

Comunicação Corporativa na Banca – Estratégia, Reputação e Alinhamento Institucional

Objetivos Gerais:

Este curso é dirigido a todos os profissionais que pretendam adquirir competências estratégicas e operacionais em comunicação corporativa, com foco no setor bancário, promovendo coerência institucional, gestão reputacional e eficácia comunicacional junto de diferentes públicos (internos e externos).

Objetivos Específicos:

No final do curso os formandos ficarão aptos:

- Compreender o papel da comunicação corporativa como eixo estratégico de posicionamento institucional, gestão de marca e fidelização de stakeholders.
- Construir e alinhar mensagens-chave com os valores e objetivos do banco, garantindo consistência nos diversos canais (media, comunicação interna, digital, stakeholders regulatórios).
- Gerir situações de crise reputacional com clareza, rapidez e responsabilidade, adotando protocolos comunicacionais eficazes e éticos.
- Avaliar e otimizar a presença institucional nas redes sociais e media digitais, preservando a imagem do banco e reforçando a proximidade com o cliente.
- Integrar a comunicação interna como ferramenta de cultura organizacional, mobilização e liderança, especialmente em contextos de mudança e transformação digital.
- Elaborar planos de comunicação alinhados com a estratégia global da organização, com foco em resultados, métricas e reporting.
- Aplicar técnicas de storytelling corporativo, adaptando o tom e o canal ao interlocutor (investidores, clientes, reguladores, colaboradores).

Destinatários:

Este curso destina-se a Quadros e dirigentes das Direções de Comunicação, Marca, Relações Institucionais, Conselho de Administração e outras áreas com intervenção direta na imagem e discurso público da instituição bancária.

Carga Horária:

18 horas

Conteúdo Programático:

Módulo I – Fundamentos da Comunicação Corporativa na Banca

- Comunicação estratégica vs. Operacional;
- A marca bancária como ativo reputacional;
- Públicos da comunicação corporativa: internos, externos, reguladores;
- Casos práticos do setor bancário nacional e internacional.

Módulo II – Posicionamento, Mensagem e Coerência Institucional

- Construção de mensagens-chave: tom, voz, consistência;
- Discursos e comunicação do Conselho de Administração;
- Identidade corporativa vs. imagem percebida;
- Estudo de casos: boas e más práticas.

Módulo III – Comunicação em Situações de Crise e Gestão Reputacional

- Protocolos de gestão de crise: prevenção, resposta, recuperação;
- Relacionamento com media e regulação em contexto de crise;
- Casos reais no setor bancário;
- Simulação: plano de resposta a incidente reputacional.

Módulo IV – Comunicação Digital e Redes Sociais Institucionais

- Presença digital do banco: coerência e segurança;
- Gestão de redes sociais: oportunidades e armadilhas;
- Gestão de reputação online e fake news;
- Indicadores de impacto digital.

Módulo V – Comunicação Interna, Liderança e Cultura Organizacional

- Comunicação descendente e ascendente;
- Papel da liderança e do CA na comunicação interna;
- Comunicação em contextos de mudança organizacional
- Ferramentas e canais: newsletters, town halls, intranet.

Módulo VI – Storytelling e Plano de Comunicação

- Técnicas de storytelling corporativo;
- Comunicação orientada a valores e propósito;
- Elaboração de um plano de comunicação institucional;
- Métricas, KPIs e avaliação de eficácia comunicacional.