

Guia de workshop com líderes

Construir o “Por quê?” da organização em 90 minutos



DURAÇÃO

90 minutos

PARTICIPANTES

6 a 12 pessoas da
equipe de direção

FACILITAÇÃO

Uma pessoa que conduz
e outra de apoio

RESULTADO

Uma versão do porquê,
testada com decisões
reais

Objetivo

Que a equipe de liderança formule, com as próprias palavras, o porquê da organização, o teste com decisões reais e saia com compromissos concretos.

Antes do workshop

- Convide a primeira linha: diretoria geral, pessoas, marketing e comunicação, e quem lidera áreas-chave.
- Peça que cada participante responda por escrito, sozinho(a), às cinco perguntas do canvas da narrativa da marca.
- Imprima um canvas por pessoa e prepare notas adesivas, marcadores e um relógio visível.
- Escolha três decisões recentes da organização (por exemplo, sobre clientes, pessoas e recursos) e anote-as em cartões.

Pauta

TEMPO	BLOCO	O QUE ACONTECE
0:00–0:10	Abertura	Propósito do workshop e regras: falar em primeira pessoa, não corrigir ideias enquanto são geradas, o que for conversado fica no grupo.
0:10–0:25	O que fazemos e como	Cada pessoa lê sua resposta a o que fazemos? e como fazemos?. O grupo marca coincidências e diferenças e combina uma linha para cada pergunta.
0:25–0:55	O porquê	Trabalho individual, em duplas e em plenária (veja o detalhe abaixo). Saem duas ou três versões do porquê.
0:55–1:15	Teste de realidade	As versões são confrontadas com as três decisões recentes. A redação é ajustada.
1:15–1:25	A narrativa em dois minutos	Em duplas, cada pessoa conta a narrativa com um exemplo e recebe comentários.
1:25–1:30	Compromissos e encerramento	Cada pessoa se compromete com uma ação concreta com sua equipe nas próximas duas semanas.

O bloco central: o porquê (30 minutos)

01 Individual (5 min)

Cada pessoa escreve três respostas a: por que esta organização existe além de ganhar dinheiro? Ganhar dinheiro é um resultado, não uma razão.

02 Em duplas (10 min)

Comparam e escolhem a resposta mais inspiradora. Aprofundam-na perguntando "e por que isso importa?" até três vezes.

03 Plenária (15 min)

Colam as ideias, agrupam-nas e redigem duas ou três versões. São revisadas com três critérios: inspira? Projeta a organização para o futuro? Define um estilo próprio?

Perguntas de apoio para quem facilita

- O que muda na vida de alguém porque esta organização existe?
- O que nos faria deixar de fazer algo lucrativo?
- Como um líder explicaria isso a uma pessoa recém-chegada, sem ler um slide?
- Onde agimos de uma maneira que contradiz este porquê?
- Quem não está na sala e deveria poder contá-lo do mesmo jeito?

Erros frequentes

- Frases genéricas que poderiam ser de qualquer organização. Pergunte: nossa concorrência poderia dizer isto?
- Confundir o porquê com a vantagem competitiva ou com a meta de vendas.
- Polir a frase perfeita sem testá-la com decisões reais.
- Só falar a pessoa de maior cargo. Use turnos e trabalho individual primeiro.

Depois do workshop

- Documente a narrativa em uma página e compartilhe com quem participou em até dois dias.
- Alinhe os demais líderes antes de comunicar: alinham-se primeiro e comunicam depois.
- Ative a narrativa na comunicação interna, na integração e no reconhecimento.
- Meça o vínculo da equipe com a organização e meça de novo após 12 a 24 meses para ver a evolução.

Este guia é uma proposta de facilitação baseada no modelo Brand Imprinting, não um resultado de pesquisa. Adapte-o à sua organização.

COMO CITAR

Brand Imprinting® — modelo de Gonel, Yoshimura, Jottar e Paredes (2014). brandimprinting.org. CC BY-SA 4.0.

Este documento é publicado sob Creative Commons Atribuição-Compartilhual 4.0 Internacional (CC BY-SA 4.0). Você pode copiá-lo, adaptá-lo e compartilhá-lo, inclusive com fins comerciais, citando a fonte e compartilhando suas adaptações com a mesma licença.

Brand Imprinting® é marca registrada; a licença não concede direitos de marca.