

# Reinventar a Gestão de Talento no Setor AEC

Atividade 1 - Marca que inspira e atrai

Dezembro 2022

Cofinanciado por:



UNIÃO EUROPEIA  
Fundo Europeu  
de Desenvolvimento Regional

# ÍNDICE

01	Sumário Executivo	3
02	Enquadramento	5
03	Recomendações para construção da Marca	7
04	Plano de Comunicação	15
05	Anexos	29



# SUMÁRIO EXECUTIVO

# Sumário Executivo

## Objetivo

O presente relatório assenta nos seguintes objetivos:

- ▶ Recolher, analisar e sistematizar recomendações para a construção da Marca do Setor AEC, através da identificação de aspetos-chave a considerar e aplicar.
- ▶ Estruturar uma Estratégia de Comunicação, tendo em conta os seus principais aspetos e elementos, e considerando os princípios fundamentais orientadores de uma Estratégia de Comunicação.
- ▶ Definir um Plano de Comunicação, capaz de organizar no tempo, de acordo os recursos e com as necessidades dos *Stakeholders* as iniciativas de comunicação.

### Etapas de Desenvolvimento da Marca



### Recomendações para a Construção da Marca

#### Recomendações

Para elevar a imagem do Setor AEC e melhorar a sua atratividade foram identificadas 10 recomendações. Estas pretendem alinhar, construir e potenciar a Marca AEC.

#### Storytelling

Seguindo as Recomendações de Construção da Marca AEC, é essencial conseguir alinhar as ações de comunicação na mesma direção, através de uma narrativa inspiradora e motivadora.

#### Estratégia de Comunicação

A Estratégia de Comunicação permite alinhar a narrativa e o Propósito e Princípios Orientadores. Da estratégia deriva um conjunto de elementos que orientarão a construção das iniciativas de Comunicação.

### Focos de Atuação para a Construção da Marca

# 1

Construção da Marca AEC, competitiva face ao mercado.

# 2

Promoção consistente da Marca AEC.

# 3

*Engagement* com os *Stakeholders* do Setor AEC.

# 4

Atração e Desenvolvimento do Talento AEC para o futuro.

## PLANO DE COMUNICAÇÃO

### OBJETIVOS

- Consciencializar e dar visibilidade à Marca AEC.
- Criar uma experiência positiva e impactante.
- Divulgar o papel e responsabilidade dos Profissionais.
- Mobilizar e envolver os *Stakeholders*.

### NÍVEIS DE PROFUNDIDADE DA COMUNICAÇÃO

#### 1. Informar

Dar a conhecer a Marca AEC e seus benefícios aos *Stakeholders*.

#### 2. Clarificar

Fomentar o bom entendimento do propósito da Marca AEC e mitigar as barreiras associadas.

#### 3. Influenciar

Divulgar amplamente o conhecimento crítico, as capacidades e os processos para o sucesso da Marca.

#### 4. Envolver

Promover a aceitação e responsabilidade pessoal na criação da Marca AEC.

ENQUADRAMENTO

# Enquadramento

## AEC: Uma marca que inspira e atrai

Através do Projeto “*Future of Construction (“FoC”) - Estratégia de Qualificação Setorial 2030*” (POCI-02-0853- FEDER-047164), encontra-se em desenvolvimento uma estratégia de promoção da ação coletiva para a transformação digital e de qualificação do Setor AEC, sendo um dos principais objetivos a criação de uma Marca que inspira e atrai.

Como tal, e face a um **mercado altamente competitivo**, é importante refletir sobre os desafios que influenciam o nível de atratividade do Setor AEC, e consequentemente afetam a sua **Gestão de Talento**. O desenvolvimento de uma **Marca** capaz de **atrair e gerar *engagement* junto da Comunidade de Talento** do Setor AEC é, por isso, essencial.

A Marca permite criar uma reputação positiva no mercado, evidenciar o impacto positivo do setor na sociedade, e ainda, **eleva o posicionamento do Setor AEC**. Tendo como ponto de partida a **Proposta de Valor do Setor AEC**, o foco seguinte consiste na **criação da Marca** e de um **Plano de Comunicação**, cuja implementação levará à ativação da Marca AEC.

Assim, pretende-se trabalhar o desenvolvimento de uma Marca que inspira e atrai, através da: (i) **elaboração de recomendações para a construção da Marca**; (ii) **estruturação de uma Estratégia de Comunicação**; e, (iii) **definição de um Plano de Comunicação**.

## Etapas do Desenvolvimento da Marca



### O NOSSO FOCO: CONSTRUÇÃO DA MARCA E PLANO DE COMUNICAÇÃO

A partir das várias etapas da criação da Marca que inspira e atrai do Setor AEC, o presente relatório irá focar-se nas etapas assinaladas: **Construção da Marca**, através da sistematização de Recomendações; e, **Plano de Comunicação** que deverá posteriormente ser implementado na fase de ativação.



RECOMENDAÇÕES PARA A CONSTRUÇÃO DA MARCA

# Recomendações para a Construção da Marca

## A Marca é o convite para conhecer o Setor AEC

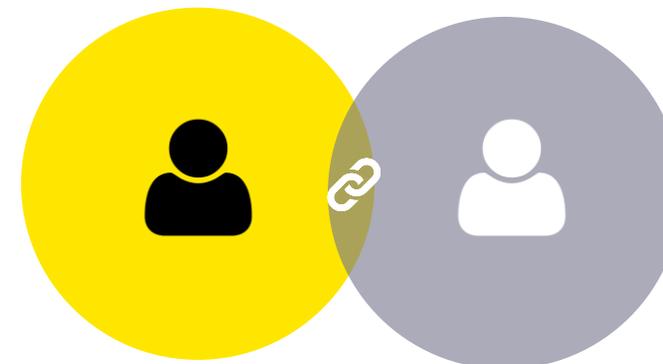
A Proposta de Valor do Setor AEC *TO BE* foi elaborada através da identificação de um conjunto de dimensões consideradas essenciais para conseguir **satisfazer as necessidades da Comunidade de Talento**.

A EVP realiza um trabalho central na **capacidade de atrair o melhor Talento**, através da **imagem do Setor AEC**, com o objetivo de o tornar **mais apelativo**, criar um sentimento de **pertença e orgulho nos profissionais** e demonstrar o seu **impacto social**.

Face à **necessidade de ativação e promoção da Marca AEC** como uma **Marca inspiradora e atrativa**, importa assegurar alinhamento entre a **Marca Empregadora** e a **Marca Comercial**, de modo a que seja proporcionada uma **experiência coerente e de excelência** quer a **colaboradores**, quer a **consumidores**.



## Propósito da Marca



**Marca Empregadora**

**Marca Comercial**



Criação da Marca

# Recomendações para a Construção da Marca

Para a construção da Marca AEC existem aspetos fundamentais a ter em conta que deverão ser aplicados de forma a elevar a imagem do Setor AEC e a conseguir melhorar a atratividade do setor.



## Posicionamento

Definir um posicionamento de Marca verdadeiramente diferenciador para o Setor AEC.



## ADN do Setor

Definir o ADN do Setor AEC, no qual a marca deve estar bem alinhada com a visão e a estratégia comum.



## Diferenciação do Negócio

Priorizar a capacidade de entrega, com base numa visão clara de diferenciação do Setor AEC no mercado.



## Estratégia Sustentável

Adotar métodos e ferramentas de trabalho que permitam entregar e sustentar a relevância estratégica do Setor AEC.



## Stakeholders

Analisar as perceções e necessidades dos *Stakeholders*, construindo uma experiência significativa sobre a Marca.



## Alinhamento

Desenvolver iniciativas de comunicação e atualizar os processos internos para que se encontrem alinhados com a Marca.



## Ferramentas de Trabalho

Adotar métodos e ferramentas de trabalho que permitam entregar e sustentar a relevância estratégica do setor.



## Consciencializar

Consciencializar os *Stakeholders* para as características da Marca AEC em todas as oportunidades de interação.



## Design

Desenvolver um *design* base que atue como uma referência central para todas as componentes da experiência da Marca.



## Coordenação

Refinar continuamente as *guidelines* da Marca AEC, garantindo a sua coordenação com o desenvolvimento de outros resultados.

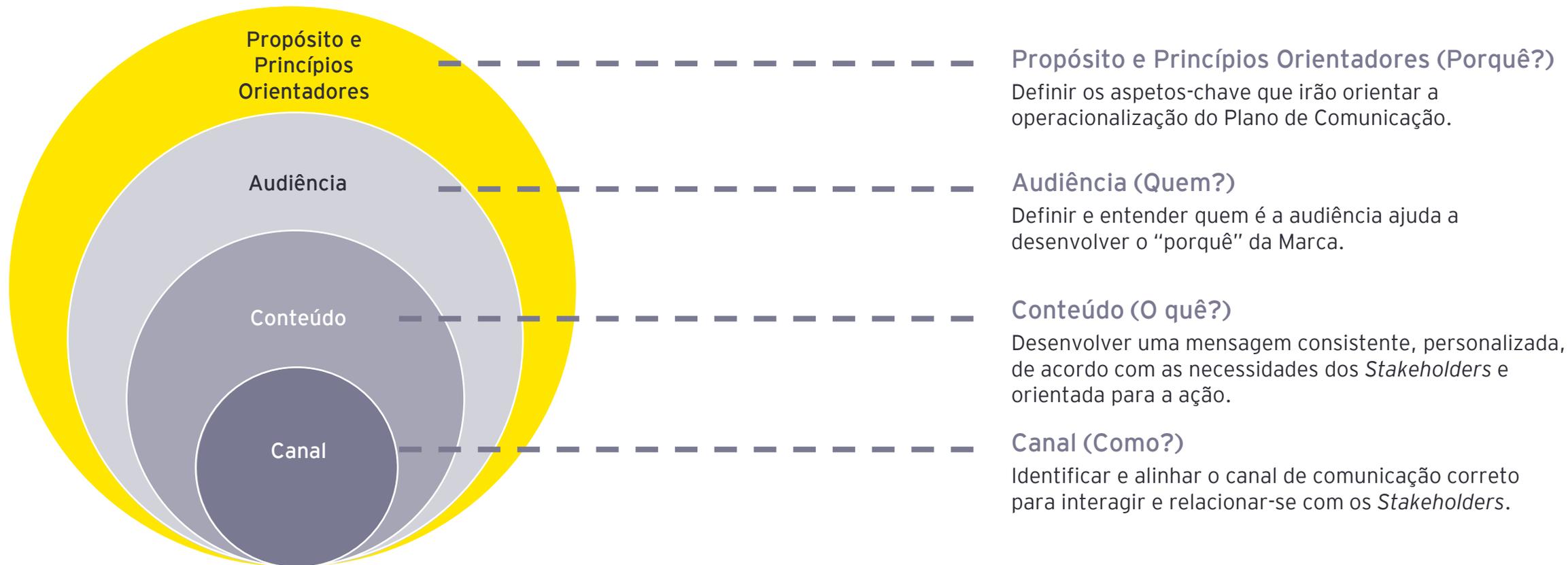
# Recomendações para a Construção da Marca

---

As recomendações para a construção da Marca AEC são concretizadas através de um *storytelling*, criado com base no Propósito e Princípios Orientadores, e o que estes agregam.

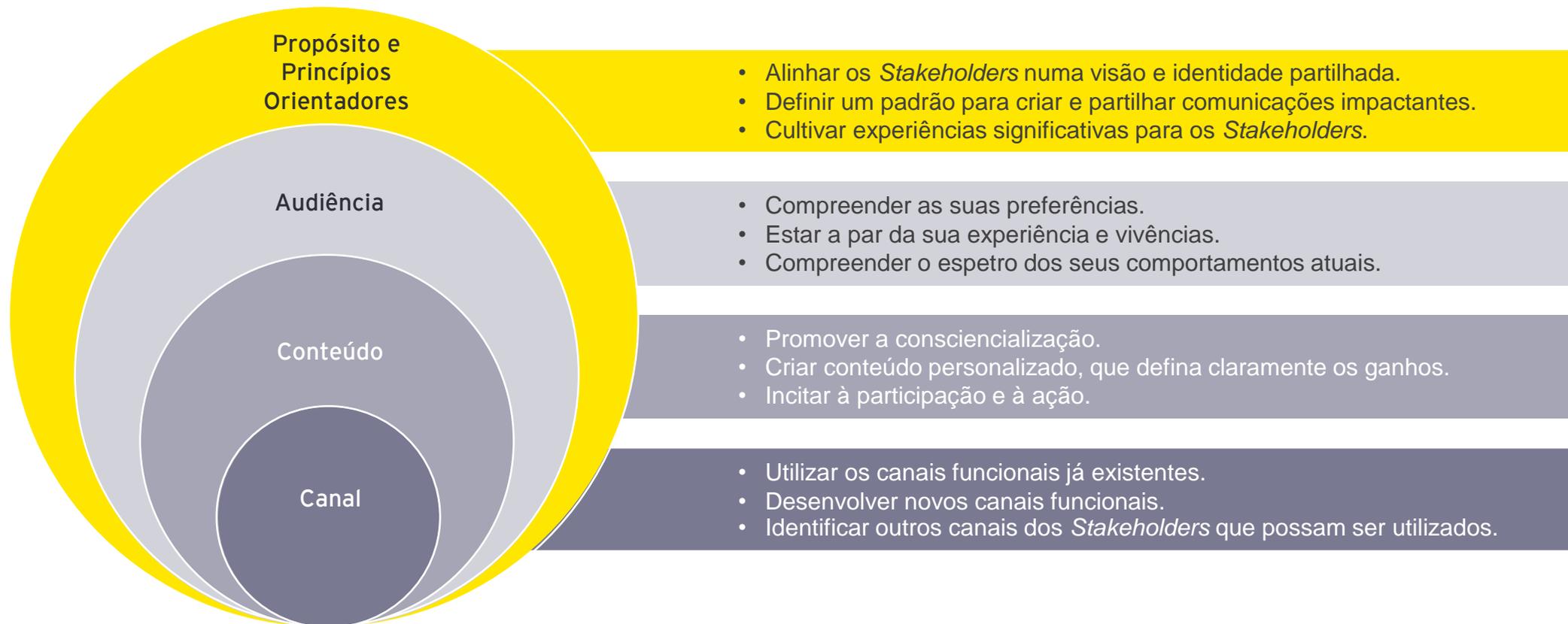
# Recomendações para a Construção da Marca

A Construção da Marca implica a estruturação de uma Estratégia de Comunicação eficaz. Esta Estratégia é orientada pela audiência, conteúdo e canal, que derivam do Propósito e Princípios Orientadores.



# Recomendações para a Construção da Marca

De acordo com os diferentes elementos que servem o Propósito e que são conduzidos pelos Princípios Orientadores, são definidos os seguintes objetivos que permitem monitorizar boas práticas de comunicação.



# Recomendações para a Construção da Marca

Seguindo o Propósito e Princípios Orientadores, estaremos aptos a criar comunicações com impacto e capazes de cultivar experiências significativas junto dos *Stakeholders* do Setor AEC.



## PROPÓSITO

Garantir o alinhamento das comunicações com o Propósito do Setor AEC, criando experiências impactantes centradas nos diversos *Stakeholders*.



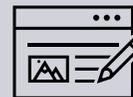
## SIMPLES

Criar informação com a qual as pessoas se conseguem relacionar e entender. A comunicação deve ser sempre clara e concisa.



## CONSISTENTE

Manter a comunicação consistente, atempada e frequente, informando antecipadamente os *Stakeholders* de qualquer alteração ou impacto.



## PERSONALIZADAS

Personalizar as comunicações para os diferentes grupos de pessoas, refletindo a necessidade de informação e preferências específicas da audiência.



## INTERATIVAS

Promover o diálogo e a interação através da criação de oportunidades para *feedback* e de mecanismos de participação ativa dos *Stakeholders*.

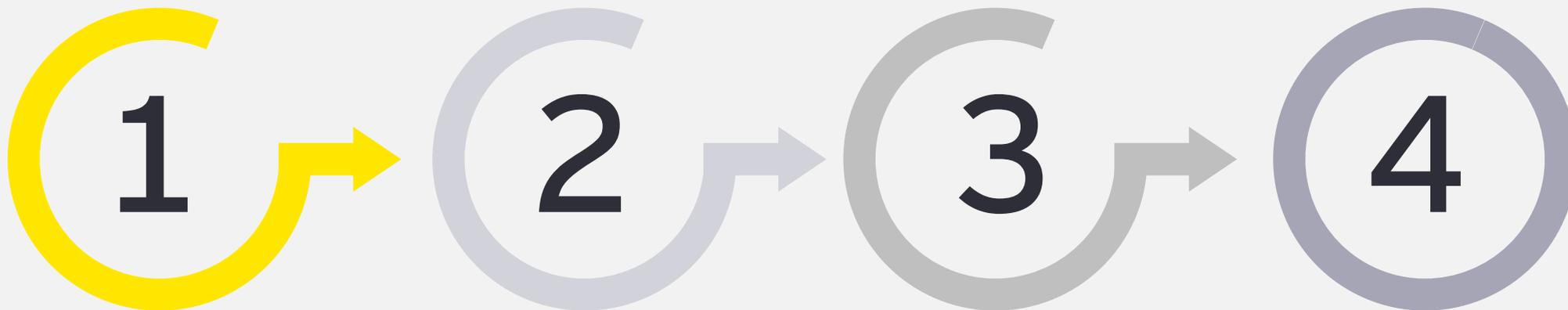


## VOZ

Facilitar a consistência através do uso de mensagem-chave e de líderes capazes de criar *engagement* com a Marca e de atuar como embaixadores.

# Recomendações para a Construção da Marca

Após a construção da Marca é importante realizar um esforço consistente de promoção e *engagement*, que permitirão melhorar a atração e desenvolvimento da Comunidade de Talento do Setor AEC.



Construção da Marca AEC, competitiva face ao mercado.

Promoção consistente da Marca AEC.

*Engagement* dos Stakeholders do Setor AEC.

Atração e Desenvolvimento do Talento AEC para o futuro.



PLANO DE COMUNICAÇÃO

# Plano de Comunicação

## Criação e Desenvolvimento do Plano de Comunicação

Após a sistematização das recomendações para a construção da Marca do Setor AEC, o planeamento de ações de ativação interna e externa da Marca dará origem ao Plano de Comunicação.

O Plano de Comunicação organiza um conjunto de iniciativas no tempo, de acordo com os recursos disponíveis, e o nível de profundidade de conhecimento associado a cada *Stakeholder* da Marca AEC.

Tomando em consideração o envolvimento diferenciado dos *Stakeholders*, cada iniciativa apresenta um conjunto de objetivos, sendo assim pensada e transmitida através de canais de comunicação diferenciados e com conteúdo adaptado.

Este Plano de Comunicação pretende criar visibilidade para a Marca AEC, associando-a a uma experiência positiva, através da participação direta dos *Stakeholders* e, em especial, da Comunidade de Talento do Setor AEC.

### Objetivos do Plano de Comunicação



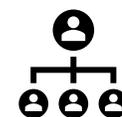
Consciencializar e criar visibilidade para a Marca AEC com os *Stakeholders* do setor.



Fomentar uma experiência positiva e impactante, definindo as expectativas associadas ao propósito e à Marca AEC.



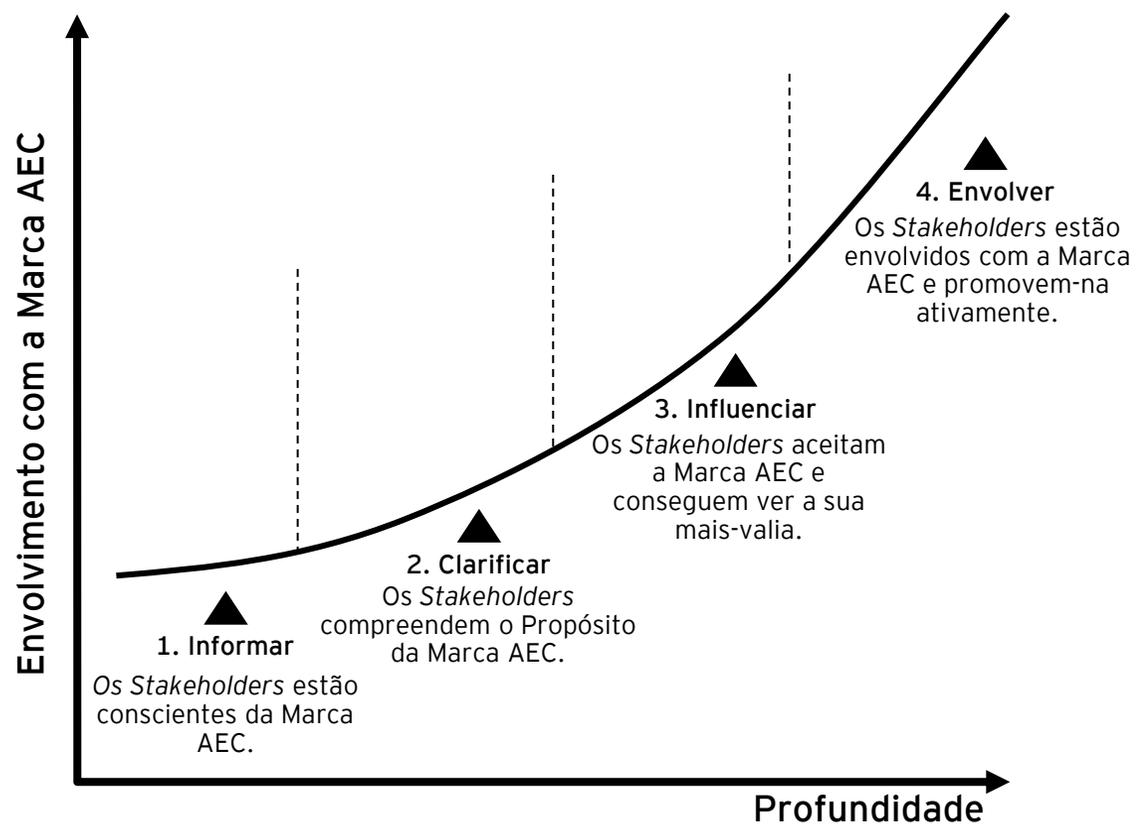
Apoiar os Profissionais na compreensão do seu **papel e responsabilidade** no processo de posicionamento da Marca.



Mobilizar, envolver e gerar compromisso entre os *Stakeholders*, criando canais de comunicação mútuos.

# Plano de Comunicação

De acordo com as diferentes necessidades dos *Stakeholders*, o Plano de Comunicação será orientado por 4 níveis de profundidade.



## 1. Informar

Através da narrativa, os *Stakeholders* tomam conhecimento da Marca AEC e benefícios associados.

- Construir uma plataforma de comunicação sólida e forte.
- Demonstrar a profundidade do impacto da Marca AEC.
- Criar formas de medição (e.g. KPIs dos benefícios associados à Marca AEC).

## 2. Clarificar

O apoio dos *Stakeholders* à Marca AEC deve ser visível e sustentado com o bom entendimento do propósito da marca.

- Definir uma direção clara de comunicação.
- Ter uma rede de apoio no processo de comunicação.
- Mitigar os problemas e barreiras associados à Marca.

## 3. Influenciar

O conhecimento crítico, as capacidades e os processos para o sucesso da Marca AEC devem ser amplamente divulgados e conhecidos.

- Dar formação e *workshops* com *guidelines* e orientações sobre a Marca AEC.
- Identificar os *gaps* e as áreas de valor acrescentado da marca.

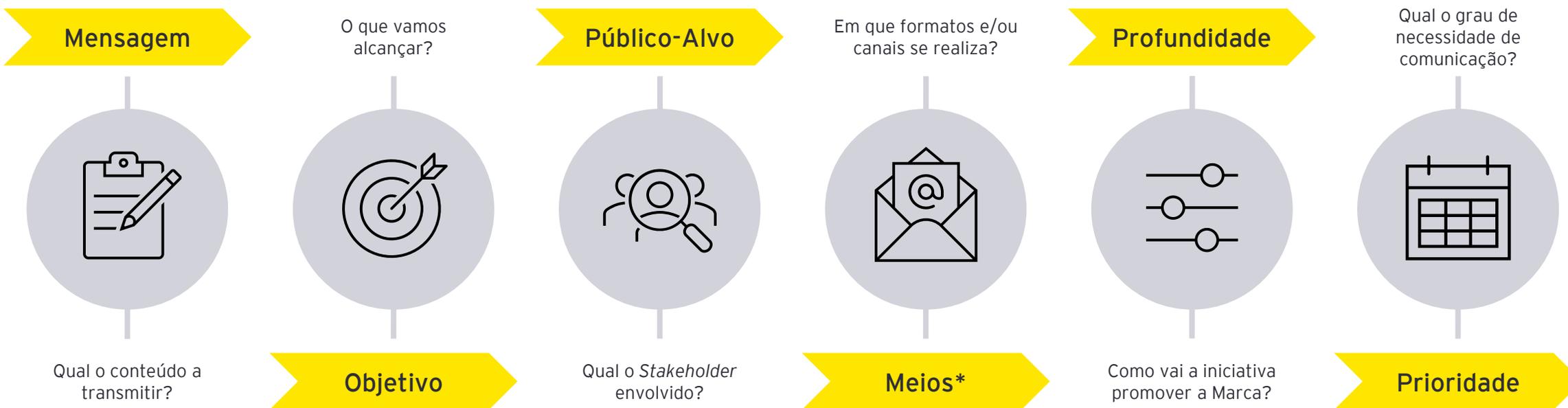
## 4. Envolver

Promoção da responsabilidade de cada *Stakeholder* na participação e envolvimento com a Marca AEC.

- Especificar que necessidades devem ser satisfeitas e acauteladas na promoção da Marca.
- Orientar e monitorizar os benefícios associados à Marca.

# Plano de Comunicação

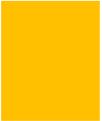
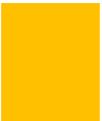
A estruturação do Plano de Comunicação pretende organizar e coordenar o conjunto de iniciativas de comunicação da Marca AEC. Para tal, foram considerados um conjunto de elementos.



\* Os Meios de Comunicação utilizados encontram-se descritos em detalhe no [Anexo A - Meios de Comunicação](#).

# Plano de Comunicação

Informar

Iniciativa	Mensagem	Objetivos	Público-Alvo	Meios	Nível de Profundidade	Prioridade
Publicidade Institucional	O que é a Marca AEC e qual o impacto que o Setor AEC é capaz de produzir.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Fortalecer a imagem do Setor AEC.</li> <li>Demonstrar o Impacto do Setor AEC.</li> <li>Promover a familiaridade e o conhecimento da Marca AEC.</li> <li>Reforçar a Proposta de Valor do Setor AEC.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Todos os Stakeholders</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Website Setorial</li> <li>Sharepoint</li> <li>Youtube</li> <li>Townhall</li> </ul>	Informar	
Relatório Setorial Anual	Quais os resultados obtidos no Setor AEC e como estão os principais indicadores de negócio (e.g. taxa de empregabilidade, índices de satisfação, entre outros).	<ul style="list-style-type: none"> <li>Fortalecer a imagem do Setor AEC.</li> <li>Aumentar a atratividade do Setor AEC.</li> <li>Reforçar a Proposta de Valor do Setor AEC.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Comunidade de Talento</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Relatório</li> <li>Sessão de Informação</li> <li>Media</li> </ul>	Informar	
Trabalho Flexível	Qual o tipo de contributo que o Setor AEC é capaz de dar para o desenvolvimento da cultura, através de parcerias com Museus, Monumentos e Laboratórios Pedagógicos.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Fortalecer a imagem do Setor AEC.</li> <li>Demonstrar o Impacto do Setor AEC.</li> <li>Promover a familiaridade e o conhecimento da Marca AEC.</li> <li>Aumentar a atratividade do Setor AEC.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Universidades</li> <li>Ensino Básico</li> <li>Centros de Formação Profissional</li> <li>Sociedade Civil</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Redes Sociais</li> </ul>	Informar	
AEC na Cultura	Qual o tipo de contributo que o Setor AEC é capaz de dar para o desenvolvimento da cultura, através de parcerias com Museus, Monumentos e Laboratórios Pedagógicos.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Fortalecer a imagem do Setor AEC.</li> <li>Demonstrar o Impacto do Setor AEC.</li> <li>Promover a familiaridade e o conhecimento da Marca AEC.</li> <li>Aumentar a atratividade do Setor AEC.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Universidades</li> <li>Ensino Básico</li> <li>Centros de Formação Profissional</li> <li>Sociedade Civil</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Presença Física</li> </ul>	Informar	

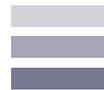
 Necessidade de comunicação elevada, numa base frequente.

 Necessidade de comunicação média, numa base menos frequente.

 A comunicação é realizada de acordo a evolução da Marca AEC.

# Plano de Comunicação

Informar



Iniciativa	Mensagem	Objetivos	Público-Alvo	Meios	Nível de Profundidade	Prioridade
A Ciência do Setor AEC	Que tipo de atividades são desenvolvidas nos Centros de Investigação do Setor AEC e qual a sua importância e impacto na construção e, consequentemente, na sociedade.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Fortalecer a imagem do Setor AEC.</li> <li>Demonstrar o Impacto do Setor AEC.</li> <li>Promover a familiaridade e o conhecimento da Marca AEC.</li> <li>Aumentar a atratividade do Setor AEC.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Universidades</li> <li>Ensino Básico</li> <li>Centros de Formação Profissional</li> <li>Sociedade Civil</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Presença Física</li> </ul>	Informar	

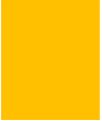
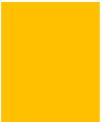
Necessidade de comunicação elevada, numa base frequente.

Necessidade de comunicação média, numa base menos frequente.

A comunicação é realizada de acordo a evolução da Marca AEC.

# Plano de Comunicação

Clarificar

Iniciativa	Mensagem	Objetivos	Público-Alvo	Meios	Nível de Profundidade	Prioridade
Empregabilidade	Quais os tipos de funções que existem no Setor AEC, que tipo de formação é necessária para as exercer e quais as competências essenciais para o Setor AEC.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Divulgar informação sobre o Setor AEC.</li> <li>Promover a familiaridade e o conhecimento da Marca AEC.</li> <li>Aumentar a atratividade do Setor AEC.</li> <li>Reforçar a Proposta de Valor do Setor AEC.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Todos os Stakeholders</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Website Setorial</li> <li>Sharepoint</li> <li>Youtube</li> <li>Townhall</li> </ul>	Clarificar	
Estatísticas do Setor AEC	Qual a influência e impacto do Setor AEC, quer em termos de empregabilidade, contributo económico, número de habitações que constrói, e outros dados pertinentes.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Divulgar informação sobre o Setor AEC.</li> <li>Demonstrar o Impacto do Setor AEC.</li> <li>Aumentar a atratividade do Setor AEC.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Comunidade de Talento</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Relatório</li> <li>Sessão de Informação</li> <li>Media</li> </ul>	Clarificar	
Diversidade e Inclusão	Quais são as oportunidades existentes no Setor AEC, com um especial foco para pessoas pertencentes a minorias, tais como mulheres, pessoas com deficiência, ex-reclusos e pessoas de outras etnias e nacionalidades.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Fortalecer a imagem do Setor AEC.</li> <li>Divulgar informação sobre o Setor AEC.</li> <li>Demonstrar o Impacto do Setor AEC.</li> <li>Promover a familiaridade e o conhecimento da Marca AEC.</li> <li>Aumentar a atratividade do Setor AEC.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Universidades</li> <li>Ensino Básico</li> <li>Centros de Formação Profissional</li> <li>Sociedade Civil</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Redes Sociais</li> </ul>	Clarificar	

 Necessidade de comunicação elevada, numa base frequente.

 Necessidade de comunicação média, numa base menos frequente.

 A comunicação é realizada de acordo a evolução da Marca AEC.

# Plano de Comunicação

Clarificar

Iniciativa	Mensagem	Objetivos	Público-Alvo	Meios	Nível de Profundidade	Prioridade
Centralização da Informação sobre a Marca AEC	Como se define a Marca AEC, o seu Propósito, Missão, Visão e Valores do setor, encontrando toda esta informação num ponto único agregador e partilhado.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Fortalecer a imagem do Setor AEC.</li> <li>Divulgar informação sobre o Setor AEC.</li> <li>Envolver os <i>Stakeholders</i> na promoção da Marca AEC.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Grandes Construtoras</li> <li>PMEs</li> <li>Start-Ups</li> <li>Associações Profissionais</li> <li>Ordens Profissionais</li> <li>Universidades</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li><i>Sharepoint</i></li> </ul>	Clarificar	
Boas Práticas Compensação e Benefícios	Quais as Boas Práticas de Compensação e Benefícios do Setor AEC, dando visibilidade do <i>Total Package</i> ao qual os Colaboradores têm acesso.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Fortalecer a imagem do Setor AEC.</li> <li>Aumentar a atratividade do Setor AEC.</li> <li>Reforçar a Proposta de Valor do Setor AEC.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Comunidade de Talento</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li><i>Sharepoint</i></li> </ul>	Clarificar	
Reunião Geral Trimestral	Quais os resultados obtidos no Setor AEC e como estão os principais indicadores de negócio (e.g. taxa de empregabilidade, índices de satisfação, entre outros). Pretende-se uma atualização trimestral dos indicadores.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Fortalecer a imagem do Setor AEC.</li> <li>Divulgar informação sobre o Setor AEC.</li> <li>Demonstrar o Impacto do Setor AEC.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Todos os <i>Stakeholders</i></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sessão de Informação</li> </ul>	Clarificar	

 Necessidade de comunicação elevada, numa base frequente.

 Necessidade de comunicação média, numa base menos frequente.

 A comunicação é realizada de acordo a evolução da Marca AEC.

# Plano de Comunicação



Iniciativa	Mensagem	Objetivos	Público-Alvo	Meios	Nível de Profundidade	Prioridade
Carreiras AEC - Campanha de Comunicação e Testemunhos	Que tipo de carreiras são passíveis de ser desenvolvidas no Setor AEC, a que formação, competências e conhecimento estão associadas e como pode um profissional do Setor AEC ter mobilidade profissional vertical ou horizontalmente, de acordo com as suas capacidades e preferências.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Fortalecer a imagem do Setor AEC.</li> <li>Divulgar informação sobre o Setor AEC.</li> <li>Promover a familiaridade e o conhecimento da Marca AEC.</li> <li>Aumentar a atratividade do Setor AEC.</li> <li>Reforçar a Proposta de Valor do Setor AEC.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ordens Profissionais</li> <li>Comunidade de Talento</li> <li>Universidades</li> <li>IEFP</li> <li>Centros de Formação Profissional</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sessão de Informação</li> <li>Sharepoint</li> <li>Presença Física</li> </ul>	Influenciar	
ESG	Quais os principais resultados relacionados com ESG obtidos, inclusive indicadores de sustentabilidade (e.g. desenvolvimento de ferramentas, tipo de materiais utilizados, novas formas de gestão de resíduos e outros aspetos que tornam o setor socialmente responsável).	<ul style="list-style-type: none"> <li>Fortalecer a imagem do Setor AEC.</li> <li>Demonstrar o Impacto do Setor AEC.</li> <li>Aumentar a atratividade do Setor AEC.</li> <li>Reforçar a Proposta de Valor do Setor AEC.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Comunidade de Talento</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Infográfico</li> </ul>	Influenciar	
Empreendedorismo no Setor AEC	Que tipo de iniciativas empreendedoras existem e quais as ações que podem ser desenvolvidas para promover a inovação, agilidade e crescimento do Setor AEC, através da participação dos Stakeholders nestas mesmas iniciativas.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Fortalecer a imagem do Setor AEC.</li> <li>Demonstrar o Impacto do Setor AEC.</li> <li>Envolver os Stakeholders na promoção da Marca AEC.</li> <li>Aumentar a atratividade do Setor AEC.</li> <li>Reforçar a Proposta de Valor do Setor AEC.</li> <li>Desenvolver uma comunicação bilateral e recíproca.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Universidades</li> <li>Ensino Básico</li> <li>Centros de Formação Profissional</li> <li>Sociedade Civil</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Newsletter</li> </ul>	Influenciar	

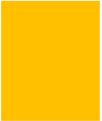
Necessidade de comunicação elevada, numa base frequente.

Necessidade de comunicação média, numa base menos frequente.

A comunicação é realizada de acordo a evolução da Marca AEC.

# Plano de Comunicação

Influenciar

Iniciativa	Mensagem	Objetivos	Público-Alvo	Meios	Nível de Profundidade	Prioridade
Setor AEC nos <i>Media</i>	Quais são os desenvolvimentos mais recentes do Setor AEC, histórias de sucesso, a importância do Setor AEC para a sociedade, e outras informações que se revelem pertinentes para demonstrar o impacto social do Setor AEC.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Demonstrar o Impacto do Setor AEC.</li> <li>• Divulgar informação sobre o Setor AEC.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Todos os <i>Stakeholders</i></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Newsletter</i></li> </ul>	Influenciar	
Atualizações sobre o Setor AEC	Quais são as notícias e informações mais recentes do Setor AEC, focando-se em temas vários (e.g. desenvolvimento tecnológico, casos de sucesso e outras informações relevantes sobre o setor).	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fortalecer a imagem do Setor AEC.</li> <li>• Promover a familiaridade e o conhecimento da Marca AEC.</li> <li>• Aumentar a atratividade do Setor AEC.</li> <li>• Reforçar a Proposta de Valor do Setor AEC.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Todos os <i>Stakeholders</i></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Sharepoint</i></li> <li>• E-mail</li> <li>• Jornais</li> <li>• Televisão</li> <li>• Redes Sociais</li> </ul>	Influenciar	
Protocolos de Colaboração	Quais os tipos de Protocolos de Colaboração e Parcerias existentes no Setor AEC, e quais as condições e benefícios associados às mesmas.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fortalecer a imagem do Setor AEC.</li> <li>• Divulgar informação sobre o Setor AEC.</li> <li>• Reforçar a Proposta de Valor do Setor AEC.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Grandes Construtoras</li> <li>• PMEs</li> <li>• Ordens Profissionais</li> <li>• Comunidade de Talento</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sessão de Informação</li> <li>• <i>Sharepoint</i></li> </ul>	Influenciar	

 Necessidade de comunicação elevada, numa base frequente.

 Necessidade de comunicação média, numa base menos frequente.

 A comunicação é realizada de acordo a evolução da Marca AEC.

# Plano de Comunicação



Iniciativa	Mensagem	Objetivos	Público-Alvo	Meios	Nível de Profundidade	Prioridade
<b>Avaliação de Desempenho</b>	Qual é o modelo geral de avaliação de desempenho no Setor AEC, clarificando que tipo de competências são consideradas essenciais para o desenvolvimento profissional no Setor AEC e como podemos potenciar esse comportamento, quer enquanto entidade empregadora ou enquanto profissionais do setor.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Fortalecer a imagem do Setor AEC.</li> <li>Divulgar informação sobre o Setor AEC.</li> <li>Reforçar a Proposta de Valor do Setor AEC.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Grandes Construtoras</li> <li>PMEs</li> <li>Ordens Profissionais</li> <li>Comunidade de Talento</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sessão de Informação</li> <li>Sharepoint</li> </ul>	Influenciar	
<b>Street Interviews</b>	Qual o papel e a responsabilidade que cada <i>Stakeholder</i> detém no crescimento da Marca AEC.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Fortalecer a imagem do Setor AEC.</li> <li>Envolver os <i>Stakeholders</i> na promoção da Marca AEC.</li> <li>Criar a sensação de pertença e boa integração no Setor AEC.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Comunidade de Talento</li> <li>Grandes Construtoras</li> <li>PMEs</li> <li>Universidades</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Redes Sociais</li> <li>Youtube</li> </ul>	Influenciar	

Necessidade de comunicação elevada, numa base frequente.

Necessidade de comunicação média, numa base menos frequente.

A comunicação é realizada de acordo a evolução da Marca AEC.

# Plano de Comunicação



Iniciativa	Mensagem	Objetivos	Público-Alvo	Meios	Nível de Profundidade	Prioridade
Ações de Dinamização Local	Como consegue o Setor AEC criar impacto a nível social e individual. Podem materializar-se em eventos como Feiras de Empregos e outros.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Envolver os <i>Stakeholders</i> na promoção da Marca AEC.</li> <li>• Criar a sensação de pertença e boa integração no Setor AEC.</li> <li>• Aumentar a atratividade do Setor AEC.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Comunidade de Talento</li> <li>• Universidades</li> <li>• Grandes Construtoras</li> <li>• PMEs</li> <li>• Ordens Profissionais</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Presença Física</li> </ul>	Envolver	
Histórias de Sucesso	Como consegue o Setor AEC criar impacto a nível social e individual.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fortalecer a imagem do Setor AEC.</li> <li>• Demonstrar o Impacto do Setor AEC.</li> <li>• Envolver os <i>Stakeholders</i> na promoção da Marca AEC.</li> <li>• Criar a sensação de pertença e boa integração no Setor AEC.</li> <li>• Aumentar a atratividade do Setor AEC.</li> <li>• Reforçar a Proposta de Valor do Setor AEC.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Todos os <i>Stakeholders</i></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Podcast</i></li> <li>• <i>Webcast</i></li> <li>• <i>Youtube</i></li> </ul>	Envolver	
Contacto com as Novas Gerações	Qual a importância do Setor AEC e que tipo de profissões existem, estimulando o interesse pelo setor nas gerações mais jovens.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fortalecer a imagem do Setor AEC.</li> <li>• Demonstrar o Impacto do Setor AEC.</li> <li>• Promover a familiaridade e o conhecimento da Marca AEC.</li> <li>• Aumentar a atratividade do Setor AEC.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Escolas Básicas e Secundárias</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Presença Física</li> </ul>	Envolver	

Necessidade de comunicação elevada, numa base frequente.

Necessidade de comunicação média, numa base menos frequente.

A comunicação é realizada de acordo a evolução da Marca AEC.

# Plano de Comunicação



Iniciativa	Mensagem	Objetivos	Público-Alvo	Meios	Nível de Profundidade	Prioridade
Canais de Feedback	Como promover o desenvolvimento e a melhoria contínua da Marca AEC, através da participação coletiva dos Stakeholders.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Fortalecer a imagem do Setor AEC.</li> <li>Envolver os Stakeholders na promoção da Marca AEC.</li> <li>Desenvolver uma comunicação bilateral e recíproca.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Todos os Stakeholders</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Website Setorial</li> <li>Townhall</li> <li>E-mail</li> </ul>	Envolver	
Sessão de Esclarecimentos	O que é a Marca AEC e qual é o impacto que o Setor AEC produz.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Fortalecer a imagem do Setor AEC.</li> <li>Divulgar informação sobre o Setor AEC.</li> <li>Demonstrar o Impacto do Setor AEC.</li> <li>Envolver os Stakeholders na promoção da Marca AEC.</li> <li>Desenvolver uma comunicação bilateral e recíproca.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Todos os Stakeholders</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Podcast</li> <li>Webcast</li> <li>Townhall</li> </ul>	Envolver	
Merchandising físico e virtual	Qual a imagem associada ao Setor AEC e como o mesmo pode ser identificado.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Fortalecer a imagem do Setor AEC.</li> <li>Promover a familiaridade e o conhecimento da Marca AEC.</li> <li>Criar a sensação de pertença e boa integração no Setor AEC.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Todos os Stakeholders</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Merchandising Virtual</li> </ul>	Envolver	

Necessidade de comunicação elevada, numa base frequente.

Necessidade de comunicação média, numa base menos frequente.

A comunicação é realizada de acordo a evolução da Marca AEC.

# Plano de Comunicação

---

## O Sucesso do Plano de Comunicação

O Plano de Comunicação deve ser **monitorizado regularmente** de forma a que seja possível a **introdução de ajustes**, bem como a **maximização dos resultados** pretendidos.

No exercício de avaliação do sucesso do Plano de Comunicação há aspetos que devem ser considerados e que são sistematizados em seguida.

Assim, o Plano de Comunicação bem sucedido será aquele que conseguirá criar **awareness**, **demonstrar o valor acrescentado** da Marca e **celebrar as vitórias** do Setor AEC.

### AWARENESS

Cria *awareness* e alerta os interessados para a renovação Marca e da imagem do Setor AEC.

### COMPREENSÃO

Cria compreensão para os atributos que devem estar associados à Marca AEC e como os operacionalizar.

### RISCOS

Cria a perceção dos riscos da não renovação e não adequação da Marca AEC às necessidades dos seus *Stakeholders*.

### INTERAÇÃO

Cria mecanismos de interação entre os diversos *Stakeholders*, dando espaço ao diálogo.

### FEEDBACK

Cria mecanismos de *feedback* bilaterais, promovendo o desenvolvimento da Marca AEC.

### SUCCESSO

Celebra com os *Stakeholders* e no Ecosistema AEC os sucessos associados à Marca AEC.



ANEXOS

A close-up, over-the-shoulder view of a person's hands building a colorful LEGO structure on a white table. The person is wearing a silver watch and a red string. A clear plastic water bottle is visible on the table. The background is slightly blurred, showing more LEGO bricks scattered on the table.

# A. Meios de Comunicação

---

# Meios de Comunicação

Os meios de comunicação permitem definir o formato e o canal através do qual a iniciativa é materializada e irá alcançar o *Stakeholder*, integrados e coordenados entre si.

## Presencial



### Townhall

Conferência interna para *Stakeholders* estratégicos, para atualização de informação interna da Marca AEC.



### Sessão De Informação

Reuniões gerais, com o objetivo de passagem de informação pertinente a todos os *Stakeholders* sobre a Marca.



### Presença Física

Presença física em locais estratégicos, promovendo o contacto direto e personalizado entre *Stakeholders*.



### Merchandising

Alocação de imagens a produtos físicos (como canetas) e imagens alusivas à Marca AEC.

## Digital e Media



### Website Setorial

Sítio web, capaz de centralizar os meios de comunicação e as notícias mais recentes da Marca AEC.



### Sharepoint

Plataforma *online* que reúne e centraliza informação da Marca AEC, através de documentos e outros recursos chave.



### Redes Sociais

Ativação da Marca AEC em redes sociais como *LinkedIn*, *Instagram*, *Facebook*, *Twitter* e outras.



### Youtube

Canal de *Youtube* para divulgação de meios audiovisuais relativos à Marca AEC.



### Podcast

Entrevistas e divulgação de informação pertinente sobre a Marca AEC em formato oral.



### Webcast

Formações digitais, centradas num orador, para divulgação de orientações sobre a Marca AEC.



### Media

Meios de comunicação gerais (e.g. televisão, rádio e imprensa escrita) e não exclusivos do Setor AEC.

## Escrito



### E-mail

*E-mail* da Marca, responsável por gerir e centralizar o contacto bilateral com os *Stakeholders*.



### Newsletter

Agregação em formato físico e virtual de informações sobre o Setor AEC, estrategicamente divulgada e distribuída.



### Flyer/Infográfico

Agregação sintetizada de dados relativos ao Setor AEC, de forte componente visual e informativa.



### Múpi/Outdoor

Painel exterior com mensagens curtas e direcionadas, de natureza informativa.



### Relatório Setorial

Reunião dos principais indicadores do Setor e reflexão crítica sobre próximos passos e potencial desenvolvimento.

EY

Assurance | Tax | Transactions | Advisory

#### About EY

EY is a global leader in assurance, tax, transaction and advisory services. The insights and quality services we deliver help build trust and confidence in the capital markets and in economies the world over. We develop outstanding leaders who team to deliver on our promises to all of our Stakeholders. In so doing, we play a critical role in building a better working world for our people, for our clients and for our communities.

EY refers to the global organization, and may refer to one or more, of the member firms of Ernst & Young Global Limited, each of which is a separate legal entity. Ernst & Young Global Limited, a UK company limited by guarantee, does not provide services to clients. For more information about our organization, please visit [ey.com](http://ey.com).

© 2022 Ernst & Young, SA

All Rights Reserved.

This material has been prepared for general informational purposes only and is not intended to be relied upon as accounting, tax, or other professional advice. Please refer to your advisors for specific advice.

[www.ey.com](http://www.ey.com)

Cofinanciado por:



UNIÃO EUROPEIA  
Fundo Europeu  
de Desenvolvimento Regional