

Las herramientas digitales como aliados en la cultura. TICSA





Contexto...

- TICSA se formó como una empresa familiar y para 2019 siendo parte de EPM tenía muchos retos,, entre ellos desarrollar el área de comunicación interna:
 - Crear plan de trabajo.
 - Acercar a los sitios de trabajo.
 - Crear canales bidireccionales / escuchar a los colaboradores.
 - Impulsar valor de marca.



¿Cómo empezamos?

- Se apostó por dar empuje a la red social corporativa
 - La plataforma contaba con 229 personas registradas (45% de nuestra población) y tan solo 129 usuarios se encontraban activos.
- Dividimos el contenido en tres grandes rubros





¿Cómo empezamos?

Pertenencia

 Publicaciones con el objetivo de hacerles saber que no solo reconociamos su trabajo sino importancia que tienen para la compañía

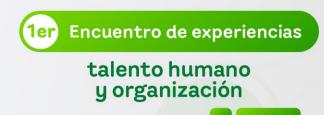
Acercamiento

 Secciones para cada sitio de trabajo: compartir su día su día a día, las actividades más importantes, contar un poco más de ellos y crear interacción.

Cultura

 Reforzar la campaña "Nuestra Filosofía": Valores, misión, visión.

Aumentó un 15% los usuarios activos en los primeros 3 meses



Nos transformamos...

• Con la pandemia orientamos la plataforma a un canal donde compartimos información de salud.

• Necesidad de los colaboradores por tener contacto: acompañamiento psicológico, esparcimiento y conexión con otros usuarios.

Nace InteracTICSA.





INTERACTICSA

Sesiones virtuales donde los mismos colaboradores daban clases de: zumba, guitarra, dibujo digital, cocina .

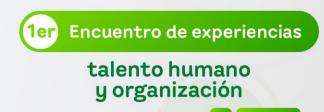
"La hora de la botana".

Dinámicas con motivos de festividades durante el año como el Día del niño, Día de Muertos y Navidad.

Activación Física y cuidado psicológico

Un 83% de participación de todos los usuarios "Mejor Iniciativa de Employee Communications"





Crecimiento Organizacional

• Realizamos un diagnóstico: mucha información, muchos cambios y poco espacio/tiempo para consultar la red social.

- Trazamos un nuevo camino:
 - TICSANET
 - Red Social encaminada a reconomientos entre pares con motivo de nuestros valores organizacionales.





TICSA Rewards - Reconociendo tu esfuerzo

Primer Beneficio para todos

- Reconocimientos por desempeño, trayectoría, actitudes y aptitudes, así como por vivir la cultura.
- Retomar el sentido de pertenencia.

Valor de Marca

 Moneda de fantasía llamada "Achipoints" en honor a nuestra mascota.

Descuentos / Canjes

- Descuentos y promociones con red de comercios, servicios y productos.
- Beneficio extra.





Impacto en 1 año

- 1648 beneficios que son revisados por los usuarios.
- +500 códigos para descuento de servicios y productos
- +800 usuarios con puntos para redimir.
- +1,000 reconocimientos entre pares y organizacionales con un impacto de 3.48K.
- +1,000 acreditaciones en nuestros usuarios.



Lecciones aprendidas

Renovar o Morir

- Actualización continua de la estrategía ya que no es lineal.
- Replantear las veces que sean necesaria.
- Los materiales caducan manera rápida.

Empatizar desde la necesidad

- Detenernos a escuchar sus necesidades, intereses y curiosidades.
- Las ideas que tenemos deben venir no sólo desde la innovación sino de la escucha activa de nuestro público.

Desarrollo por por fases

- Un plan ambicioso para realizarlo en una sola jugada no es sustentable.
- Crear etapas te ayuda a poder crear un diagnóstico del proceso.

Claridad en los procesos

- Permite reconfigurar las técnicas y herramientas para llegar a las metas deseadas.
- Para poder llegar a la automatización.