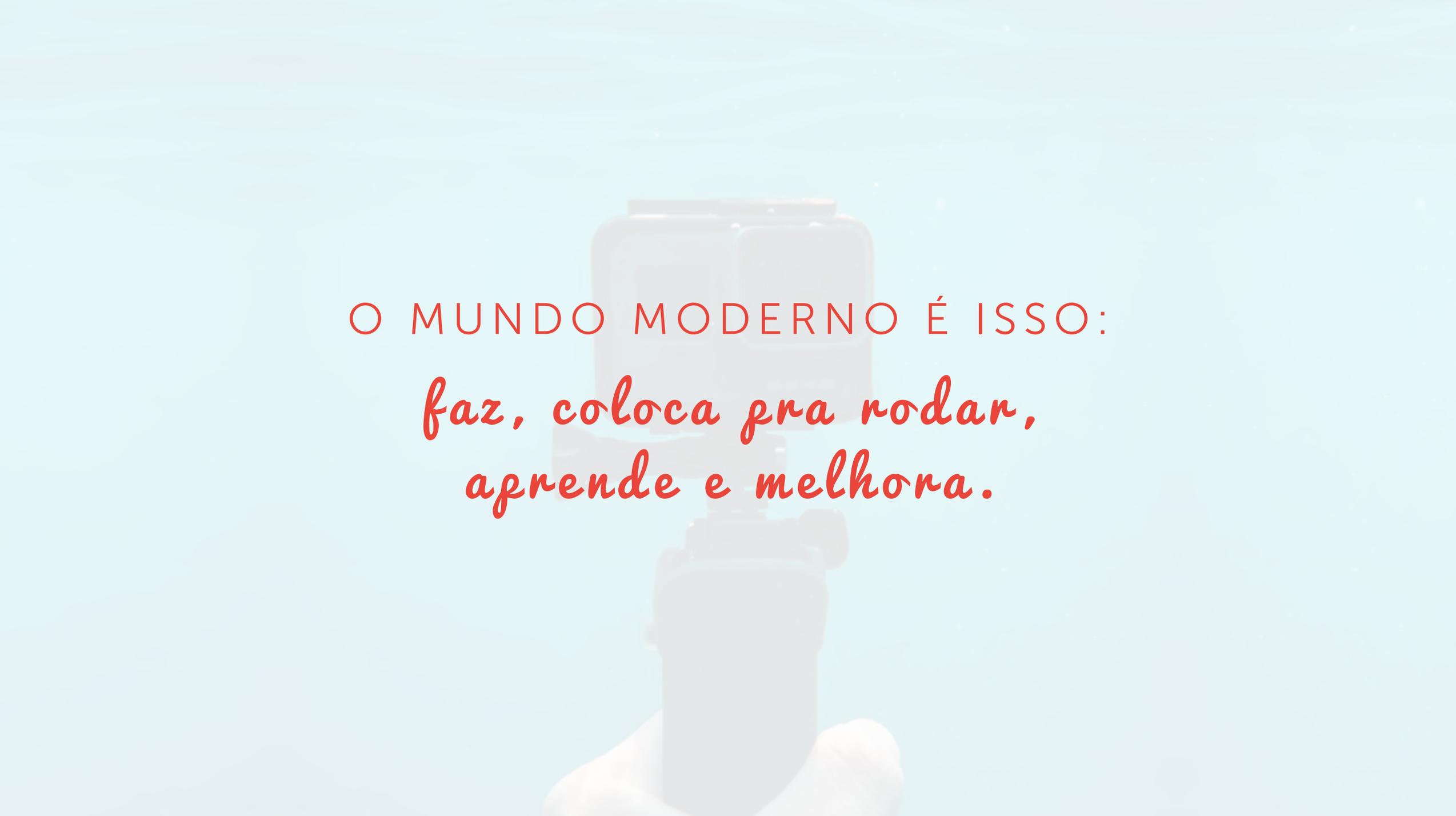
A hand holding a GoPro camera on a tripod against a light blue background with a bokeh effect.

NO ENTANTO, LEMBREM-SE QUE
OS RESULTADOS INSATISFATÓRIOS
FAZEM PARTE DO PROCESSO.



CADA UM REPRESENTA
UM CAMINHO A MENOS PARA SER
SEGUIDO E O MAIS IMPORTANTE:

*nos possibilitam enxergar
novas oportunidades.*



O MUNDO MODERNO É ISSO:

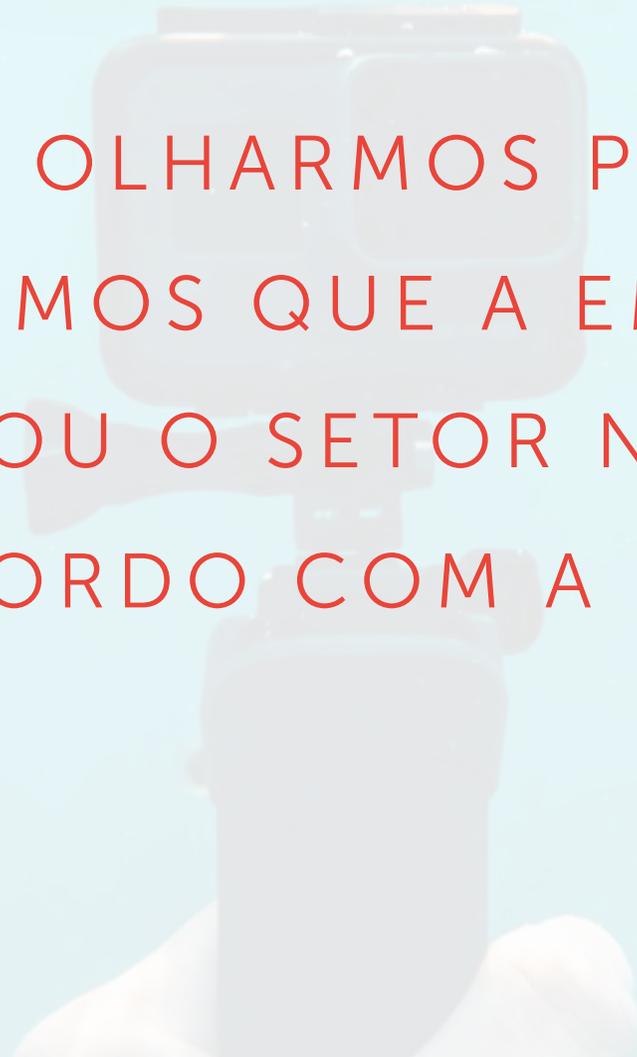
*faz, coloca pra rodar,
aprende e melhora.*

A hand holding a GoPro camera mounted on a gimbal, set against a light blue background with a subtle pattern of small white dots. The camera is the central focus, and the text is overlaid on it.

MAS ISSO É POSSÍVEL NA COOPERATIVA?

S I M

- Faz um piloto.
- Envolve colegas no projeto.
- Aprende, melhora, lança pra todos.
(Esse é só um exemplo).



É COMUM OLHARMOS PRA FORA E
PENSARMOS QUE A EMPRESA,
A ÁREA OU O SETOR NÃO ESTÁ
DE ACORDO COM A GENTE.

A hand holding a GoPro camera on a tripod against a light blue background with a bokeh effect.

M A S

Estamos sendo o
comunicador que a nossa
Cooperativa precisa?

A hand holding a GoPro camera mounted on a gimbal, set against a light blue background with a subtle bokeh effect. The text 'PRECISA TER MATCH. CULTURAL FIT.' is overlaid in a red, sans-serif font.

PRECISA TER MATCH.
CULTURAL FIT.

DINÂMICA 3:
SER UM COMUNICADOR ESTRATÉGICO
NA MINHA COOPERATIVA É...
(escreva numa folha)



DINÂMICA 3:
AGORA COMPARE COM O
VOCÊ ESCREVEU ANTES – O QUE É UMA
COMUNICAÇÃO ESTRATÉGICA?



DINÂMICA 4:
PONTOS DE MELHORIAS
(escreva na folha que recebeu)



RECURSOS
(meus e da Empresa)

INTERFERÊNCIAS

LADO POSITIVO

MELHORIAS



RECURSOS (meus e da Empresa)

- Agilidade (empresa)
- Clima positivo (empresa)
- Rentabilizando (empresa)
- Gosto por Compartilhar (meu)
- Facilidade c/ n^{os} (meu)
- Equilíbrio Humanas/ Exatas (eu)
- Senso de Justiça (eu)

INTERFERÊNCIAS

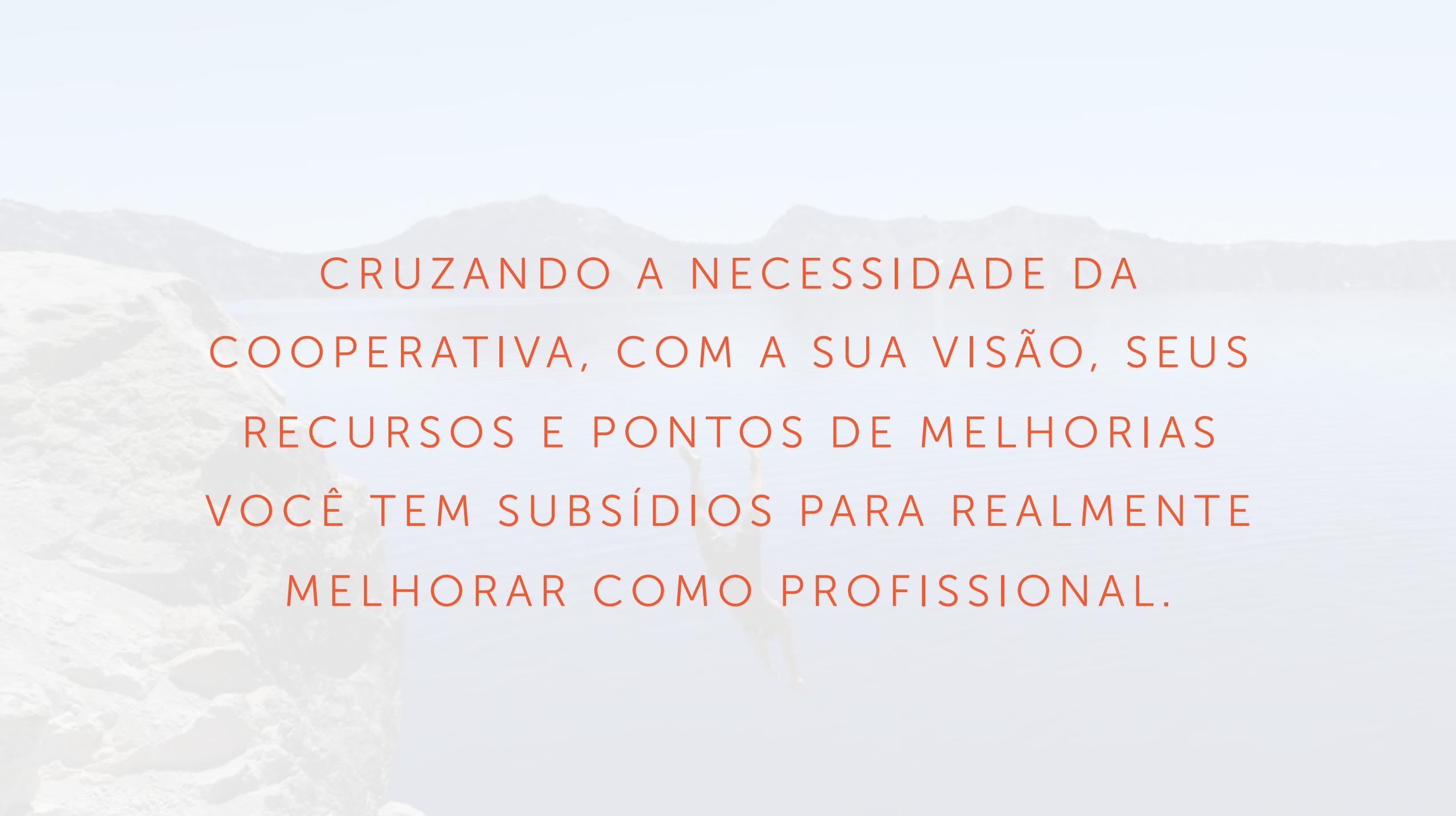
1. Poucas áreas (empresa)
2. Poucas pessoas (empresa)
3. Sócios como líderes (empresa)
4. Altura Baixa (meu)
5. Voz Truncada (meu)
6. Timidez (eu)

LADO POSITIVO

1. Mais íntimo e fácil de engajar (empresa)
2. Oportunidade de colaborar (empresa)
3. Oportunidade de ser exemplo (empresa)
4. Necessidade de menos espaço (meu)
5. Charme (meu)
6. Maior facilidade em Escuta Ativa (eu)

MELHORIAS

1. Aumentar a proximidade
2. Ter mais projetos colaborativos
3. Estar mais próximo dos funcionários
4. Marcar pelo conhecimento
5. Treinar mais
6. Praticar mais empatia.



CRUZANDO A NECESSIDADE DA
COOPERATIVA, COM A SUA VISÃO, SEUS
RECURSOS E PONTOS DE MELHORIAS
VOCÊ TEM SUBSÍDIOS PARA REALMENTE
MELHORAR COMO PROFISSIONAL.

The image features three overlapping circles in a dark teal color, centered on a background of a calm lake with mountains in the distance. The top circle is positioned above the other two, which are side-by-side. The bottom-left circle has a dashed red border. The text inside the circles is white and centered.

RECURSOS E
GAPS DE
MELHORIAS

O QUE A
COOPERATIVA
PRECISA
E QUER

O QUE É SER
ESTRATÉGICO
PRA MIM



MELHORA
COMO
PROFISSIONAL
E SER HUMANO

MELHORA
COMO
PROFISSIONAL
NA COOPERATIVA



RECURSOS E
GAPS DE
MELHORIAS

O QUE A
COOPERATIVA
PRECISA
E QUER

O QUE É SER
ESTRATÉGICO
PRA MIM

PROFISSIONAL
MAIS ESTRATÉGICO



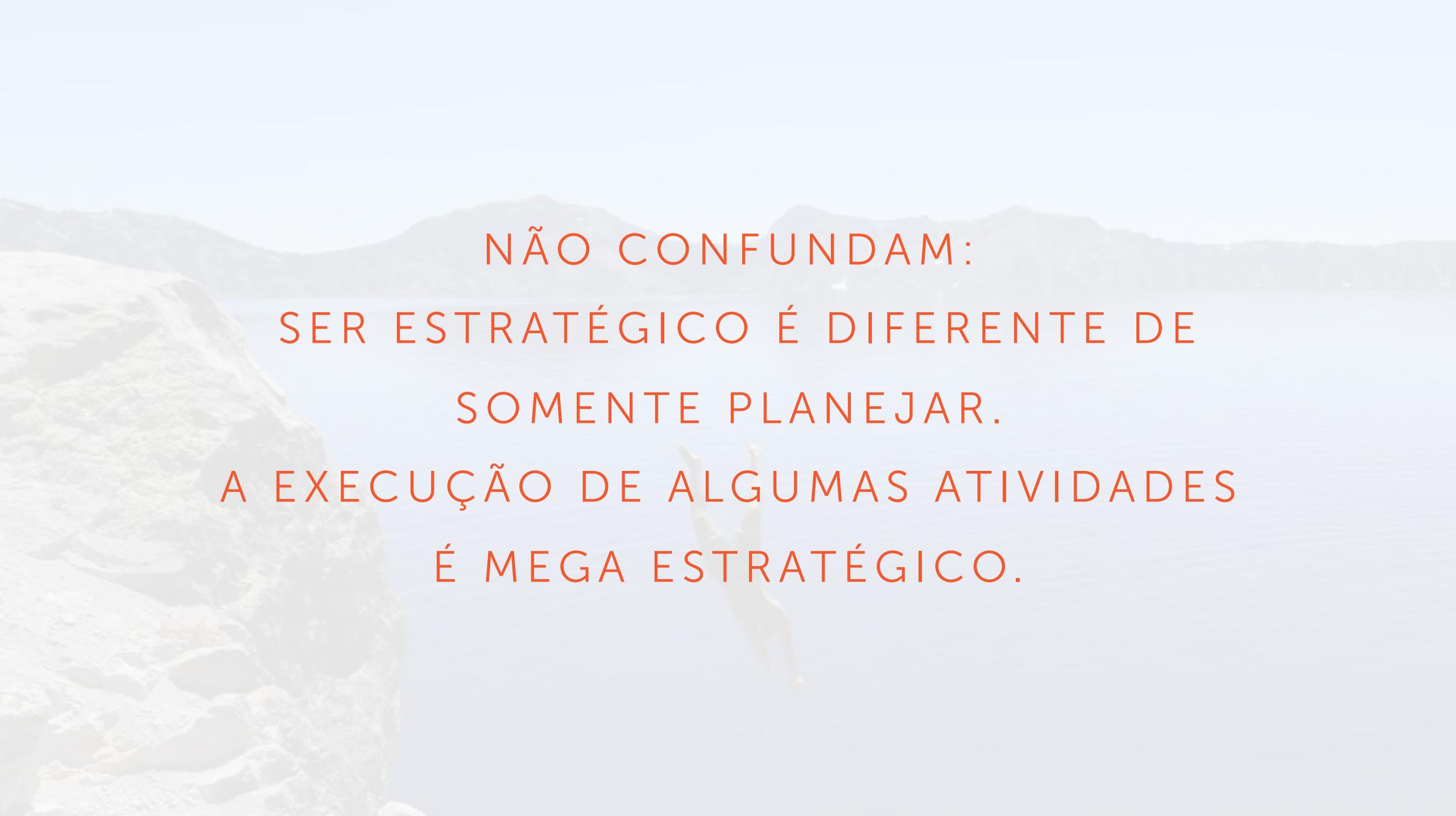
RECURSOS E
GAPS DE
MELHORIAS

The diagram consists of three overlapping circles in a triangular arrangement. The top circle is labeled 'RECURSOS E GAPS DE MELHORIAS'. The bottom-left circle is labeled 'O QUE A COOPERATIVA PRECISA E QUER'. The bottom-right circle is labeled 'O QUE É SER ESTRATÉGICO PRA MIM'. The central intersection of all three circles is shaded in a darker red. A red arrow originates from this central intersection and points towards the text 'PROFISSIONAL E SER HUMANO DIFERENCIADO' on the right side of the image.

O QUE A
COOPERATIVA
PRECISA
E QUER

O QUE É SER
ESTRATÉGICO
PRA MIM

PROFISSIONAL
E SER HUMANO
DIFERENCIADO



NÃO CONFUNDAM:
SER ESTRATÉGICO É DIFERENTE DE
SOMENTE PLANEJAR.
A EXECUÇÃO DE ALGUMAS ATIVIDADES
É MEGA ESTRATÉGICO.

A person is diving into a large body of water, with mountains visible in the background. The scene is overlaid with a semi-transparent orange filter.

TUDO PLANEJAMENTO TEM ETAPAS CLÁSSICAS:

**Definição do
objetivo**

Estratégia

Ações

Mensuração



Goals



Etapa de definir muito bem o objetivo, o foco do seu planejamento.



Umbrella



*Etapa de escolher
as estratégias que
serão adotadas em
busca dos
objetivos*



*Aqui que
definimos e
desenhamos as
ações e as
entregas tangíveis.*

**Ready
to go**



*Etapa de
estabelecer como
será a mensuração
e de construir uma
conexão com o objetivo.*



Upshot





Goals



Umbrella



Ready
to go



Upshot





Goals



Upshot





Goals



Umbrella



Upshot





Goals



(objetivos)



Umbrella



(estratégia
guarda-chuva)



Ready
to go



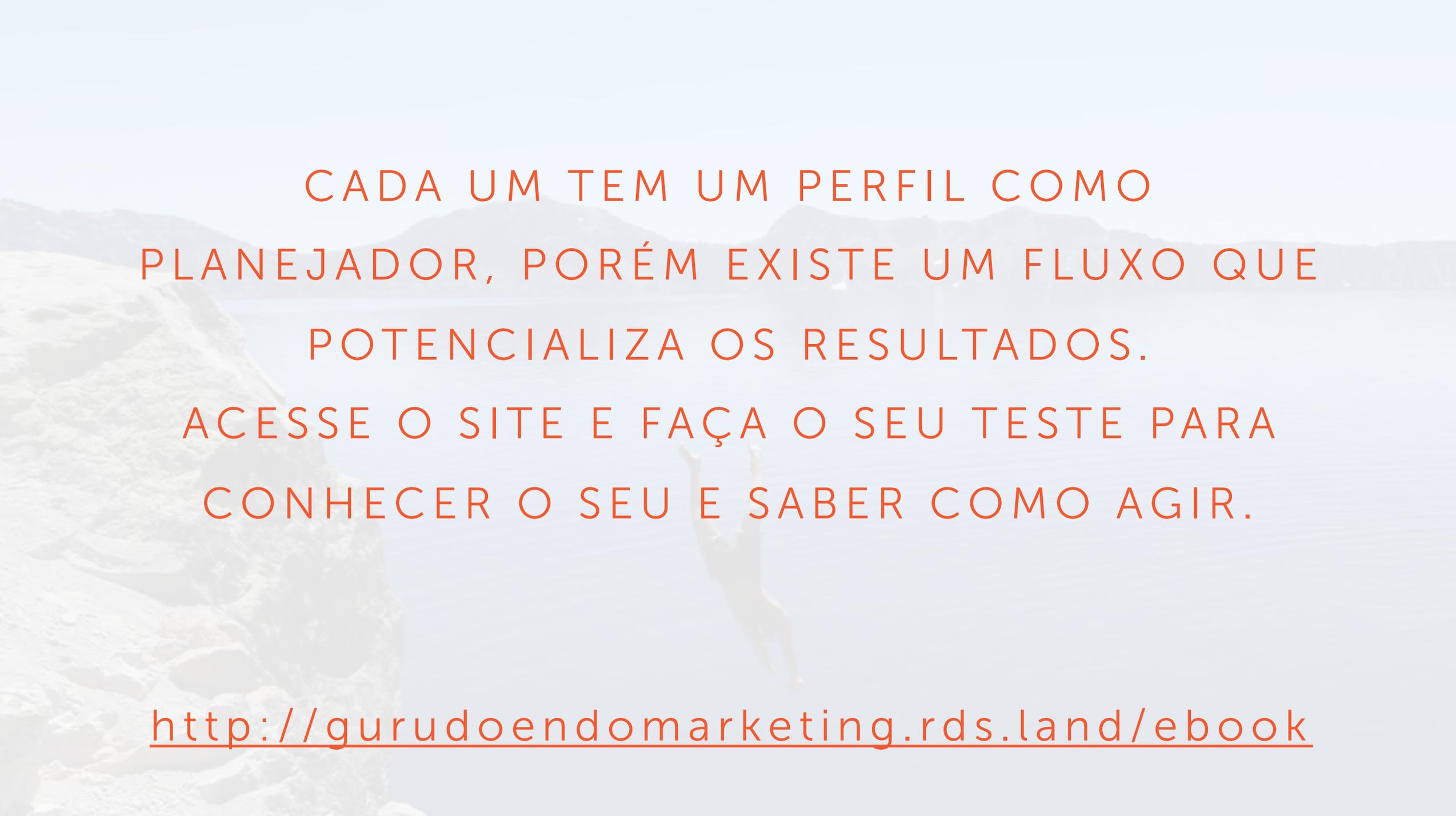
(ação)



Upshot



(resultado)



CADA UM TEM UM PERFIL COMO
PLANEJADOR, PORÉM EXISTE UM FLUXO QUE
POTENCIALIZA OS RESULTADOS.

ACESSE O SITE E FAÇA O SEU TESTE PARA
CONHECER O SEU E SABER COMO AGIR.

<http://gurudoendomarketing.rds.land/ebook>

DINÂMICA 5:

EM DUPLAS, UMA PESSOA
VAI CONTAR UM DESAFIO, MEDO OU TRAUMA
QUE TEVE E QUE AINDA NÃO RESOLVEU.

(um colega só fala e o outro só escuta).
2 min e 30 pra cada um e depois inverte.



3

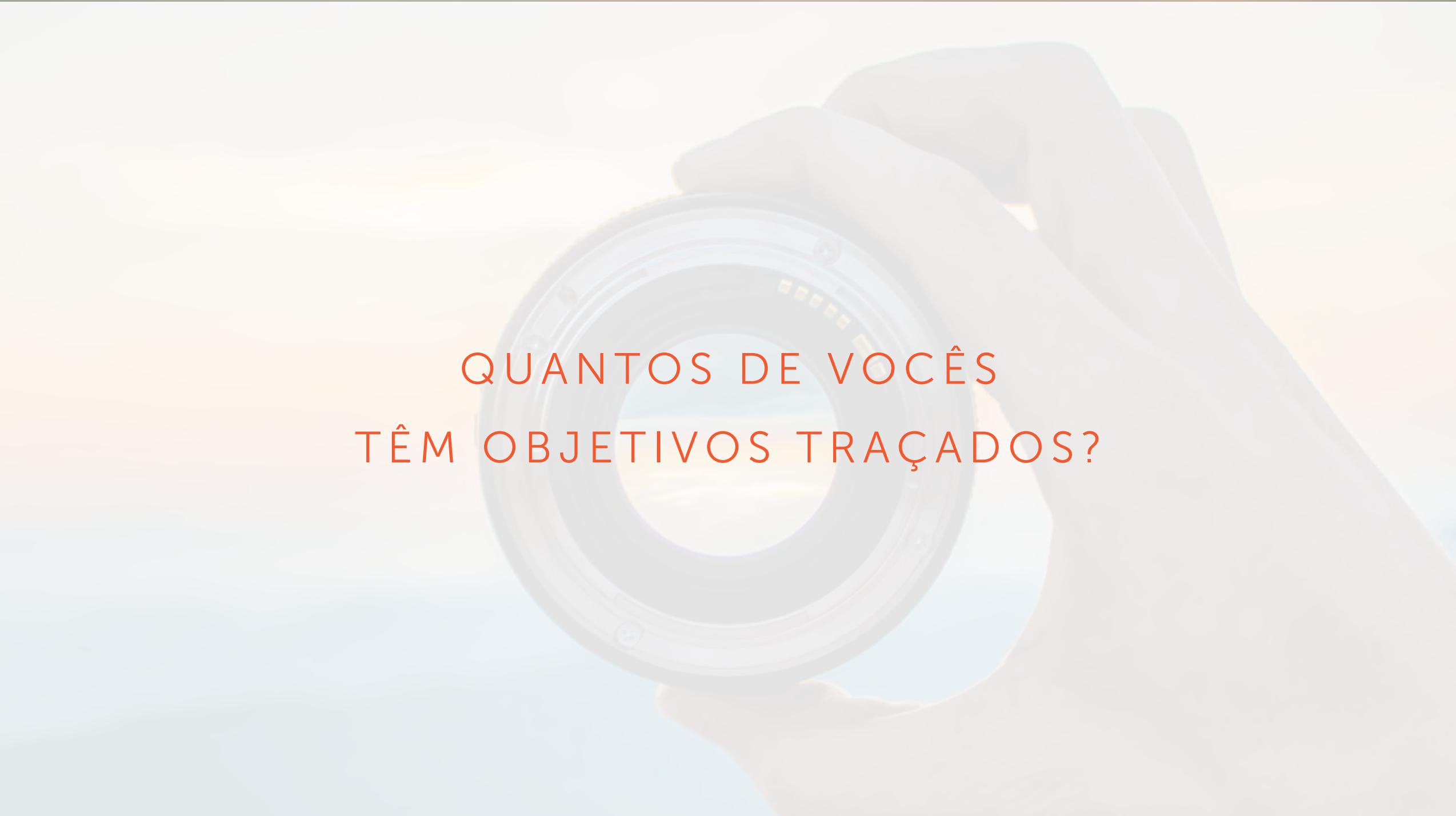
AÇÃO



*Não existe mudança sem introdução
de novos hábitos e rotinas.*

A hand holding a camera lens against a bright, hazy background. The lens is the central focus, with the hand's fingers visible around it. The background is a soft, out-of-focus mix of light blue and white, suggesting a bright sky or a window view. The overall mood is contemplative and artistic.

QUANTOS DE VOCÊS
TÊM UMA ROTINA
DE COMUNICAÇÃO?

A hand holding a camera lens against a sunset background. The lens is the central focus, with the sun's glow visible through its opening. The background is a soft, warm gradient of orange and yellow, suggesting a sunset or sunrise over a body of water.

QUANTOS DE VOCÊS
TÊM OBJETIVOS TRAÇADOS?

A hand holding a camera lens against a sunset background. The lens is the central focus, with the sun's glow visible through its opening. The text is overlaid in a reddish-orange color.

SUGIRO TER NO MÁXIMO 3 POR ANO.
E QUE ELES SEJAM ESPECÍFICOS.

OBJETIVO

Aumentar a minha
imagem como
palestrante

META

4 palestras extras em 2019.

ROTINAS

Um almoço a
cada 15 dias com
alguém do
mercado

Semanalmente
listar nomes de
empresas/
profissionais
para abordar.

Realizar
4 contatos
por mês

Fazer posts nas
redes sociais
sobre as palestras

FLUXO DE PRODUTIVIDADE



A hand holding a camera lens against a sunset background. The lens is the central focus, with the sun's glow visible through its opening. The text is overlaid on the lens.

SOMOS CONTRATADOS PARA
EXERCER ATIVIDADES.

DINÂMICA 6:
LISTE OS PAPÉIS QUE VOCÊ
POSSUI E AS ATIVIDADES
QUE EXERCE EM CADA UM DELES.



OS MEUS PAPÉIS

PROFESSOR

Reunião com meu coordenadores

Preparar aula

Ministrar aula

Corrigir trabalhos

Lançar nota

Entregar trabalhos na secretaria e notas

SÓCIO HAPPY

Alinhamentos equipe

Reuniões com sócios

Construção de planejamentos

Viagens para atender clientes

Construção de briefings

Participação em trabalhos

PAI

Ajudar meu filho nos estudos

Brincar com o meu filho

Dar feedback

Ser exemplo com leituras, alimentação e atividades físicas

Ir nas reuniões escolares

Acompanhar as notas no portal

Pagar a escola

CEO GURU

Criar conteúdo

Preparar post redes sociais

Manter contato com clientes

Melhorar a plataforma

Treinar mais

Praticar mais empatia.

DINÂMICA 6.1:
COLOQUE EM ORDEM
DE PRIORIDADE OS PAPÉIS E A LISTA



OS MEUS PAPÉIS

3. PROFESSOR

- 4. Reunião com meu coordenadores
- 1. Preparar aula
- 1. Ministrando aula
- 2. Corrigir trabalhos
- 3. Lançar nota
- 5. Entregar trabalhos na secretaria e notas

1. SÓCIO HAPPY

- 1. Alinhamentos equipe
- 3. Reuniões com sócios
- 2. Construção de planejamentos
- 1. Viagens para atender clientes
- 5. Construção de briefings
- 4. Participação em trabalhos

1. PAI

- 3. Ajudar meu filho nos estudos
- 1. Brincar com o meu filho
- 1. Dar feedback
- 2. Ser exemplo com leituras, alimentação e atividades físicas
- 5. Ir nas reuniões escolares
- 4. Acompanhar as notas no portal
- 6. Pagar a escola

2. CEO GURU

- 1. Criar conteúdo
- 2. Preparar post redes sociais
- 1. Manter contato com clientes
- 4. Melhorar a plataforma
- 3. Treinar vendedores

OS MEUS PAPÉIS

3. PROFESSOR

4. Reunião com meu coordenadores

1. Preparar aula

1. Ministrando aula

2. Corrigir trabalhos

3. Avaliar nota

5. Entregar trabalhos na secretaria e notas

1. SÓCIO HAPPY

1. Alinhamentos equipe

3. Reuniões com sócios

2. Construção de planejamentos

1. Viagens para entender

5. Construção de briefings

3. Reuniões com em trabalhos

1. PAI

3. Ajudar meu filho nos estudos

1. Brincar com o meu filho

1. Dar feedback

2. Ser exemplo com leitura, alimentação e

atividades físicas

5. Ir nas reuniões escolares

3. Acompanhar as notas

2. Pagar a escola

6. Pagar a escola

2. CEO GURU

1. Criar conteúdo

2. Preparar post redes sociais

1. Melhorar contato com clientes

4. Melhorar a plataforma

3. Melhorar vendedores

Do livro
A Produtividade
Gerônimo
Tehml

Foco do dia:

Prioridades:

①

②

③

④

⑤

Para evitar no dia:



①

②

③

Como foi o meu dia (de 0 à 10)

O que eu aprendi hoje

Hoje eu sou grato(a) por

①

②

③



PROCURE SE CONHECER

*Querer melhorar olhando apenas para fora
é mudar apenas a embalagem. Sem desculpas.
A verdadeira transformação começa
dentro de você.*



2

DÊ O PRIMEIRO PASSO

Visite as áreas, visite os seus públicos-alvo, mostre-se presente, empático e veja como você pode contribuir.

3

PRATIQUE ESCUTA ATIVA

Demonstre interesse genuíno pela fala do interlocutor e, assim, estabeleça um vínculo com o mesmo. Sem celular, sem telefone, com hora marcada, sem julgamento. Prepare-se.

4

COLABORE COM O FOCO DO ANO

Se a sua Cooperativa não tem, estimule, provoque, faça uma dinâmica para descobrir. É muito importante ter um norte e poder alinhar a comunicação a esse foco.

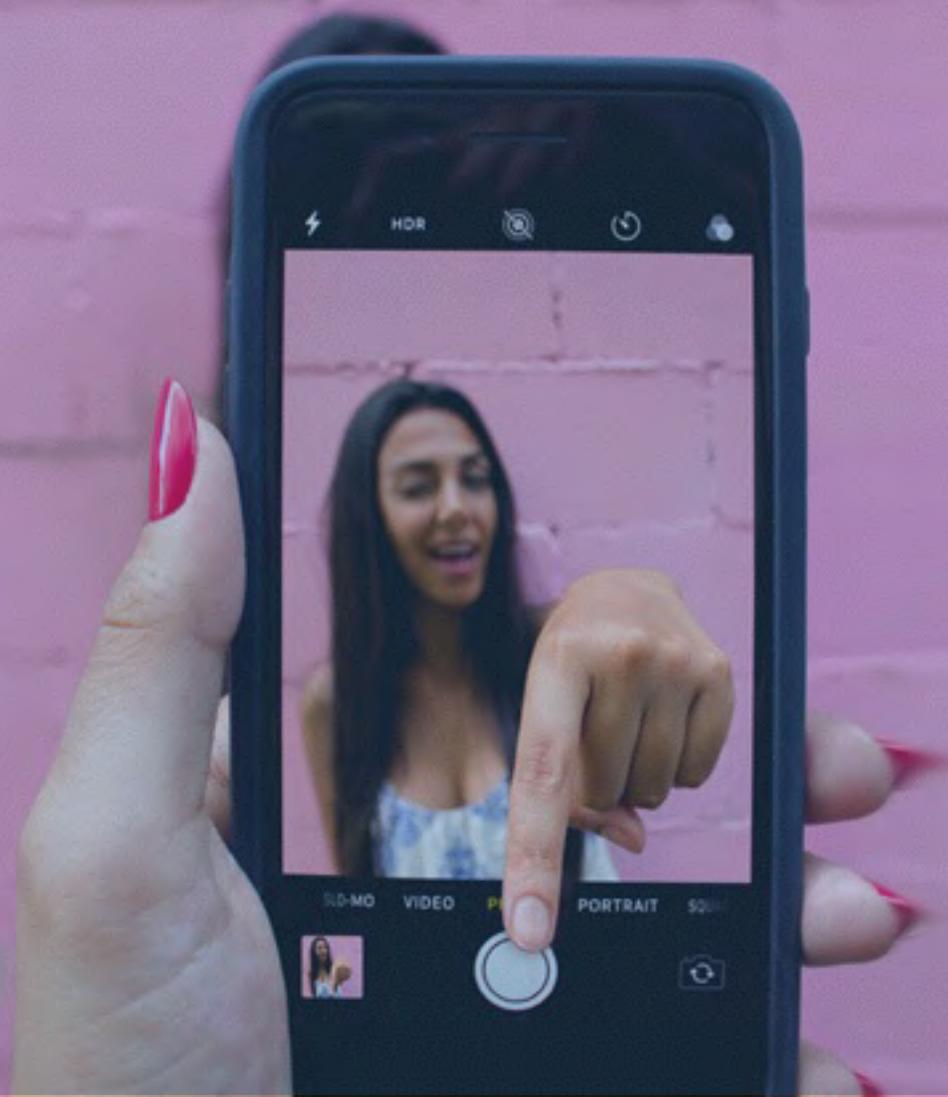


SAIBA SEMPRE QUAL O OBJETIVO DA AÇÃO

Invista tempo descobrindo e discutindo qual a finalidade de cada projeto. Pode parecer bobagem, mas é daqui que nascem as mensurações.

4

COM
PARTI
LHAR





PER
GUN
TAS

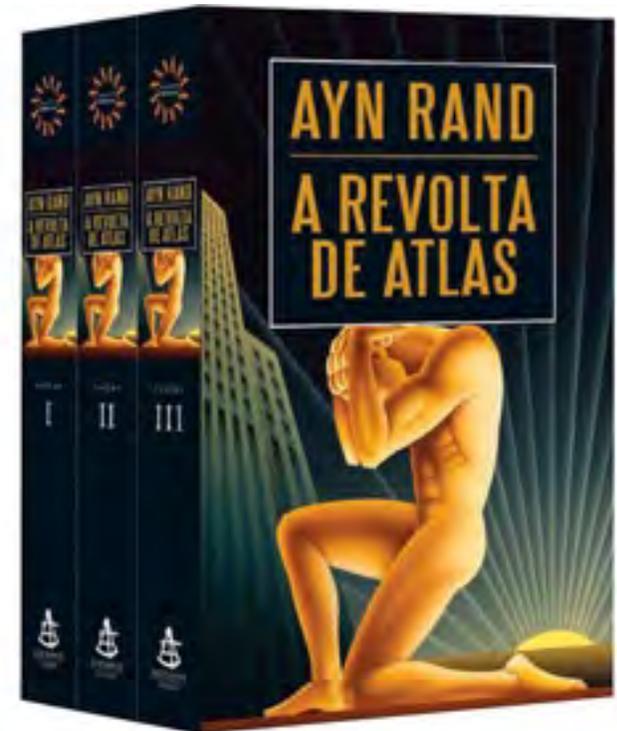
CHECK
OUT



Ache a sua dor
e quando encontrá-la,
coloque o dedo na ferida.

Passamos a vida buscando conhecimento, mas quase nunca buscando autoconhecimento.

*Não existe mudança sem introdução
de novos hábitos e rotinas.*



Pegue o seu e-book no
<http://gurudoendomarketing.rds.land/ebook>

DINÂMICA 7:

RETIRAR UMA MENSAGEM NUMA CAIXA
E DEPOSITAR OUTRA NA CAIXA AO LADO.
(Usem a folha que receberam)



Trilha sonora das dinâmicas

Música: Leaving Town

Banda: Chicane



Obrigado

pela

OPORTUNIDADE



51 99127.7965
carlos@happy.net.br

 gurudoendomarketing