



CONVIRTIENDO A LOS EMPLEADOS EN EMBAJADORES DE MARCA

BO GROW/TH



**GENERALITAT
VALENCIANA**

ivACE
INSTITUT VALENCIÀ DE
COMPETITIVITAT EMPRESARIAL



UNIÓN EUROPEA
Fondo Europeo de
Desarrollo Regional

Una manera de hacer Europa

CEEI
VALENCIA
CENTROS EUROPEOS DE
EMPRESAS INNOVADORAS

“Proyecto cofinanciado por los Fondos FEDER, dentro del
Programa Operativo FEDER de la Comunitat Valenciana 2014-2020”



CUANDO CAMBIAS LA FORMA DE
VER LAS COSAS, LAS COSAS QUE
VES CAMBIAN

MAX PLANCK

UN ENFOQUE PARA LAS PERSONAS DESDE LAS PERSONAS...



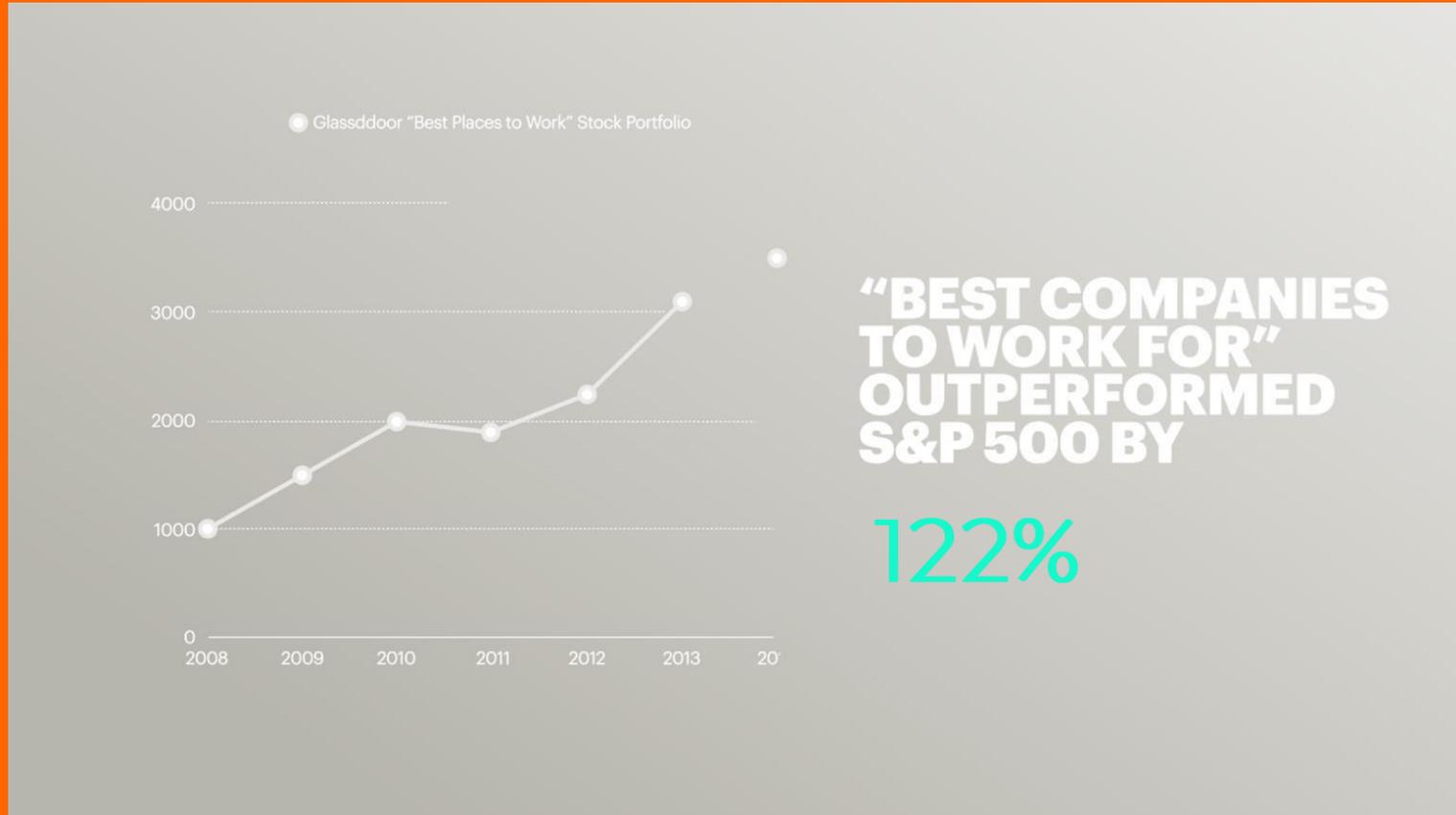
**-POWER-
OF PEOPLE**



LAS PERSONAS SON LA CLAVE



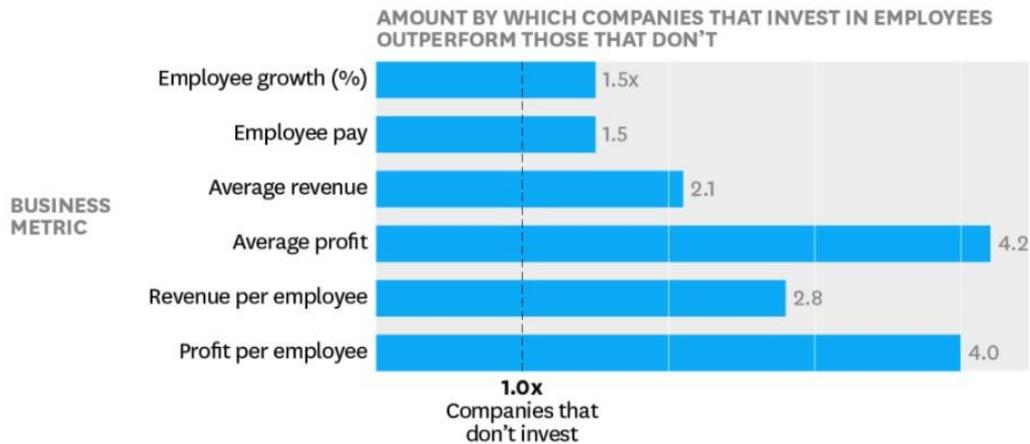
PONER A LAS PERSONAS EN EL CENTRO ES PARTE DE LA ESTRATEGIA CORE DE NEGOCIO EN MUCHAS COMPAÑIAS TOP DEL MERCADO



Y PARA ELLO ES NECESARIO PONER FOCO
EN COMO SIENTEN, VIVEN, TRABAJAN,
COMUNICAN SU EMPRESA....

Companies That Invest in Employee Experience Outperform Those That Don't

They're four times as profitable, according to an analysis of 250 organizations.



EMPLOYEE
EXPERIENCE
DESIGNER

EXPERIENCE
ARQUITECT

Chief Happiness Officer

Talent Shaker

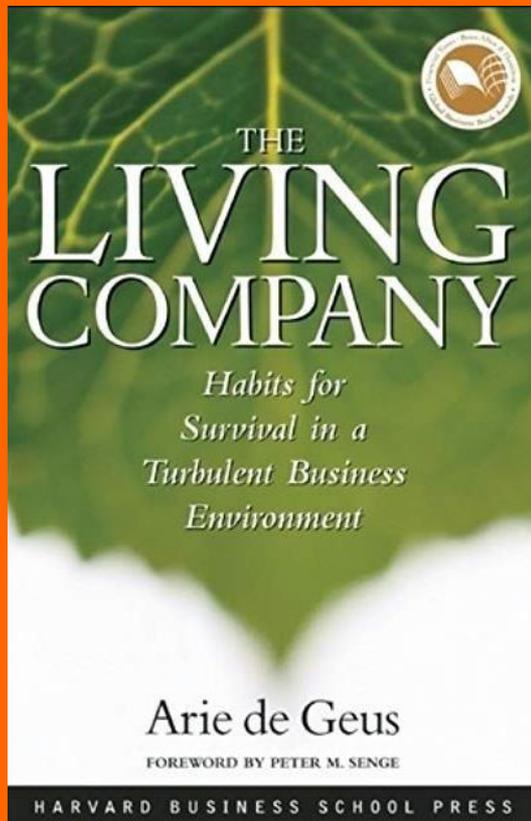
Y ESTO DE LA EX (EMPLOYEE
EXPERIENCE)....
¿POR QUÉ ES TAN NECESARIO?



1

LA DISRUPCIÓN ES PERMANENTE, POR
LO QUE LA NECESIDAD DE
TRANSFORMACIÓN CONTINUA ES
INEVITABLE

TRABAJAMOS EN ORGANIZACIONES VIVAS DONDE SU CULTURA Y VALORES TAMBIÉN DEBEN EVOLUCIONAR



- Sensibilidad por el mundo que nos rodea
- Conciencia de identidad
- Tolerancia ante nuevas ideas
- Valorar personas, no activos
- Organizarse para nunca dejar de aprender
- Crear comunidades de práctica

3

LA CULTURA SE COMO A LA ESTRATEGIA PARA DESAYUNAR

PETER DRUKER

LA CULTURA FORMA PARTE DE UN GRAN ECOSISTEMA DE COMPORTAMIENTOS,
CREENCIAS Y ACTITUDES QUE ES DETERMINANTE PARA MOVILIZAR Y
TRANSFORMAR CUALQUIER COMPAÑÍA

4

LA VERDADERA INNOVACIÓN,
ADAPTACIÓN AL ENTORNO, GESTIÓN DE
LA REPUTACIÓN... COMIENZA POR LA
MANERA EN LA QUE TRATAMOS A
NUESTROS EQUIPOS

5

LA CONFIANZA DE
MARCA ES EL EJE
PRIORITARIO
PARA EL 88% DE
LOS MARKETERS



Credibilidad

La competencia y legitimidad de nuestra marca



Relevancia

La capacidad de nuestras marcas para ser relevantes en la vida diaria de nuestros consumidores



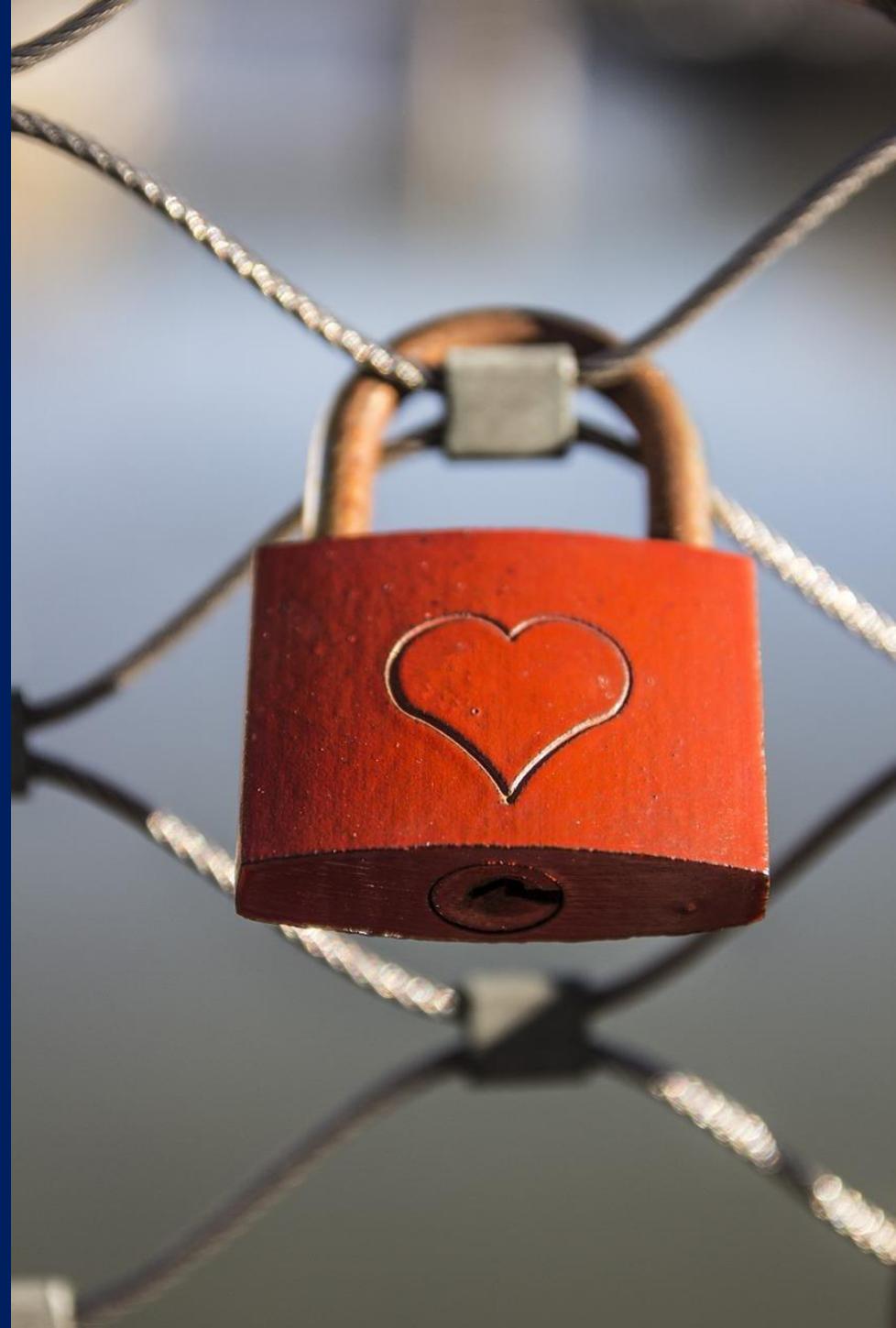
Confiabilidad

Nuestra capacidad de entregar nuestro producto o servicio de manera consistente y conveniente

Fuente: El Publicista - <https://www.elpublicista.es/tendencias-marketing-comunicacion-comercial-para-2019/confianza-marca-eje-prioritario-para-88-marketers>



ENTONCES...COMO
GENERO/ MANTENGO
'LOVE ENGAGEMENT'
CON MI CULTURA
IDENTIDAD DE
MARCA?



APRENDIENDO DEL MARKETING



INBOUND

NUEVOS CANALES DE TALENTO

NEW LEARNING
y gamificación

NEW RECRUITING
y los nuevos canales de talento

IA & ROBOTICS
y el talento del futuro

ORGANIZACIÓN ÁGIL

PEOPLE ANALYTICS
y la decisión basada en datos

EQUIPOS LÍQUIDOS
y nuevos modelos organizativos multi-velocidad

NUEVAS FORMAS DE TRABAJAR
y escalado ágil

CULTURA DIGITAL

NUEVOS ESPACIOS
y oficinas corporativas WOW

EXPERIENCIA DIGITAL
y procesos employee-centric

GESTIÓN DEL CAMBIO DIGITAL
y adaptación a lo nuevo

GROWTH



DE 'DESCONOCIDO' A EMBAJADOR DE MARCA



ATRAER

Despertar el interés



CAPTAR

Transformar el interés en
'intención'



ENAMORAR

Convertir a los potenciales
candidatos en embajadores de
marca



DESCONOCIDO



VISITANTE



CANDIDATO



EMPLEADO



EMBAJADOR



¿POR DONDE EMPEZAMOS?
POR PROPONER VALOR DESDE EL
EMPLEADO - SERVICE DESIGN



APROVECHAR EL TALENTO DIFERENCIAL



Digital Eagles
Build your digital skills with
us



COMPORTAMIENTOS CORPORATIVOS ALINEADOS A LA CULTURA

StarMeUP CS Inicio Productos Sobre Nosotros Blog Ingresar Conoce más ES

StarMeUP



GOOD JOB!

Diego Molinari
Communication Analyst

CONSTANTLY INNOVATE

¡Gran trabajo para el evento de New York Converge!

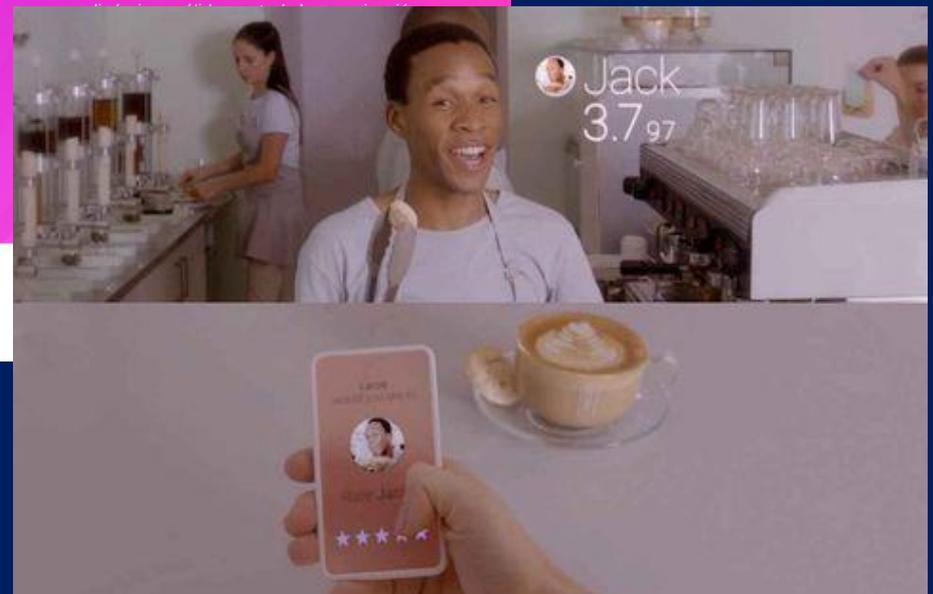
Hace 3 días

Enviado por Amalia Velasco

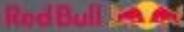
ver comentarios

Súmate a la revolución de la cultura

Observa cómo cobran vida los valores de la compañía a través de nuestra plataforma de cultura digital. Aumenta la motivación y el compromiso de los empleados mientras recopilas métricas valiosas sobre cómo generar



MOVILIZAR, INVOLUCRAR Y HACER PARTÍCIPES



Todos los puestos

THE ART OF MUSKETEERING

Los mosqueteros son la personificación de la marca en el negocio de On Premise de Red Bull

COMPARTIR



Ser dueño de la noche

Relaciones a largo plazo.

Entusiasmo por la marca.

The image is a promotional graphic for Red Bull. At the top left is the Red Bull logo. In the top right corner, it says 'Todos los puestos'. The main title 'THE ART OF MUSKETEERING' is in large white letters. Below it, a subtitle reads 'Los mosqueteros son la personificación de la marca en el negocio de On Premise de Red Bull'. A red button with the word 'COMPARTIR' is centered. Below this is a dark blue section with three white icons: a person with a globe, a person with a network of circles, and a person with a thought bubble. Under each icon is a red text label: 'Ser dueño de la noche', 'Relaciones a largo plazo.', and 'Entusiasmo por la marca.'.



NUESTRO POTENCIAL NO TIENE
LÍMITES, SON NUESTRAS METAS LAS
QUE NOS LIMITAN

GRACIAS

MIGUEL PEREZ MINGUEZ

mperez@bogrowth.es

BO GROWTH