

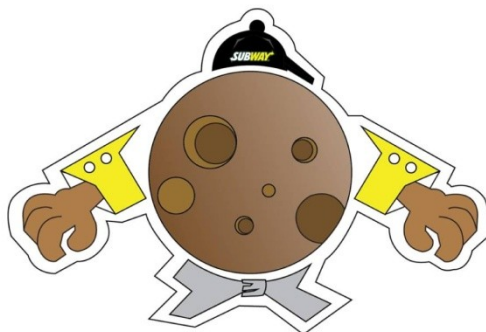
Clipping ACT

Minas Marca – 26/03/2013 - <http://buff.ly/13DePxs>

MARKETING

26/03/2013

ACT desenvolve projeto motivacional para colaboradores da Rede Subway



Mascote criado para a ação

Para motivar os colaboradores das franquias da Rede Subway em Belo Horizonte, a ACT Comunicação desenvolveu um projeto com objetivo de melhorar o desempenho deles em suas funções. O programa "Cookies de Vantagens" funciona a partir da acumulação de pontos que podem ser trocados por diversos itens (pen drive, bolsa térmica, sanduicheira, relógio digital, mochila, perfume, entre outros), por meio de uma monitoria interna que avalia aspectos como disponibilidade em situações emergenciais, assiduidade, bom atendimento e imagem adequada. O cookie, produto comercializado pela Subway, foi escolhido para simbolizar a moeda de troca dos participantes.

O diferencial do programa, segundo Roberta Andrade, uma das sócias da ACT, foi demonstrar que determinadas ações de endomarketing, realizadas de forma criativa, podem modificar o ambiente de trabalho, levando maior compromisso e envolvimento de todos os colaboradores. "Percebemos a necessidade de investir no ambiente interno, apostando na ideia de que o funcionário satisfeito trabalharia melhor," explica.

Por meio de um estudo da própria empresa e do que poderia motivar mais os colaboradores das franquias, a ACT implantou o programa em quatro lojas da Rede Subway: na região da Savassi, Funcionários, Lourdes e Extra do Santa Efigênia. "As pontuações são fixadas em um portal interno de colaboração, instalados em todas as lojas participantes, que são visíveis pela plataforma online," afirma Roberta.

De acordo com o franqueado das lojas, Cristiano Rodrigues, o bom profissional deve ser valorizado quando demonstra compromisso e dedicação com suas atividades. "Quando o funcionário está motivado, ele se preocupa em prestar o bom atendimento, o que acaba gerando satisfação para o cliente e recompensa para ele. O programa 'Cookies de Vantagens' atingiu seu objetivo, com uma repercussão favorável dentro da empresa," revela.

Roberta aponta que estratégias de endomarketing bem sucedidas, são capazes de modificar o quadro funcional de uma empresa, fazendo-os perceber que são parte de um todo, e que são fundamentais para o bom funcionamento da cadeia produtiva. "Quem ganha são os clientes, que saem satisfeitos, e a rede de alimentos, que ganha mais adeptos, aumenta a lucratividade", ressalta.