

Participação da 4CO | Cappellano & Carramenha na Galeria dos Cases Campeões – Prêmio Jatobá no Jornalistas&Cia - 09/07/2019

Troféu Jatobá PR



Galeria dos Cases Campeões – 2

- **Case:** VC em cada ponto: a celebração da cultura Lívolo
- **Categoria:** Eventos
- **Segmento:** Agência-butique
- **Agência:** 4CO|Cappellano & Carramenha
- **Cliente:** Lívolo



Apóio

■ **Jornalistas&Cia** dá sequência à série *Galeria dos Cases Campeões*, em que mostra, a cada edição, os cases campeões de 2018 do *Prêmio Jatobá PR*. Realizada em 8/11/18, no Renaissance Hotel, em São Paulo, a premiação recebeu 151 cases de 54 agências, sendo 35 agências-butique e 19 grandes agências. Desses, 83 foram classificados para a final, nas 11 categorias da premiação, sendo 41 cases de agências-butique e 42 de grandes agências.

► Esta edição traz o case *VC em cada ponto: a celebração da cultura Lívolo*, da 4CO|Cappellano & Carramenha. Com a iniciativa, J&C dá sua contribuição para promover, divulgar e fortalecer as agências e os executivos de comunicação corporativa nas iniciativas de *PR*.

► **Bruno Carramenha**, sócio da 4CO, falou a J&C sobre o case vencedor.

A vivência dos colaboradores foi essencial para o resultado

O case inscrito é um pedaço de um plano: bem maior. Em princípio, não inscreveríamos nenhum case da Lívolo em 2018 lembrando que com o mesmo cliente ganhamos a categoria de Comunicação Interna no ano anterior, pois estávamos no meio de uma grande entrega no cliente, mas ainda sem resultados para mostrar. A ideia seria fazer um case robusto para 2019. Entretanto, o evento de lançamento do projeto foi tão bem planejado e executado que tínhamos certeza de que ele tinha muito potencial para ser vencedor.

Em termos operacionais, o grande desafio encontrado pela 4CO na estruturação do evento

de celebração da cultura Lívolo foi transmitir o conteúdo – denso e relevante, que demandava contextualizações e conexões com a estratégia de negócio da companhia –, de maneira leve e envolvente, de forma que a Visão, o Propósito, os Valores e os Comportamentos não fossem apresentados apenas como um direcionamento corporativo, mas que cada colaborador os vivenciasse, a fim de entenderem sua finalidade prática.

A chave desse evento foi apostar no conteúdo como estratégia. Aliás, creio que por isso, inclusive, que ganhamos o prêmio – até porque não somos uma agência de eventos: então, toda a execução ficou com a Case Imagine, agência especializada em produzir eventos. O que a 4CO fez foi pensar em toda a experiência do empregado nesse momento em que teria para mergulhar na cultura. O evento foi planejado e concebido para apresentar a cultura Lívolo – um conteúdo robusto e estratégico para o negócio, como citado anteriormente –, de forma leve e dinâmica, a fim de envolver os empregados do primeiro ao último instante, como protagonistas. Assim, a fim de ilustrar, de forma simbólica, o que cada um dos princípios organizacionais (Visão, Propósito, Valores e Comportamentos) representa, desenvolvemos uma série de vivências lúdicas, cada uma conectada a um princípio, de forma a proporcionar a prática de elementos que compõem tais conceitos, além de entregar a essência de cada um deles.

Em termos de resultados, houve participação ativa de 93% dos empregados da Lívolo e o evento atingiu seu objetivo relacionado à retenção de informação, demonstrado em pesquisa pós-evento, com índice de 98%. O sucesso desse evento está na sua proposta inovadora, criativa e dinâmica, alinhada a um plano de comunicação maior, atento aos desafios do negócio.

Alguns outros números que ajudam a ilustrar:

- 11 horas de evento
- 650 experiências vividas
- 140 fotos e 120 vídeos capturados na ação *teaser*
- 130 fotos coladas na *timeline* da ativação do Propósito
- 100 assinaturas na *timeline* de futuro do Propósito
- 250 lambes-lambes colados no painel dos Valores

Para a 4CO, a parceria com a Lívolo, que vem desde 2015, fortaleceu-se ainda mais em 2019, depois do segundo prêmio consecutivo conquistado pela consultoria. Além disso, para a equipe é um super-reconhecimento e ajuda a dar ainda mais gás para o trabalho.

Para a Lívolo, fica o entendimento de que a 4CO é um parceiro estratégico para a comunicação e para os negócios. Também, em termos de conteúdo, o importante início de um programa mais amplo, que vem olhar para a cultura e transformações organizacionais, com um lançamento bem-sucedido.

É motivo de muito orgulho ganhar um prêmio com um case em que temos a plena segurança de ter feito, de fato, um trabalho excepcional. Ter cases finalistas, vencedores ou, como foi o nosso caso em 2018, ganhar como a agência-butique do ano é algo muito significativo para todos na 4CO.

Bruno Carramenha