

NATAL SOLIDÁRIO HOEPERS Hoepers pratica o verdadeiro sentido do Natal



Mesmo em meio a tanto trabalho e desafios existentes no mundo corporativo, a Hoepers surpreende quando o assunto é solidariedade. No ano de 2006, foram muitas ações realizadas por todo o Brasil. E, para encerrar o ano com “chave de ouro”, as unidades Hoepers de todo o país mobilizaram-se levando

além de donativos, muita alegria e carinho para aqueles que necessitam. Foram muitas as ações promovidas pelas filiais, e diferentes foram as maneiras com que elas foram realizadas, mas todas com um só intuito: Compartilhar o espírito natalino levando



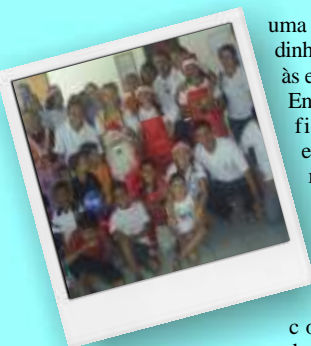
carinho e atenção aqueles que precisam.

Teve filial que presenteou família carente com roupas, alimentos e brinquedos e comprometeu-se a doar, durante 1 ano, uma cesta básica mensal.

Outras filiais mobilizaram-se e arrecadaram alimentos, produtos de higiene e os doaram a entidades que cuidam de idosos. E mais, muito mais... Alguns colaboradores arrecadaram donativos para instituições que cuidam de crianças soropositivo. Além dessas maravilhosas ações, aconteceu ainda a gincana “Universo Hoepers é solidário” que contou com 4 grandes sites.

O grande diferencial dessa gincana é que as filiais receberam nomes de planetas e todo o funcionamento dela aconteceu de modo a fazer da empresa um verdadeiro Universo Solidário.

Foram arrecadados ao todo: 2 toneladas de alimentos, 900 itens de higiene, quase 5000 peças de roupas, mais de 1000 livros e brinquedos, e ainda



uma boa quantia em dinheiro para ser doado às entidades escolhidas. Entre as ações que as filiais realizaram estão: entrega do material arrecadado com festa para as crianças, pintura e limpeza da sede de uma das entidades, almoço com uma boa macarronada, além de iniciar a

reforma de uma das casas e apadrinhamento de todas as crianças do lar.

“Apesar da correria do final de ano, todos encontraram tempo para participar ativamente das ações”, comenta o Diretor Operacional Cesar Passos. “Parabéns a todos os colaboradores pelo belo exemplo de prática da SOLIDARIEDADE”, finaliza o diretor.



Hoepers conquista, mais uma vez, 1º lugar em campanha de resultados do Bradesco

O evento para entrega dos troféus aos vencedores da última campanha realizada pelo Bradesco, foi em grande estilo, em um hotel em São Paulo, e contou com a presença dos profissionais do Bradesco e com as melhores empresas de cobrança que o Bradesco possui parceria.

O Sr Paulo Gastão, até então Diretor Estratégico de Negócios e o Jorge Correa, gerente de cliente, estiveram presentes no evento representando a Hoepers no recebimento dos prêmios conquistados: 1º e 3º lugares. A entrega do troféu do primeiro lugar foi realizada pelo Sr Adineu Santesso, diretor do Bradesco e Finasa, que entregou diretamente ao Sr Paulo Gastão. Como o 1º lugar credenciava ao

representante da empresa de cobrança um pronunciamento aos participantes, o Sr Paulo Gastão discorreu algumas palavras, das quais destacamos o seguinte trecho: “Agradecemos a todos os profissionais que fizeram a diferença nessa conquista! Na qual destaco três pontos que fazem parte do dia-a-dia dos nossos colaboradores: o conhecimento do produto; a determinação em fazer mais e melhor; o tesão em trabalhar para o Bradesco.” Para o Sr Paulo Gastão, a fórmula para o resultado crescente no Bradesco é sua política vencedora de relacionamento com as empresas contratadas, com regras transparentes e objetivas quanto a conquista ou perda de títulos de cobrança.



Srs José Paulo Rodrigues, Paulo Gastão, Jorge Correa, Adineu Santesso, e Risaldo de Souza Pinheiro (esq – dir).

HSBC Veículos: Hoepers é bicampeã em recuperação



A Hoepers conquistou o 1º lugar no ranking HSBC Veículos por dois meses consecutivos! O resultado da última campanha realizada pelo HSBC rendeu a Hoepers um considerável bônus que foi distribuído entre a equipe, mais o título de MELHOR ASSESSORIA na Campanha. O bônus foi entregue no 4º Encontro com Assessorias, realizado pelo HSBC, em Curitiba. Na mesma ocasião a Hoepers recebeu a classificação prata no

ranking geral do HSBC, onde foram avaliados itens como recuperação, qualidade nos serviços prestados ao credor, ausência de SAC, entre outros. E para comemorar essas grandes conquistas, a equipe Hoepers HSBC Veículos e a Diretoria reuniram-se para um saboroso churrasco, que foi brindado com a presença do Sr Roni Marcon, Gestor de Resultados, e Raquel Lopes, Gestora Veículos, do HSBC.



SEGREDO DO SUCESSO

Não sei qual é a resposta para o título deste artigo. Mas, seguindo os ensinamentos de Raimundo Martins, autor do livro *Percepção e Mudança*, Ed. Edeme, 1996, podemos citar três atitudes que com certeza são o segredo do fracasso. É a indignação que temos do porque algumas pessoas nas mesmas condições de vida, culturais, econômicas prosperam e outras fracassam.

Para o fracasso, os mais comuns são o medo, desculpa para tudo e apatia. O medo é real, ele existe, uma reação normal, natural e até necessário. Mas, o problema é quando começamos a espalhar o medo sobre situações que, por si só não são de temer. O caso de não tomar atitudes mínimas como iniciativas de convivência, como deixar de falar com nosso chefe, subordinado, colega de trabalho, esposa(o), pais, sobre algo que gostaríamos que fosse diferente. Ou seja, não tomar atitudes a favor do que você quer, mas agir contra o que você não quer: - Não quero me separar do meu esposo(a)/namorado(a). - Não quero perder meu emprego. Quando a atitude deveria ser: - O que posso mudar/fazer para manter meu casamento, meu namoro, meu emprego? Além de causar úlceras no estômago, moléstias do coração e nos privar de usarmos oportunidades. Quantas vezes você já pensou ser sem saída as situações que enfrentava? Não há situação sem saída, há sim, pessoas sem otimismo. Desculpa para tudo, também conhecido por desculpite. Esse dispensa muita explicação, mas cito algumas como, tornar-se crítico e dirigir sua crítica aos outros para disfarçar sua própria dificuldade de agir; ficar doente quando se vê diante de uma tarefa complicada ou incômoda; não passei na prova porque o professor é ruim; e o velho e surrado, não tenho tempo para isso. Ou seja, arrumando desculpa para tudo, colocamos toda nossa imaginação a serviço da inutilidade. E a apatia é o fazer por fazer. Vamos simplesmente deixando as coisas passarem. Deixamos nossos filhos crescerem e não nos apercebemos. Deixamos as oportunidades profissionais e não encaramos. Deixamos nossos pais envelhecerem sem os acompanhar, simplesmente deixamos o tempo passar, e quando nos "tocamos", o trem da história já passou. Enfim, a apatia é a certeza do fracasso, porque para não estar bem, basta não fazer nada. Faz as pessoas agirem como se tivessem mil anos de existência pela frente. Agem como se a vida fosse um treino, um ensaio, aguardando o surgimento de um sinal, que nunca chega e que seria o início do jogo, o início do espetáculo. Para muitos, esse jogo que é a própria vida, já está no segundo tempo. Nos seminários que participo com jovens que estão procurando emprego, que estão no primeiro emprego ou são estagiários, inevitavelmente vem a seguinte pergunta: - Para o que devo estudar para ter um emprego mais garantido quando me formar? Respondo que apesar de que um ou outro curso possua um destaque maior, essa informação ao certo ninguém possui. Mas devemos, sob pena de não termos espaço no mercado de trabalho, saber "lidar" com pessoas. Seja em que área for, a prestação de serviços é e será cada vez mais o *emprego* do terceiro milênio. Prestar serviços é a arte de satisfazer pessoas, seja em que área for. Isso porque, cada vez mais as "máquinas" trabalham por nós. Agora, uma coisa as máquinas nunca poderão fazer, que é atender e satisfazer as pessoas com sentimentos positivos de calor humano, respeito e sensibilidade. E nesse ponto não poderia deixar de registrar a grande oportunidade que todos nós temos na Hoepers de investir nesse aperfeiçoamento. Nosso trabalho de recuperação de crédito é uma verdadeira recuperação da auto-estima das pessoas e, portanto, uma virtual escola, uma faculdade. Com as lições dessa escola que é a Hoepers, no futuro, seja em que profissão você venha a atuar, terá aprendido a satisfazer pessoas. Portanto, invista em você. Invista na sua capacidade de empatia, aproveite seu tempo, atualize-se. Acredite em você, porque se você não acreditar em si quem vai acreditar? Ou outros podem até ajudar, mas nós é que temos que querer. Portanto, escolham: FRACASSO ou SUCESSO.

Desejo Sucesso a todos.

Sigisfredo Hoepers
Presidente do Conselho

Grace Schindler



O que que essa baiana tem?

Grace Schindler iniciou sua trajetória como supervisora operacional na filial de Salvador, em fevereiro de 2004, atuando como responsável pela

carteira Losango. Em dezembro de 2005 ela assumiu a gerência da filial, onde teve a oportunidade de acompanhar, bem de perto, diversas mudanças na estrutura do Site, sempre vibrando com todos os acontecimentos.

Grace, que já havia trabalhado com crédito e cobrança antes de integrar o quadro de colaboradores da Hoepers, conta que gosta muito do que faz. Ela sabe que esse é o impulso que a faz continuar acreditando que o

aprendizado e a troca com as pessoas, são lições que vai levar para o resto da vida.

"Tenho orgulho de trabalhar em uma empresa de profissionais de coragem como a Hoepers S.A. Aprendo muito diariamente com as pessoas que me relaciono, pois elas não se permitem derrotas".

Data de nascimento: 10/06/1976 / Signo: Gêmeos

Time: BAHIA (mesmo na 3ª divisão)

Lazer: Praia com minha filha

Um lugar: Morro de São Paulo-BA

Uma música: Sorri "Smile" (Djavan)

Um filme: De porta em porta

Ídolo: Jesus

Uma frase: "Digno de admiração é aquele que tendo tropeçado ao dar o primeiro passo, levanta-se e segue em frente". (Carlos Fox)

Hoepers em Movimento

KEYSTONE

O software de cobrança da Hoepers

O Keystone é um novo sistema de automação da cobrança e nasceu da necessidade da empresa de possuir uma ferramenta que refletisse a sua "inteligência" de cobrança. Desenhado desde a sua concepção para o ambiente Web e desenvolvido dentro de tecnologias modernas como Java/Jee e Oracle, o sistema roda em servidores Dell, no moderno data-center da empresa, em Porto Alegre. Para acompanhar a implantação do sistema e passar a operar dentro do conceito de "serviços compartilhados" foi criada na matriz uma área denominada Suporte Operacional.

“Além de fazer toda a parametrização e cadastro do sistema temos a responsabilidade de fazer benchmarking com todos os gestores de filiais sobre as estratégias adotadas em cada região, disseminando com maior velocidade aquelas práticas que fazem a diferença e que dão resultado”

afirma Glenner Goulart, gerente do Projeto Keystone e, agora também, dessa nova área.

Em julho, o sistema foi implantado no Rio de Janeiro. Foram mais de 500 profissionais envolvidos no projeto, contemplando as áreas Operacional, Processos, Desenvolvimento, Suporte Operacional e Suporte. "Mesmo com tantos operadores e produtos envolvidos na transferência de um sistema para outro, não tivemos impacto negativo na filial Rio de Janeiro", comenta Rodrigo Dutra, gerente da filial na época da implantação. "Percebemos aumento na produtividade a partir de algumas funcionalidades que o software possui, tais como: Inteligência em priorizar telefones de acordo com horário e dia da semana (aumentando a probabilidade de contato direto); Velocidade na troca de ficha; Possibilidade de criar SLA's de acordo com a necessidade de cada operação; Possibilidade de troca automática de filas dos operadores, sem a necessidade de troca de usuário", ilustra ainda Rodrigo. O primeiro ciclo de implantação do Keystone foi encerrado em setembro do ano passado com a implantação da filial São Paulo. Além de São Paulo e Rio de Janeiro, o Keystone está implantado nas filiais Porto Alegre, Santa Maria e SPM Cobranças, com mais de 400 posições de atendimento (ativo e receptivo) implantadas, o software já responde por quase 40% da operação da empresa.

"O sistema reúne o conhecimento da empresa aliado as tecnologias modernas. Nos últimos meses de 2006 investimos na finalização do módulo de atendimento para que as próximas filiais a serem implantadas, recebam os módulos de acionamento e atendimento em conjunto", destaca Paulo Retamozo, gerente de desenvolvimento de sistemas.

Hoepers adquire novo discador

Após um estudo minucioso do mercado de discagem pré-preditiva e análise das necessidades da empresa, encontramos um fornecedor que aceitou o desafio de mudar sua ferramenta e adaptar-se à Hoepers: a Talktelecom Corporation. Em parceria com esse fornecedor, fugimos do modelo convencional de discagem pré-preditiva, deixando toda a inteligência para o sistema de cobrança e não para o discador, criando dessa forma, uma ferramenta que se adequasse ao jeito Hoepers de praticar cobrança.

Conclusão do projeto Identidade Visual

Mais um grande projeto foi concluído na Hoepers S.A.: IDENTIDADE VISUAL. Para sua conclusão, levou-se mais de um ano, porém, todo o trabalho da área de comunicação e espera das filiais valerem à pena, pois agora nossas 28 unidades estão de cara nova! "Foi um projeto extenso e minucioso, onde cada detalhe fazia muita diferença!" comenta Carla Andrade, responsável pelo projeto.

Data Center Hoepers S/A: A segurança de que os servidores não param

Para dar sustentação a sua plataforma de sistemas integrados, a Hoepers S.A., conta hoje com um Data Center (área física especialmente projetada para garantir que os servidores não deixem de funcionar) que garante o funcionamento ininterrupto dos servidores, além de estar entre os mais avançados padrões atuais. Com uma área física de 70 m², implementado segundo os padrões da IBM, uma das mais conceituadas empresas de tecnologia do mundo, está equipado com dupla alimentação de energia, no-break de 60 KVA, em um Gerador Stenac de 450KVA que garantem os servidores ligados independente da situação de fornecimento de energia elétrica.

A proteção contra incêndio é do tipo Gás FM 200, sistema este que retira o oxigênio do ambiente, eliminando assim a alimentação do fogo, garantindo a integridade dos equipamentos, devido ao fato de não ser utilizado água ou qualquer outro elemento químico para cessar o incêndio. A refrigeração do Data Center é garantida por seis equipamentos que totalizam mais de 350.000 Btus! E, como se não bastasse, a conectividade é garantida por três diferentes operadoras de conexões de dados.

"O data-center está dimensionado para os próximos cinco anos de crescimento da empresa", declara Edemir Maas, gerente de infra-estrutura. Esta Infra-estrutura está devidamente protegida por monitoramento de sistemas de segurança com câmeras e alarme, sistemas esses, implementados pela área de Administração do Edifício Aloísio Hoepers.

DIFERENTES SOTAQUES HOEPERS

“Vamu conhecê Uberlândia sô!”



Valquíria Faria, natural de Itapaci - interior de Goiás, foi para a capital em busca de uma vida melhor. Estando em Goiânia, passou a fazer parte do quadro de colaboradores da Hoepers, onde após uma passagem pela filial de Montes Claros, foi transferida para Uberlândia - MG, tornando-se gerente da filial localizada na região.

A cidade tem cerca de 600 mil habitantes e é considerada a capital do Triângulo Mineiro. O clima em Uberlândia é semitropical, com invernos secos e verões chuvosos.

Valquíria destaca as riquezas culturais e históricas da cidade, sendo a Igreja do Rosário, a antiga

Câmara Municipal, o Coreto e a Oficina Cultural, os pontos turísticos e cartões postais da cidade. A gerente conta que a cultura popular resiste à contemporaneidade, mantendo tradições populares como: Folia de Reis, Congado (manifestação Africana), Fiação e Tecelagem.

A simplicidade e os ingredientes naturais predominam na culinária, em receitas de inigualável sabor, como o arroz com suã de porco (coluna vertebral do porco, cortada em fatias transversais) e a galinhada ao molho pardo (preparado com o sangue da galinha), sempre feitos em panela de barro para dar um sabor especial. Valquíria conta que sentiu-se à vontade com a mudança para Minas Gerais: “Uberlândia tem muitas opções de lazer como teatro, parque ecológico, casas de shows; Todos valorizam as bandas locais e os sons diferenciados. Não estranhei, pois, parece muito com Goiás”. Em relação ao sotaque permanece o do interior, com

Curiosidade - Dialeto Mineiro – “Trem bã dimais uai”!

Português padrão

Quantos anos você tem?

Ele comprou aqueles cadernos para você.

Eu gosto de você.

Dialeto mineiro

Quanto zan 'cê tem?

El' comprô aquês cadern prô'cê.

Eu gós dô'cê.

Fazendo a diferença

A Filial Fortaleza vem realizando ações de gestão operacional e motivacional que muito contribuem para o crescimento individual e desenvolvimento dos colaboradores.

Ao final do ano de 2005, planejando os objetivos a serem alcançados em 2006, o gerente da filial, Charles, percebeu a necessidade de ter um diferencial, sendo Fortaleza, uma das grandes filiais da empresa: “Como primeira atitude, iniciamos a reciclagem e qualificação dos supervisores, realizando treinamentos sobre sistema operacional e oficinas para troca de experiências sobre estratégias de cobrança, gestão de pessoas e ações motivacionais. Passamos, também, a qualificar as equipes com frequentes treinamentos de produtos e cobrança, contando sempre com um feed back transparente sobre as avaliações e acompanhamento de resultados”, conta Charles.

Além dessas ações, destacam-se ainda a ampliação dos departamentos de Recursos Humanos e de Qualidade onde respectivamente foram implantados um qualificado processo seletivo e treinamento de novos funcionários, e também, a criação de um novo processo de avaliação de monitorias, indicadores primários e rentabilidade individual dos recuperadores.

Também em 2006, a filial Fortaleza intensificou as ações motivacionais. “Destaco entre as principais ações a constante decoração da filial, premiação aos melhores recuperadores do mês com troféus e medalhas, sino do caixa onde os recuperadores batem ao atingirem suas metas diárias, prêmios como eletroeletrônicos e confraternizações em cafés e almoços”, ressalta o gerente. Também se destacam importantes ações do departamento de Recursos Humanos em projetos de endomarketing como o “Bom Dia Empresa”, “Caixa de Sugestões”, “Mural

Interativo” e ações solidárias como visita ao asilo no dia do idoso e campanha para doação de sangue. Tudo isso faz a diferença da filial Fortaleza, que se preocupa em proporcionar aos colaboradores Hoepers um ambiente de maior integração, sinergia e bem estar.



A Filial Fortaleza adota o uso de Uniforme em seus Colaboradores desde o Ano de 2003.

“Para confecção do uniforme não dispomos de subsídios da empresa. Entretanto, nosso compromisso com os colaboradores sempre foi o de buscar e negociar com fornecedores de qualidade e custo baixo”, salienta Charles.

O gerente destaca que o principal benefício adquirido com o uso do uniforme foi a padronização na vestimenta dos colaboradores, gerando aproximação e redução de desigualdades, além do prazer e orgulho que os colaboradores sentem em vestir a camisa e fazer parte da família Hoepers.

UM LITRO DE LEITE



Um cliente retornou uma ligação para reclamar de uma cobrança “indevida”. Ao verificar o contrato do cliente, que há três meses não efetuava pagamento, eu indaguei: “Sr. há quanto tempo não efetua pagamento?” O cliente informou que em seu camê constava a parcela com vencimento para dia 10/08/2005, podendo ser paga até 20/12/2005 e que a “ropes” não deveria cobrá-lo! Tentei explicar que a informação que constava no camê era referente ao prazo de validade do mesmo. O cliente continuou afirmando que não deveria haver cobrança. Não conseguindo convencê-lo, resolvi exemplificar a situação: “Se o Sr. comprasse um litro de leite com o vencimento para 10/08/2005, e o guardasse para bebê-lo somente no dia 20/12/2005, qual seria a conseqüência?”. Meio sem jeito o cliente respondeu: “uma terrível dor de barriga”. Então eu disse: “Exatamente! Como o Sr. não efetuou o pagamento na data do vencimento, as conseqüências são as cobranças, os juros e possivelmente o registro do seu nome no SPC e Serasa”. Após a explicação, o cliente agendou o pagamento para o dia seguinte. Ao finalizar a ligação todo o setor estava aos risos! Em outra oportunidade sugeri ao Credor, que retirasse essa informação do camê ou a colocasse em letras pequenas.

Rafael Rodrigues
MONITORIA/FORTALEZA

Salvador ganha novo visual



A filial Salvador foi totalmente reformada, ampliando o espaço para aumento da equipe e adequando-se ao padrão Hoepers de qualidade. Para comemorar essa importante conquista, a filial realizou um café da manhã que contou com a presença da gerente de clientes, Marília Lima e da equipe do Finasa, Alexandre Hungria, Anderson, Ana Lucia e Luis Mello.



Upgrade Collection Score

Instrumento importante na inteligência de cobrança da Hoepers S.A., o Collection Score, que teve sua criação em 2001, vem ganhando melhorias constantes ao longo dos últimos anos, porém, foi no início do segundo semestre de 2005 que as mudanças foram mais significativas, gerando uma nova versão. O número de cargos mapeados aumentou de 870 para mais de 15.000; as fórmulas estão mais adequadas à realidade atual e os resultados comprovam a sua eficiência. "As faixas superiores de scoragem chegam

a oferecer ganhos superiores a 130% em relação à média de uma campanha trabalhada sem segmentação", avalia Luiz Henrique Portella, diretor de tecnologia, que desenvolve este trabalho em conjunto com o presidente, Manfredo Hoepers, ao longo dos últimos 5 anos. "Se compararmos o resultado das melhores faixas em relação as piores dentro de uma campanha, o ganho ultrapassa 300% e esse tipo de resultado é fundamental para realizar cobrança com inteligência", conclui Manfredo.

Garoto(a) Calendário "Esse é o meu filhinho."

Em Outubro foi realizada a Campanha Garoto(a) Calendário em celebração ao Dia da Criança. Os colaboradores enviaram fotos de seus filhos para participar do concurso. As fotos foram avaliadas por uma comissão julgadora que considerou os quesitos criatividade, qualidade da foto (resolução necessária para impressão) e possibilidade de edição. Foi a campanha de maior adesão de todos os tempos! As fotos vencedoras foram:



- **Mariana, filha da colaboradora Rosimeire Araújo, da filial Fortaleza.**
 - **Gustavo, filho do colaborador Gilberto Oliveira, do Rio de Janeiro.**
- Parabéns aos papais e aos filhinhos que tornaram-se celebridades!

Halloween "Doces ou travessuras"

Halloween significa "All hallow's eve", palavra que provém do inglês antigo, e que significa "véspera de todos os santos", já que se refere à noite de 31 de outubro, que antecede o dia de todos os santos. Entretanto, o antigo costume anglo-saxão lhe roubou seu estrito sentido religioso para celebrar em seu lugar a noite do terror, das bruxas e dos fantasmas.



O pessoal da Matriz, da filial de Porto Alegre, SPM Cobranças e de Recife entrou no clima do Dia das Bruxas, decorando seu local de trabalho com muitos morcegos, abóboras, e fantasias.

Filial SPM é destaque na Credicard

A Filial SPM superou a meta estipulada pelo Credicard Citi, em Dezembro de 2006, conquistando o primeiro lugar na colocação de sua praça de atuação. A merecida premiação foi distribuída entre supervisor e recuperadores da equipe.

Foi escolhido o nome da nossa Intranet

Após seu lançamento em junho, a Intranet da Hoepers tinha sua primeira grande missão: mostrar o que era e para que tinha vindo.

Com a sua utilização, todos foram compreendendo que, à medida que a empresa cresce, novas necessidades começam a ocupar um espaço de importância fundamental para uma boa gestão. E a Intranet surge para viabilizar uma comunicação rápida, documentada e eficiente entre os colaboradores. Após realizar a primeira grande missão, chegou a hora de ganhar um nome. A partir disso, foi criada a campanha "Dê um nome para nossa Intranet", na qual, o nome escolhido foi Portal Hoepers: idéia enviada pelo colaborador VILSON ROSA MARQUES, da unidade Hoepers Santa Maria.

O Portal Hoepers veio para interligar os colaboradores Hoepers, de norte a sul do país, trazendo para todos as novidades da Empresa, as conquistas, os desafios, as campanhas motivacionais do momento, as práticas utilizadas em cada unidade, fotos das equipes, as notícias do mundo e mais, muito mais!



Acesse <http://portal.hoepers.com> e fique ligado em tudo o que acontece no universo da Hoepers!
Portal Hoepers: Onde nossos sotaques se encontram!



Campanha "O Quarteto Energético"

Tudo começou com alguns e-mails repletos de suspense, tais como: "Você está convocado a participar de um movimento de intensa energia, nunca antes vivido na Hoepers", "A hora está chegando", "Respire fundo"... Ninguém agüentava mais tanta curiosidade. Foi quando a diretoria decidiu abrir o jogo, e lançar nacionalmente a Campanha trimestral "O Quarteto Energético". O tema desta Campanha não poderia ser outro, senão a união de forças em busca de três objetivos: Atingir metas de recuperação, rentabilidade e conquistar prêmios. Explicamos: O planeta é composto por água, ar, terra e fogo, o que forma um quarteto energético poderosíssimo, fundamental para que haja vida no planeta Terra.

A Campanha envolve todos os profissionais Hoepers em uma sinergia jamais vista! "Nós somos a ENERGIA provinda de todos esses elementos, gerando a vida no Planeta Hoepers", destaca Carla Andrade, responsável pela área da Comunicação, que desenvolveu a campanha.

Viagem, moto, tv, dvd player, MP3 Player, câmera fotográfica, notebook e até carro são alguns dos prêmios a que concorrem os colaboradores Hoepers. Gerentes, recuperadores, copeiras, telefonistas, supervisores, assistentes... Enfim, ninguém está fora dessa!

Alguns prêmios já começaram a ser distribuídos. No dia 03 de janeiro aconteceu o 1º sorteio do Bônus Mensal. A profissional Sandra Bouvier comandou o sorteio, sendo o mesmo realizado pelos recuperadores e assistidos pelos colaboradores das Filiais Porto Alegre 3 e 4 e Call Center.

Os vencedores foram:

- **Eliane da Silva - Filial Porto Alegre, contemplada com 1 MP3 Player.**
- **Cássia Lorenzi - Call Center Porto Alegre, contemplada com 1 DVD Player.**
- **Renan Palma - SPM Motter, contemplado com 1 TV 20".**

Teremos mais um sorteio do Bônus Mensal, e, ainda, a grande premiação, que acontecerá após o fechamento do mês de Janeiro, cujo êxito dependerá do alcance das metas estipuladas no início desta Campanha.

"Agora, mais do que nunca, é a hora de realizar a nossa arte de cobrar na plenitude, recuperando clientes e relacionamentos", comenta Paulo Gastão, vice-presidente.

Quiz da Hoepers

Dando continuidade ao nosso Quiz, apresentamos 3 novas perguntas sobre a Hoepers. Não esqueça de acessar o Portal Hoepers para participar!
1) Quantos colaboradores a Hoepers possui? 2) Quantas unidades? 3) Quantos são os sócios acionistas da Hoepers?

Respostas do Quiz Anterior:

- **Quantos anos tem a Hoepers? 24 Anos**
- **Onde a Hoepers teve seu início? Criciúma, Santa Catarina.**
- **Quando ela se tornou S.A.? 2003**

