



EIKON 2017 Caso Workplace



Capítulo: General.

Categoría 7 Comunicación Interna.

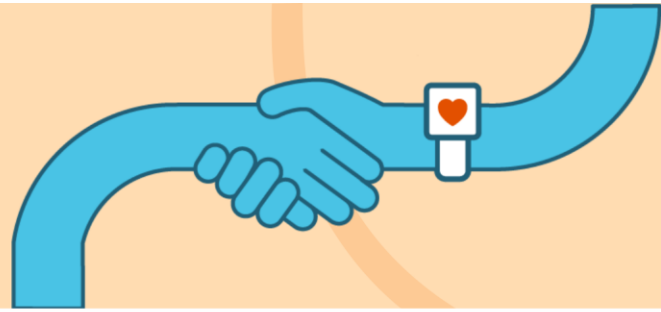
Título del programa: Campaña de Lanzamiento Workplace.

Compañía: Tarjeta Naranja S.A.

Responsables de la campaña: Comunicación Interna.

Responsable/s del plan de comunicación: Agustina Aquilano y Carla Alberoni.

Un tweet que identifique y defina el propósito del programa: Horizontalidad, agilidad y ADN Naranja #NaranjaenWorkplace #ChampionsNaranja



• Introducción

No hay futuro sin evolución, no hay evolución sin cambio. Evolucionar es animarse a cambiar, pero con inteligencia para mantener la esencia y transformar lo que necesitamos.

En Naranja, atentos a la evolución y transformación del mundo, en 2017 izamos la bandera de la **#EvoluciónDigital**, buscando nuevos horizontes de beneficios para nuestros Clientes y Colaboradores.

Imaginamos el futuro mirando el contexto, conociendo las reglas de juego y, por supuesto, poniendo a nuestro Cliente en el centro. La clave de nuestra evolución es y será siempre el foco en las personas, a las que queremos deleitar, tener cerca y **hacerles la vida más fácil**.

Para dar el salto necesitamos transformar nuestra manera de trabajar, generando espacios para la construcción de **conocimiento colectivo** y **colaborativo**, con **desarrollos rápidos** que se diseñan y prueban entre expertos y Clientes. En este contexto, los **Líderes** se transforman en **facilitadores** de nuevas metodologías de trabajo.

Comenzamos a darle un impulso mayor a prácticas ya frecuentes en Naranja. Propusimos que nuestros Colaboradores participaran libremente, tomen decisiones y sepan que lo que hacemos, lo hacemos por y para el Cliente. Nuestros Líderes desde hace ya tres años están transformando la gestión de personas a partir del liderazgo co-participativo, fomentando los ambientes adecuados para que la manera de trabajar cambie.

Implementamos cuatro aspiracionales, que llamamos **Comportamientos del Futuro**, y que cada colaborador debe potenciar para contribuir al desarrollo y crecimiento conjunto. Buscamos sean capaces de dar su opinión y generar consenso, contagiando siempre energía positiva ante los desafíos. Buscamos Colaboradores proactivos que se organicen, que estén informados acerca de las últimas tendencias y que se formen continuamente enfocados en el negocio, poniendo al Cliente en el centro, escuchándolo atentamente, y buscando darle soluciones diferenciales.

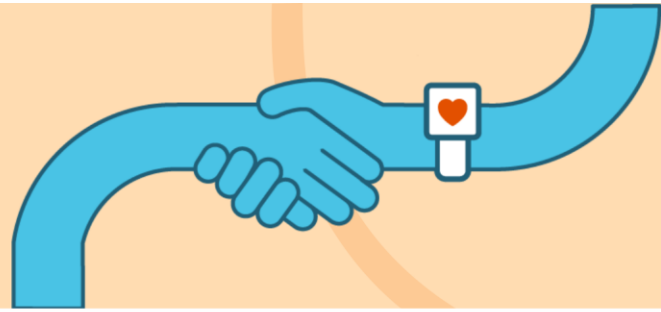
Con el propósito **de facilitar con alegría y compromiso la vida de cada persona**, desde el área de Comunicación presentamos el proyecto para la implementación de **Workplace**, no solo como plataforma de comunicación, sino como espacio de trabajo de toda la organización. Pensando en un día a día más simple para nuestros Colaboradores y en una herramienta digital que nos permitiera potenciar los Comportamientos del Futuro.

Naranja tiene en su ADN la capacidad de adueñarse de los proyectos y enamorarse cuando tienen futuro. Con Workplace fue amor a primera vista.

Contábamos **con experiencia previa: Red Naranja**, una plataforma colaborativa interna en la que se podía comentar, compartir y dar "Me Gusta" a notas y publicaciones. Cada Colaborador tenía un perfil desde el que se comunicaba con otros de manera horizontal y cada día leíamos las Circulares (noticias internas oficiales necesarias para trabajar) por este medio.

La Red nos brindó una excelente base para dar el salto en búsqueda de la Evolución Digital puertas adentro, porque fomentó una cultura colaborativa que resultó óptima para la rápida adopción de Workplace.

Entendemos que ser digitales se traduce en una actitud proactiva y de constante construcción con otros, que requiere capacidad de adaptación y aprendizaje permanente en un entorno cambiante.



Por eso, con una base de cultura colaborativa a favor, el cambio de plataforma de trabajo interno nos planteó el enorme desafío de **impulsar, a través de una estrategia de comunicación, la rápida adopción de la nueva herramienta por parte de los más de 3600 Colaboradores de todo el país.**

• Mensajes y canales clave

Para lograr que cada Colaborador se apropiara de esta nueva herramienta creamos **mensajes** simples, directos y de gran impacto visual centrados en tres conceptos clave: el **ABC de Workplace**. *¿Qué es?, ¿Para qué sirve? y ¿Por qué lo implementamos?*

Workplace es nuestra plataforma de comunicación interna. A través de ella nos mantenemos informados sobre los temas estratégicos de la organización, facilitando conversaciones ágiles y eficientes que impulsan el avance de los proyectos y el logro de los objetivos.

Lo siguiente, fue pensar y elegir los **canales** de comunicación que íbamos a utilizar. Atendiendo al espíritu de horizontalidad y descentralización de Workplace, decidimos que el mejor canal para comunicar la campaña serían **los propios Colaboradores y la misma herramienta.**

Así buscamos Colaboradores que se sumaran a nuestro plan: nuestros **Champions**. Se trató de un grupo de 400 Colaboradores, uno por cada equipo en todo el país, que navegaron la herramienta antes que nadie y se entusiasmaron con sus funcionalidades y las posibilidades de comunicación y de trabajo que se habilitaban con ellas. Se creó en Workplace un grupo cerrado, Champions Naranja, y a partir de ese momento todas las comunicaciones para los Champions se publicaron ahí. Dejamos atrás el mail y las Circulares. Cada uno fue compartiendo con su equipo los beneficios de la herramienta y el efecto del boca en boca fue, definitivamente, el gol de oro de esta campaña.

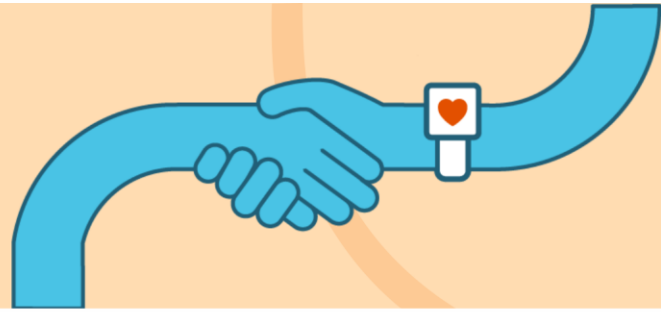
• Ejecución del plan

Comprendiendo la importancia y el hito que representa la adopción de una herramienta como Workplace, definimos un plan de comunicación interna dividido en **tres etapas**: pre lanzamiento, lanzamiento, y post lanzamiento.

A) Pre lanzamiento de Workplace

Comunicaciones a Directores y Gerentes: comenzamos el mes de diciembre anticipando la llegada de Workplace a Naranja. Se enviaron mails, a los Directores y Gerentes, en los que se informaba acerca de esta nueva herramienta de comunicación, que reemplazaría a Red Naranja. El objetivo principal era sumar adeptos, y que estos socios estratégicos sepan de antemano que se incorporaría Workplace, para que pudieran pensar sus proyectos teniendo en cuenta este cambio importante.

n: el segundo paso fue informar vía email a todos los Líderes de las Casas Naranja sobre la llegada de Workplace. En esta ocasión se explicó que Workplace era la herramienta que reemplazaría a Red Naranja, y se les solicitó que convoquen a los Champions del equipo. Se



les informó la importancia de este rol para el despliegue de la herramienta, y cuáles serían las funciones a desempeñar de los Champions.

En los días previos al lanzamiento les enviamos una Circular con la fecha definida (27/12/2017) y las indicaciones operativas acerca de la celebración de ese día. Se les solicitó trabajar en conjunto con el Champion de su Casa Naranja (cada sucursal del país) para que el lanzamiento sea un momento verdaderamente especial.

Continuando con la apuesta a una conversación descentralizada y horizontal, marcamos otro hito en la manera de comunicar en Naranja. Por primera vez la comunicación fue directa con los Champions, colocando al Líder en un rol de facilitador de que las cosas sucedan, y no un transmisor de información (con prácticas de cascadeo de comunicaciones que solían ser frecuentes). Le solicitamos a cada Líder que brinde su apoyo operativo al Champion de su equipo, pero era el Champion el encargado de movilizar las acciones: desde la decisión de cómo presentar la herramienta a sus compañeros, hasta la decoración y el merchandising del evento. La decisión de asignarles ese rol fue una de las claves evidentes para el éxito del plan.

Comunicaciones a todos los Colaboradores: ellos accedieron a una Circular en Red Naranja donde se anticipaba la llegada de Workplace. Explicamos que esta herramienta, creada por Facebook para uso laboral, reemplazaría a las comunicaciones y Circulares en Red Naranja.

Convocatoria de Champions Naranja: siguiendo las recomendaciones de implementación de Facebook, se convocó a un grupo de 400 Colaboradores para que sean pioneros en el uso de Workplace. Algunos de nuestros Champions fueron recomendados por sus Líderes, otros, especialmente elegidos por el área de Comunicación Interna (habían demostrado su entusiasmo en el despliegue de otras herramientas digitales), y muchos se sumaron por el contagio de boca en boca que se generó. Finalmente, el equipo de Champions se conformó por 800 Colaboradores de todas las Casa Naranja del país. Ellos fueron los primeros en tener su usuario Workplace, navegaron la herramienta, descubrieron sus potencialidades, y se empaparon de la cultura colaborativa que estábamos potenciando.

Grupo Workplace Champions Naranja: el 11 de diciembre (16 días previos a la implementación general) creamos un grupo cerrado en Workplace llamado Champions Naranja, con el objetivo de comunicarnos en simultáneo y por un único canal con todos los pioneros. A través de él compartimos opiniones y comentarios sobre Workplace y comenzamos darles algunas recomendaciones sobre cómo aprovechar mejor la herramienta. Los invitamos, por ejemplo, a completar su perfil (nombre, foto de perfil, mail laboral, nombre de su Líder) y a colocar en la portada una gráfica creada para distinguirse como Champion Naranja.

Lo primero que comunicamos a través del grupo Champions Naranja fue el ABC de Workplace. Pasada una semana, comenzamos a compartir allí información clave sobre el uso laboral de la herramienta.

Para alentar el uso de grupos creamos infografías claras y simples. Los alentamos a crear sus propios grupos de trabajo, a los que, una vez subida toda la organización, podrían sumar a sus compañeros.

Informamos también sobre la nueva modalidad de lectura de las Circulares, info que no podíamos permitir que quedara relegada una vez desplegado para todos, mediante un post con una infografía del antes y el ahora. Era muy importante que los Champions sean conscientes de que la información clave de negocio iba a estar en Workplace, para que su trabajo y el de todos sea más simple día a día.

El grupo fue un espacio para compartir información, opiniones e ideas, y para hacer el primer gran trabajo en conjunto: preparar todo para el gran lanzamiento en todo el país. En los días previos, nuestros Champions y sus Líderes fueron ultimando detalles de cómo celebrarían la llegada de Workplace a Naranja, fue el espacio para mostrar cada uno de esos preparativos. La clave de las comunicaciones en este punto fue brindar la información operativa indispensable, pero sobre todo, contagiar el entusiasmo a los demás, lograr que ellos mismos hablaran del tema.

Comunicaciones para Colaboradores de Casa Naranja (casa central de la empresa) y locales de Córdoba Capital: el 26 de diciembre, un día antes del lanzamiento, enviamos un mail a todos los Colaboradores de Córdoba Capital, invitándolos a pasar por Casa Naranja para disfrutar de la súper acción de lanzamiento que teníamos prevista.

B) Lanzamiento

Activación: El día del lanzamiento, cada uno de los Colaboradores recibió un mail, automático del sistema, con la invitación para activarse: era el call to action directo para ingresar a Workplace por primera vez.

Celebración simultánea: el 27 de diciembre de 2017 fue el gran día. Lanzamos Workplace para todo Naranja en simultáneo. ¿Cómo? En cada una de las Casa Naranja del país se celebró la llegada Workplace de la manera que cada Champion había elegido para contar la buena noticia a sus compañeros: una presentación de Power Point sobre las bondades de nuestro nuevo espacio de comunicación, un momento para navegar la aplicación en equipo, o bien un desayuno para compartir su propia experiencia como Champion en Workplace. Además, hubo decoración especial, música, y una consigna: ¡que todo Naranja esté en Workplace! Usamos el hashtag #NaranjaenWorkplace, para que cada uno pueda compartir las fotos de la celebración.

En nuestra casa central, montamos una instalación con decoración especial por la que equipos de Colaboradores pasaban y se divertían haciendo poses y bailando. Registramos estas imágenes y las convertimos en un GIF que mandamos ese mismo día a cada Colaborador. Nadie se quedó sin subir a Workplace el registro de la celebración del lanzamiento. Etiquetaron a sus compañeros y lo compartieron y comentaron. Por varios días el tema de conversación rondó en torno a esto y nadie quiso quedarse fuera.

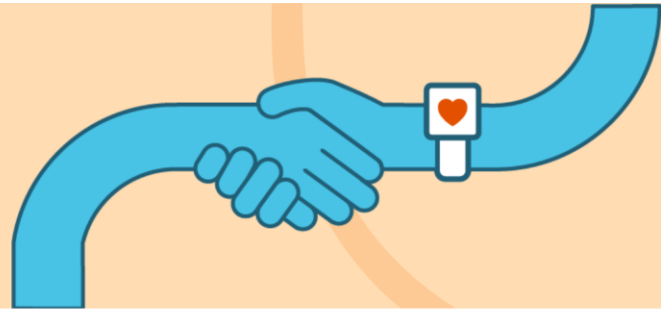
Posteos en Workplace en el grupo oficial Comunicaciones: se creó el avatar (usuario) Comunicaciones, y el grupo oficial Comunicaciones, que es el lugar donde se canalizan los posteos con la información destacada para el negocio.

El primer posteo fue un mensaje de bienvenida, acompañado de un video informativo en el que se comunicó el ABC de Workplace, y algunos tips de buenas prácticas de uso.

C) Post lanzamiento

Una vez realizado el Lanzamiento general de la herramienta, la estrategia de comunicación comenzó a enfocarse, en darle **visibilidad a los principales beneficios y funcionalidades** de Workplace y a **agradecer y destacar el rol de los Champions**.

En el grupo Comunicaciones posteamos sobre cómo completar tu perfil, dónde encontrar la información clave, cómo configurar las notificaciones y para qué sirven los grupos.



En el grupo **Comunicaciones para Líderes**, se generó un post sobre la llegada a cada sucursal, de un regalo especial para cada Champion, en reconocimiento por su rol fundamental en el despliegue y en contagiar el entusiasmo a todos.

En el **grupo Champions Naranja**, realizamos un posteo de agradecimiento, para cada uno de los Champions que hicieron posible que, solo en el día del lanzamiento, hubiera más de 2000 activaciones. Cada uno de los Champions compartió imágenes de la llegada de Workplace en su sucursal. Con el correr de los días este fue el principal medio de consulta, ante situaciones de error de la plataforma, y dudas sobre su utilización.

• Evaluación

La implementación de una nueva herramienta de Comunicación Interna marca un hito en la historia de la organización que la adopta. Pero para que este hito sea considerado positivo, el plan de comunicación empleado, debe funcionar a la perfección. Entendiendo la responsabilidad de lanzar Workplace, nos enfocamos en un plan de comunicación, que representaba la **alegría, agilidad y horizontalidad** que pretendíamos mostrar. Y es así que el plan resultó ser un éxito. Tomamos cuatro ejes: 1) Mensajes claros y directos. 2) Trabajo en equipo con los Champions. 3) Migración de las comunicaciones importantes a Workplace desde el primer día. 4) Celebración de lanzamiento en simultáneo para todo Naranja.

Como resultados generales del plan de comunicación, el día del lanzamiento **logramos más de 2000 activaciones**, y **alrededor de 200 posteos con fotos**, solo en el **grupo Todo Naranja** (donde están todos los Colaboradores incluidos).

En la primera semana desde su lanzamiento el **70% (más de 2400) de nuestros Colaboradores, habían activado su perfil** y, espontáneamente, crearon **más de 160 grupos** de trabajo en base a necesidades genuinas de información. El resultado en la adopción está marcado principalmente por el trabajo de comunicación realizado con los Champions.

Haciendo una mirada retrospectiva del proceso de implementación y el diseño de un plan de comunicación que acompañe la adopción orgánica por parte de los Colaboradores, estamos convencidos de **que el éxito y la innovación del plan de comunicación estuvieron determinados por la decisión de "darle voz a otros"**. A diferencia de los planes de comunicación tradicionales, no hubo mensajes que bajaban en cascada a través de los Líderes. Decidimos darle voz los Colaboradores, que se convirtieron en protagonistas. Ellos recibieron información clave para el uso de la herramienta, la potenciaron, la adaptaron a su necesidad, y contagiaron a sus pares y superiores esta cultura colaborativa. Esto se deja ver en la manera en que hoy toda la organización usa Workplace para co-elaborar soluciones más ágiles, preguntar, compartir información y trabajar mejor en equipo.

Sin lugar a dudas, esos protagonistas, nuestros Champions, fueron la pieza fundamental y la decisión clave del plan. Hicieron posible que la implementación de la herramienta sea un éxito.