

Top Ser Humano 2019

Metadados Assessoria e Sistemas Ltda.

Força Tarefa

Responsável: Tatiana Gasparin – Gerente de Suporte

ÍNDICE

1.	SINOPSE.....	3
2.	OBJETIVO DO CASE.....	4
3.	INTRODUÇÃO	5
4.	DESENVOLVIMENTO.....	7
5.	RESULTADOS	20
6.	CONCLUSÃO	22
7.	BIBLIOGRAFIA.....	23
8.	AUTOR	23

1. SINOPSE

A ação Força Tarefa surgiu a partir do aumento considerável das demandas de atendimento em períodos críticos para a equipe de suporte, caracterizado pelo acúmulo de rotinas de departamento pessoal, ocasionando maior registro de chamados pelos clientes. A partir deste cenário, a Metadados optou por criar essa campanha para dar conta de realizar todos os atendimentos no prazo, garantindo a satisfação dos clientes e ao mesmo tempo manter a equipe engajada e motivada com o desafio.

A campanha acontece todos os anos e sempre buscamos proporcionar novas práticas e planos de comunicação distintos e inovadores. Assim, são realizadas ações como decoração dos ambientes, mobilização da equipe interna, inclusive de outras áreas para que aja colaboração mútua entre setores, eventos de integração como cafés da manhã e *happy hour*, reconhecimentos individuais e coletivos, entre outras. A equipe também acompanha os indicadores e resultados e recebe agradecimentos especiais da gestão e da direção da empresa.

A campanha é realizada na sede da empresa e abrange todos os colaboradores da área de Suporte, atualmente com 22 pessoas. Durante esse período o acréscimo é de 25% da quantidade de chamados, sempre conseguimos atender todos e garantir um nível de satisfação dos clientes e colaboradores superiores a 97%.

2. OBJETIVO DO CASE

Garantir o engajamento da equipe de Suporte, atender a demanda dos clientes, bem como manter a satisfação dos atendimentos, por meio de um ambiente de trabalho agradável, saudável e divertido. Isso é garantido através de várias práticas realizadas no decorrer do período de duração da ação.

Essa ação visa alcançar os seguintes resultados:

- Atendimento da demanda de chamados;
- Nível de satisfação superior a 97%;
- Mais de 40% de chamados resolvidos no primeiro contato;
- Tempo médio de primeira resposta inferior a 1,5 horas.

A ação é destinada aos colaboradores da área de Suporte, sendo que algumas ações, por possuir um caráter social é realizada por essa equipe e destinada a entidades designadas pela própria equipe, assim, pelo cunho social, tem abrangência externa.

Dessa forma, a ação Força Tarefa tem o intuito de fazer a diferença para os colegas de trabalho, para os clientes e para a sociedade. Por isso, as ações são pensadas tendo em vista atingir positivamente esses três públicos.

3. INTRODUÇÃO

A campanha Força Tarefa foi criada pelo nosso Diretor Fernando Aloísio Hansen no ano de 2012 quando ele assumiu provisoriamente a gerência da área, e se deparou com o seguinte cenário: uma equipe desmotivada e uma demanda de trabalho excessiva no período de novembro a fevereiro. O seu desafio era reverter esta situação, proporcionando algo inovador, que motivasse os colaboradores a encarar este período como uma oportunidade de crescimento pessoal e profissional.

Dessa forma, as premissas que sustentam essa ação, são:

- Atender cordialmente;
- Atender de forma ágil;
- Prestar serviços de qualidade;
- Possuir senso de propriedade;
- Proporcionar segurança;
- Gerar experiências positivas para os clientes.

A metodologia para desenvolvimento deste trabalho foi baseada na estratégia de gamificação, que se aproveita do uso de jogos para desenvolver engajamento, participação e comprometimento entre equipes de uma determinada área de atuação, ela ajuda despertar o espírito de cooperação e competitividade. Além disso, estimula a dedicação, a produtividade, o foco e a resolução de problemas.

O principal objetivo dessa estratégia é fazer com que o caminho a ser percorrido para um determinado resultado, seja mais simples.

Essa metodologia foi escolhida levando em consideração a própria cultura da Metadados, pois é possível implementá-la sem ferir o modelo de gestão adotado pela empresa.

4. DESENVOLVIMENTO

Esta ação tem o objetivo de mobilizar a equipe de Suporte e toda a empresa, para que no período de novembro a fevereiro, onde há intensificação das atividades relacionadas a férias, décimo terceiro, DIRF e RAIS, o que resulta no aumento estimado de 25% dos chamados mensais, focando no aumento da produtividade dos colaboradores mantendo o nível de qualidade, bem como a consequente satisfação dos clientes que necessitam de suporte neste período.

Durante este período a equipe faz plantões de atendimento e a carga horária diária de trabalho sofre acréscimos.

Diversas ações internas são realizadas exemplificando como cada área da empresa pode contribuir com o suporte. O apoio das demais áreas contribuiu diretamente para um atendimento ágil, rápido. A ação tem como objetivo engajar e motivar a equipe para que juntos possam vencer as adversidades do período, bem como focar no atendimento ao cliente

A campanha é desenvolvida a cada ano, com um tema diferente. Com o passar dos anos, a campanha foi crescendo e as ações foram se aprimorando cada vez mais. Abaixo, descreveremos algumas práticas realizadas nas últimas campanhas.

Campanha Força Tarefa 2014

Neste ano, utilizamos como mote o BOPE: Tropa de Elite para mobilizar as áreas para o atingimento dos objetivos acima descritos. Assim, trabalhamos o foco 'missão dada, é missão cumprida'. Para comemorar o alcance das metas atingidas, a equipe foi apresentada com um jantar nas

dependências da empresa. Foi muito divertido e as pessoas estavam muito felizes com a ação.

Campanha Força Tarefa 2015

Este ano foi dedicado a ações que proporcionassem o bem-estar das pessoas e assim, ajudassem no controle da pressão do trabalho do período. Assim, foram realizadas ações como lanches saudáveis, picolés, refrigerante, sorvetes, massagens Shiatsu, além de constantes disparos de comunicações que incentivam o trabalho em equipe e a superação dos resultados.

Campanha Força Tarefa 2016

A campanha de 2016 abordou como tema o aumento da produtividade, com reconhecimento especial aos três analistas que mais destacaram durante o mês. Foram quatro meses de premiação, onde os três mais votados foram agraciados com algum presente, como por exemplo: chocolates, kit de beleza, toalhas de banho, entre outros.

A premiação era conduzida pela gestão da área que reunia toda a equipe e fazia o reconhecimento das pessoas de forma muito carinhosa e sem esquecer de ninguém, pois mesmo os que não foram premiados nos três primeiros lugares receberam um agradecimento especial, já que a equipe toda se ajudou para o alcance das metas. Durante os meses de premiação várias pessoas diferentes foram premiadas, gerando um clima desafiador e com muito estímulo para o trabalho em equipe.

Além disso, alguns dias durante o período da campanha, a equipe foi recepcionada com café da manhã e em outros momentos também eram

organizados eventos de integração com lanches e bebidas saudáveis e apetitosos.

Campanha Força Tarefa 2017

Em 2017 a campanha teve como temática uma analogia ao Jogo de Bobsled, que é um esporte no qual as equipes fazem corridas em estreitas trilhas de gelo sobre um trenó. O tempo é cronometrado e quanto menor for o tempo, melhor é a colocação da equipe. Assim, a mensagem da campanha, trabalhada internamente foi “Nós iremos passar por este período de estreitas trilhas e precisamos juntos atender as demandas no menor tempo possível e atingir a melhor colocação da equipe, isto é, a satisfação de nossos clientes”.

Adesivos foram colados no chão da sala do suporte, banner distribuídos nos corredores para reforçar a mensagem, bem com a importância da unidade de negócio Suporte e sua contribuição para o sucesso do cliente e do negócio. Todos os meses deste período, houve uma comemoração para a área.

Durante a campanha, em determinados dias, oferecemos sorvetes, balas e café da manhã, trabalhamos mensagens de incentivo e superação, fizemos uma decoração personalizada na sala durante a campanha.

No final dos quatro meses, se as metas fossem atingidas, a equipe seria premiada com um Dia no Cinema, onde todos juntos irão partilhar de um momento de descontração. As horas de faltas a partir das 15h:30min foram abonadas pela empresa, bem como ingresso, pipoca e refrigerante. A equipe atingiu todas as metas, e a seção de cinema irá ocorrer dia 12.04.17. Foi um

momento de descontração e as horas de faltas a partir das 15h:30min foram abonadas pela empresa, bem como ingresso, a pipoca e o refrigerante.

Campanha Força Tarefa 2018

Em 2018 a Campanha foi sobre Energia. O tema foi escolhido a partir de uma análise da área que possibilitou identificar que as pessoas, naquele momento, precisariam de uma dedicação ainda maior. Com isso, no plano de comunicação, utilizamos cores que remetessem a energia e a alegria. Assim, todas as ações seguintes foram baseadas neste entendimento. A própria decoração da sala foi feita com as mesmas cores dos materiais on-line e impressos.

A sala foi decorada com bolas amarelas de tamanhos diferentes dando um ar alegre, divertido e cheio de energia.

A abertura da ação foi conduzida, pela gestão da área e pelo próprio diretor da área, que recepcionaram os colaboradores com músicas animadas, danças e um clima muito divertido. Além disso, neste mesmo dia as pessoas foram presenteadas com um kit energizante que continha uma água de coco, biscoitos integrais e barras de cereais.

Durante o período, foram disponibilizadas mensagens que transmitiam energia e engajavam as pessoas na campanha, como por exemplo: 'Abraço apertado é sorriso dobrado', 'Gentileza sempre', entre outras. Os e-cards enviados por e-mail também tinham dicas para o bom relacionamento entre os colegas neste período de estresse.

Além disso, oferecemos um dia de donuts de sabores diversos para toda a equipe, disponibilizamos durante um turno jarras com sucos naturais, frutas frescas e torradas com patê.

Outra ação que merece destaque foi a mensagem escrita a próprio punho pela gestão da área. Cada colaborador do Suporte recebeu uma cartinha exclusiva com uma mensagem de apoio e agradecimento escrita e assinada pela gestão da área. Sabemos que gestos simples como este, mas carregadas de carinho faz toda diferença. A equipe recebeu as cartinhas com surpresa e alegria.

Campanha Força Tarefa 2019

Em 2019 a campanha foi baseada no slogan “Faça a Diferença”. O intuito deste ano, foi incentivar a equipe a fazer a diferença na vida dos colegas, dos amigos, da família, dos clientes e da comunidade, um foco mais abrangente que visa proporcionar o desenvolvimento de um ambiente feliz, gerando conexões emocionais.

Durante o período de novembro de 2018 até fevereiro de 2019, cada mês foi abordado um tema diferente, impulsionando a criatividade, a mudança do espírito e a quebra da rotina, exemplo:

Novembro foi sobre o SORRISO: no final deste mês os membros da equipe de Suporte tinham que votar secretamente no colega que mais sorriu no mês. O colega que mais recebeu votos recebeu uma almofada com o símbolo do emoji do sorriso. O tema o sorriso foi utilizado em diversos momentos no dia a dia da equipe, onde os próprios colegas remetiam o tema em determinadas situações. Por exemplo, numa situação de estresse e pressão, um colega lembrava ‘sorria’, e isso era bem aceito e refletia num clima mais leve e

harmonioso. Em termos de resultado, contribuía para manter o foco e conseguir o alcance das metas.

Dezembro ABRAÇO: neste mês as pessoas foram incentivadas a exercitar o abraço, a abertura da campanha que ocorreu no início do mês de dezembro abordou os benefícios que essa prática produz no âmbito físico e emocional, como redução do estresse, controle de ansiedade, aumento da autoestima, melhora do humor e liberação de oxitocina, propiciando equilíbrio e serenidade, diminui os níveis de cortisol, conhecido como hormônio do estresse. Assim, além do calor humano, podemos perceber um ambiente de trabalho em equipe, fortalecimento das amizades, propiciando maior sinergia entre os colegas e conexão emocional com o outro.

Também foi confeccionado um mural com a seguinte frase 'O que cabe dentro de um abraço?'. Neste mural, além das pessoas do próprio setor, todos os colegas poderiam vir e registrar a resposta a esse questionamento. O mural foi disposto no setor para que todos tivessem acesso as mais diversas respostas de forma criativa, extrovertida e divertida.

Neste mês também foi feito o colega que mais distribuiu abraços aos colegas. O reconhecimento foi feito através de uma almofada com representada pelo emoji do abraço.

No mês de janeiro GENTILEZA: estimulamos a atitude da gentileza através de comunicações que incentivavam a prática perante os colegas, clientes e todos os que de alguma forma, tinham contato com a área. Algumas palavras que foram incentivadas a serem empregadas no dia a dia:

- Obrigado,
- Desculpa,

- Sinto muito,
- Lamento,
- Que bom falar com você,
- Agradeço sua atenção,
- Conte comigo,
- Por favor,
- Por gentileza.
- Lembre-se como você se sentiu quando alguém foi gentil com você.

Essas frases foram dispostas em um material entregue para todas as pessoas da área anexar no seu monitor, sendo possível lembrar de utilizá-las durante o atendimento com os clientes. Entre os colegas a prática da gentileza foi orientada por meio de pequenos cuidados com os colegas, por exemplo: oferecer para pegar um café ou fruta para outro colega, servir um chimarrão, ajudar quando é solicitado ajuda técnica, entre outras.

O mês de fevereiro foi dedicado ao AGRADECIMENTO: este mês foi o que encerrou a campanha do ano e foi dedicado especialmente ao agradecimento. Além de um obrigado especial feito pela gestão e pela própria direção da empresa, também foi confeccionado um mural e anexado em uma área comum onde as pessoas puderam formalizar um agradecimento a algum colega, inclusive de outras áreas.

Tivemos tantas frases emocionantes e a certeza de que os objetivos foram cumpridos: metas atingidas e pessoas felizes num ambiente agradável e harmonioso. Essa foi uma maneira de quebrar as limitações hierárquicas e incentivar todos a oferecer feedback positivo instantâneo, já que

as frases eram escritas por qualquer pessoa e direcionada também a qualquer colega.

Essa prática foi pensada justamente para incentivar o exercício da gratidão no ambiente laboral.

Para finalizar a campanha do agradecimento/gratidão a equipe abriu mão da premiação final (feita todos os anos com base no resultado geral da equipe) em prol dos idosos do Lar São Francisco, uma casa que abriga 65 idosos em Caxias do Sul.

O valor destinado a premiação foi utilizado para comprar alimentos e presentes. Além disso, a equipe disponibilizou em todas as salas de trabalho uma caixa para que outras pessoas pudessem contribuir. Ao término as caixas foram recolhidas e entregues pela própria equipe aos idosos do lar. Percebemos o quanto esta ação foi importante para as pessoas, pois desta forma conseguimos demonstrar o quanto a empresa está atenta à valorização do trabalho, e acima de tudo às pessoas.

Tampinhas no setor

A equipe de Suporte também se apropriou de uma campanha da empresa, para arrecadação de tampinhas plásticas que são dadas para uma instituição que ajuda entidades carentes. Com isso, houve uma intensificação na arrecadação, pois as pessoas receberam um estímulo maior para cooperarem com a campanha.

Decoração da sala

A sala do Suporte foi decorada com *emojis* de acordo com o tema de campanha. Aproveitamos a oportunidade para reforçarmos o reconhecimento individual, todo mês a equipe votou no colega que mais deu sorriso, mais deu abraços, que mais foi gentil e aquele colega que eles queriam mais agradecer. Além da votação da equipe foram sorteados cupons que cada analista ganhava conforme a quantidade recebida e resultados da pesquisa de satisfação realizada com nossos clientes.

Além disso, promovemos o equilíbrio entre trabalho e qualidade de vida. Na área de suporte sabemos que atuamos diretamente com problemas, erros, dúvidas dos clientes, nesse sentido, buscamos trabalhar com a diretriz “Tem que ser Divertido”, como regra no ambiente. Durante todo o dia a equipe toma chimarrão, traz lanches, alguns feitos pelas próprias pessoas, como pão caseiro, bolos, tortas e sobremesas.

Além dessas ações, é importante destacar que mensalmente são selecionados os elogios recebidos na Pesquisa de Satisfação dos clientes e partir disso confeccionamos um material de divulgação interno e repassamos para toda a empresa, os depoimentos são divulgados na íntegra, exatamente como o cliente escreveu, e menciona o nome do colaborador e o elogio recebido. Esta comunicação é feita de uma maneira muito calorosa, são publicados nos murais da empresa e enviados por e-mail, separados por analistas. Uma forma de reconhecer o excelente trabalho realizado.

O objetivo desta ação é de tornar evidente o propósito do trabalho do suporte. É muito gratificante sentir o reconhecimento que os clientes têm com os atendentes da Metadados e acreditamos que é igualmente tão importante o

valor que a empresa deposita nestas ações, demonstrando com clareza o reconhecimento do trabalho e dizendo mais uma vez “obrigado” a todos eles pela dedicação.

Por fim, é importante ressaltar que todas as ações do Força Tarefa são pensadas minuciosamente para garantir o atingimento dos objetivos e a gestão da área, assim como a própria Direção, participam ativamente e agradecem as equipes constantemente e de forma especial. Além dos agradecimentos feitos verbalmente, sempre fizemos agradecimentos que são enviados para a equipe através de e-mail, murais, entre outros meios.

Conforme mencionado anteriormente, a concepção do programa foi baseada na estratégia da gamificação, que pode ser adotada nas organizações.

O conceito tem origem na palavra game, mas está diretamente relacionado aos jogos, ou seja, um conjunto de regras, desafios e outras características que definem o conceito, independentemente de ser digital ou não. Segundo Cohen (2017), há várias definições que podem ser utilizadas para este termo, tais como: ‘utilização das técnicas e dos conceitos de games em contextos fora dos games’, ‘uso da mecânica do jogo e do design da experiência para envolver e motivar as pessoas para alcançar seus objetivos’, ‘processo de usar pensamento de jogos (game thinking) e suas dinâmicas para engajar audiências e resolver problemas’. Baseados no conjunto desses conceitos é que o Força Tarefa foi criado e perdura até hoje.

Ao contrário dos games que proporcionam diversão, a técnica aqui proposta busca alcançar resultados que interessam a empresa. Por isso, a ideia não é tornar uma brincadeira, mas sim, fazer com que a experiência do trabalho

seja melhor e sempre aprimorada. É muito comum as pessoas confundirem com jogos no trabalho, estratégia de marketing ou outros termos. Porém, quando aplicado de forma correta os objetivos são voltados para a melhoria contínua e o alcance dos resultados propostos.

O autor coloca que os principais objetivos da gamificação são:

- o engajamento da pessoa;
- a produção de algum tipo de significado para ela.

Dessa forma, no ambiente de trabalho, essa técnica precisa demandar um sentido emocional, assim relaciona a prática principalmente com a transformação do comportamento e a capacitação de conhecimentos.

Segundo o autor, pode ser utilizada em centros de suporte, onde pode-se observar aspectos como?

- Mudança de comportamento: através do registro de chamados, utilização da base de conhecimentos e a própria adaptação a novos processos de trabalho.

- Engajamento: estimular o grupo para que novos processos de trabalho sejam aceitos e praticados, o mais rápido possível. Através da gamificação, acredita-se que essa transição é mais agradável, divertida e motivadora.

- Desenvolvimento de habilidades: influenciar o aprendizado nas ferramentas disponíveis, assim como, fazer com que o processo de assimilação do conhecimento seja mais rápido.

- Crowdsourcing: dentro de centros de suporte, mecanismos que estimulem sua população a realizar atividades diferentes.

Em relação à produtividade, a gamificação tem o intuito de induzir o colaborador a fazer melhor as tarefas cotidianas, tornando o trabalho algo estimulante que produz feedback e reconhecimento imediato.

Como mencionamos em diversos momentos no decorrer deste documento, o engajamento é uma produção da técnica de gamificação. O autor Cohen (2017), traz este conceito como:

‘Participação ativa em assuntos e circunstâncias de relevância política e social, passível de ocorrer por meio de manifestação intelectual pública, de natureza teórica, artística ou jornalística, ou em atividade prática no interior de grupos organizados, movimentos...’. O autor faz relação do conceito de engajamento relacionado a gamificação, trazendo aspectos como mudança de comportamento e outras formas de mobilização.

Para implantação de uma estratégia de gamificação, é preciso atentar para os seguintes passos:

- Definir os resultados para o negócio e as métricas de sucesso: nesta etapa busca-se identificar quais são os resultados que a empresa espera desse projeto. Os objetivos precisam ser claros e não vagos, precisam ser passíveis de medir.

- Definir o público alvo: é importante conhecer as pessoas que farão parte do jogo. Assim, quanto mais conhecermos das pessoas, desde informações demográficas até questões mais específicas são relevantes para o planejamento da ação, assim como, garantem uma assertividade e adesão maior.

- Estabelecer os objetivos do jogador: após conhecer as pessoas é preciso traçar os objetivos a serem alcançados por cada integrante da equipe.

- Determinar o modelo de engajamento do jogador: aqui é preciso pensar num modelo colaborativo ou competitivo, intrínseco ou extrínseco, campanha ou sem término, entre outros fatores. Esses aspectos vão ajudar no direcionamento das ações e devem ser pensados levando em consideração os participantes da ação.

- Fixar o espaço de jogo e o plano da jornada: trata-se da apresentação do processo de gamificação, contemplando todas as fases anteriores.

- Decidir a economia do jogo: utilizar pontos e recompensas, o objetivo é tirar o participante da inércia e incentivar fazer ações que normalmente não faria.

- Jogar, testar e a perfeição: colocar em prática todos os passos anteriores e ouvir o grupo para feedbacks e sugestões. A partir, fazer as mudanças necessárias e estar aberto para sempre melhorar.

Com base nestes conceitos nasceu a campanha Força Tarefa e permanece até hoje. Todos os anos fizemos uma análise dos pontos a melhorar, aprimorar e manter e desejamos a campanha seguinte. Da mesma forma, analisamos o ambiente interno e externo e definimos a temática e os conceitos a serem trabalhados com as equipes.

5. RESULTADOS

No decorrer dos anos percebeu-se que a campanha fazia cada vez sentido para a empresa, e assim, perdura até os dias de hoje.

A satisfação da equipe do suporte é medida através da pesquisa conduzida pelo Great Place to Work, realizada anualmente. A pesquisa avalia o nível de satisfação do colaborador em relação a empresa como um todo e especificamente à área de Suporte. No último ano o nível de satisfação em relação à empresa foi de 96% e em relação à área foi de 95%.

Em termos de satisfação dos clientes em relação aos atendimentos prestados, a pesquisa é disparada aos clientes em 100% dos chamados resolvidos.

A aplicação da pesquisa de satisfação tem como finalidade o registro das impressões do cliente sobre o atendimento prestado possibilitando ao prestador, a correção de eventuais irregularidades e a melhoria dos processos utilizados pela Metadados.

A pesquisa contempla a pergunta: 'Qual a sua avaliação sobre o suporte recebido?' e há um espaço para que os clientes possam inserir seus comentários a respeito do atendimento recebido. Ela é disponibilizada assim que o chamado é concluído, a ferramenta envia automaticamente para todos os chamados um e-mail solicitando sua participação, ainda, depois de 9 horas comerciais sem ação por parte do cliente, a ferramenta volta a convidar a participação do cliente.

Para o time, além dos dados disponibilizados na ferramenta de gestão de chamados, serão oferecidos também por meio da ferramenta "Teams", possibilitando a todos um acompanhamento de tendência e iniciativas rotineiras.:

Em termos de resultados, durante o período da força tarefa, a média do período foi de 97,25% de satisfação.

Outro indicador avaliado pela área é o Service Level Agreement, conhecido como SLA, que significa o cumprimento do Acordo de Nível de Serviço. Durante o período da campanha, considerando a intensificação das demandas, a equipe atingiu o resultado de 95,13%.

Em relação aos objetivos pretendidos com a ação, no último ano os resultados foram superados, registrando os seguintes resultados:

- 100% de atendimento da demanda de chamados;
- 97% de satisfação;
- 50% chamados resolvidos no primeiro contato;
- Tempo médio de primeira resposta inferior a 1,5 horas.

Além desses indicadores, avalia-se como resultado positivo o engajamento das equipes, não só do Suporte, mas de outras áreas que ajudam direta e indiretamente no alcance dos objetivos. O clima agradável, descontraído e o trabalho em equipe merecem destaque, pois são levados em consideração na análise dos resultados de forma geral.

6. CONCLUSÃO

Pelos excelentes resultados obtidos de forma mensurável através de indicadores e também de maneira subjetiva, como o engajamento, trabalho em equipe, ambiente de trabalho divertido, lúdico, trazendo para o ambiente de trabalho uma nova forma de encarar os desafios e reativar a criança que existe dentro de cada colaborador, a empresa decidiu manter o projeto por prazo indeterminado.

Assim, a ação Força Tarefa é condicionada de acordo com a demanda de cada ano. Anualmente a gestão da área faz uma análise e identifica quais são as maiores necessidades a serem abordadas. A partir disso, equipe de RH e Marketing se unem à gestão da área para organizar a campanha e as ações.

Essas por sua vez, são sempre pensadas tendo em vista o bem-estar das pessoas, o trabalho em equipe e com um olhar diferenciado pois sabemos que neste momento crítico a pressão aumenta e precisamos dar conta de manter o bem-estar dos colaboradores.

7. BIBLIOGRAFIA

COHEN, Roberto. **Gamification em Help Desk e Service Desk**. São Paulo: Novatec, 2017.

8. AUTOR

Gerente de Suporte, especialista em Direito do Trabalho e Relacionamento com Cliente, possui 14 anos de experiência em RH. Finalista de Melhor Gerente de Suporte 2014 a 2016, pela HDI.