



EDP

ERA GLOBAL E DIGITAL

A Comunicação Interna tem o papel de actuar enquanto agente facilitador da mudança e de suporte à cultura da EDP. Numa lógica cada vez mais global, mas com os ajustes necessários a um universo com mais de 12 mil colaboradores, mais de 40 nacionalidades e presença em 16 países.

numa Era em que a evolução das operações, da tecnologia e do conhecimento é cada vez mais veloz, a Comunicação Interna na EDP serve para transmitir aos colaboradores toda a informação, partilha de conhecimento e fomento de cultura de

equipa que permita suavizar o impacto destas transições velozes.

A rápida transformação em vários domínios exige novas abordagens das empresas para estarem preparadas para os desafios do futuro. A Comunicação Interna vem, desde logo, assegurar a criação de uma identidade e cultura de grupo que

se assume muito forte – numa empresa com mais de 12 mil colaboradores, mais de 40 nacionalidades e presença em 16 países. Adicionalmente é essencial num Grupo em que há muito conhecimento acumulado que é necessário transmitir entre colaboradores mais experientes e os recém-chegados.

Esta é uma área que actua através de vários meios e práticas. «Além dos meios de partilha de informação, refiro-me à televisão, à intranet, à revista e à newsletter, são desenvolvidas estratégias e planos de Comunicação Interna para dar resposta aos vários desafios que surgem e para que a mensagem chegue a todas as equipas, independentemente de funções e localização geográfica», aponta fonte oficial da EDP.

O desafio principal que se impõe à energética portuguesa tem sido o de acompanhar um Grupo que é cada vez mais global e cada vez mais digital. É neste sentido que a empresa está a evoluir e a Comunicação Interna tem de reflectir essa aposta.

FOCO 2018

A excelência da Comunicação Interna da EDP é unanimemente reconhecida, tendo sido distinguida três vezes consecutivas nos Prémios Human Resources como a “Empresa com as melhores práticas de Comunicação Interna”.

E isto é reflexo do crescimento exponencial que a área tem tido internamente. «Um primeiro reflexo passa pelos níveis de reconhecimento e satisfação com os canais de Comunicação Interno, que são elevados. Depois há o reflexo nos estudos de clima de toda a empresa, que reflectem temas como o sentimento de partilha, o espírito de equipa, a confiança na organização... temas que são claramente potenciados pela Comunicação Interna», sublinha fonte oficial.

Por isso, o Grupo eleva sempre a fasquia e todos os anos tenciona assegurar qualidade e inovação. No início do ano, o Grupo anunciou que iria trazer novas plataformas para comunicar e remodelar os canais de comunicação para estar mais próximo das equipas. Referindo-se ao lançamento do “Workplace by Facebook” e à renovação da Intranet do Grupo. «Iniciativas que mudam os canais e a forma como o Grupo comunica», esclarece.

O lançamento da plataforma “Workplace by Facebook” é vista como a grande

iniciativa deste ano. Um canal de Comunicação Interno que replica a experiência do Facebook e que permite a partilha de informação, vídeo, imagem e uma grande interacção entre equipas. «Trouxe-nos claramente uma comunicação bidireccional. Os colaboradores tornam-se criadores de conteúdos e têm oportunidade de dar feedback imediato sobre qualquer informação que tenha sido divulgada pela Comunicação Interna. Isto é claramente valorizado pelas equipas», esclarece a mesma fonte.

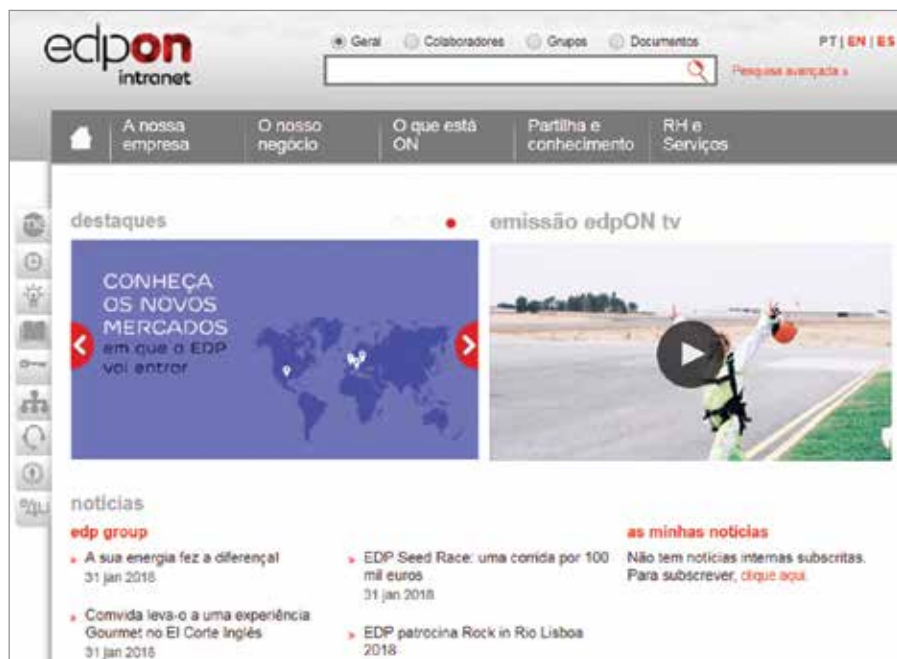
Disponibilizar informação no telemóvel e vídeo são outras das grandes apostas da área para este ano. «Tanto a plataforma de televisão do Grupo EDP

como o “Workplace by Facebook” são acessíveis via telemóvel e permitem uma grande difusão de vídeos e informação onde quer que os colaboradores estejam. São canais já amplamente estabelecidos, reconhecidos e utilizados pelas equipas do Grupo», garante.

Já no ano passado, o Grupo promoveu a remodelação gráfica da edpON revista, a criação online para os conteúdos da revista, o lançamento de uma newsletter global e a criação de conteúdos especiais para o acompanhamento na EDP nos festivais ou na Web Summit. Um balanço de iniciativas claramente positivo como a própria fonte esclarece: «O objectivo era dotar o Grupo de uma

O desafio principal tem sido o de acompanhar um Grupo cada vez mais global e mais digital. É neste sentido que a EDP está a evoluir e a Comunicação Interna tem de reflectir essa aposta.





Em termos de conteúdos, tem-se procurado um equilíbrio entre o conhecimento do negócio e uma vertente mais lúdica.

maior capacidade multimédia e fortalecer as sinergias entre meios. A newsletter global tornou-se o “hub” que agrega os conteúdos de todos os meios e o foco em conteúdos específicos para determinados eventos gerou grande interesse junto de todo o Grupo», adianta a mesma fonte.

Em termos de conteúdos, o foco tem estado no conhecimento do negócio, na promoção da EDP enquanto grupo global e na divulgação de uma vertente mais pessoal dos colaboradores, permitindo um equilíbrio entre conteúdos informativos e lúdicos.

No que diz respeito ao conceito edpON – intranet, televisão, rádio e revista, a evolução tem sido no sentido de convergirem cada vez mais. «A Intranet está a ser renovada para conseguir albergar cada vez mais vertentes – texto, imagem, vídeo, áudio e interação social. Portanto a evolução é no sentido de as pessoas reconhecerem o conceito edpON mas irem abandonando uma lógica de “silos”.»

As peças da TV estarão na Intranet, tal como notícias da Intranet estarão no “Workplace by Facebook”, tal como as iniciativas desenvolvidas pela Intra-

MEIOS EDPON

Comunicação Interna

- 📺 Televisão
- 📺 Intranet
- 📺 Revista
- 📺 Newsletter
- 📺 Plataforma “Workplace by Facebook”

net poderão ser comunicadas pela Televisão. Embora a Comunicação Interna, como a Comunicação em geral, caminhe no sentido da personalização, «a evolução expectável dos nossos canais, nomeadamente da Intranet, é que tenha cada vez mais capacidade de customização e, aliada ao desenvolvimento de inteligência artificial, permita dar a cada colaborador uma experiência mais ajustada ao seu perfil, funções, localização geográfica, interesses e necessidades. Agora há um trabalho contínuo de identificação de necessidades, adaptação de tecnologia e implementação de soluções. Consideramos que com a nova intranet teremos uma plataforma que nos permitirá estar mais próximos desse patamar», conclui. ✓