

@workplace
by facebook

+

gA

+



=



Categoría 7: Comunicación interna

Título del programa: Loves is in the Air! Campaña de lanzamiento de Workplace para gA & Parabolt

Compañía: gA

Departamento a cargo: Equipo de Marketing & Communications

Responsables: Alejandra Fehrmann, Katherin González, Florencia Ivanic, Rómulo Cañete, Ximena Gastelum, Soledad Paniego, Maximiliano Fuentes

Un twitt que identifique y defina el propósito del programa: Una campaña para enamorar a nuestros colaboradores y potenciar nuestro Ecosistema Digital #Colaborar #Conectar #Potenciar

Introducción

Una compañía no puede crecer y transformarse sin sus colaboradores. Esta afirmación engloba muchas cosas y, entre ellas, está el darle un espacio que empodere y ayude a replicar sus pensamientos, sus inquietudes y sus ideas. **Es que una compañía no es ni más ni menos que los colaboradores que la forman. Son la expresión de su Cultura.**

Somos gA, una compañía global de tecnología que ofrece servicios de transformación y plataformas digitales para empoderar empresas en la Era Digital. Contamos también con Parabolt, nuestra propia incubadora de ideas innovadoras y productos disruptivos. Entre ambas compañías –cada una con una cultura, look & feel y tono de voz diferentes– somos un equipo de más de 1300 personas trabajando en diferentes locaciones, y muchos de forma remota desde oficinas de clientes. Entonces, ¿qué sería de nosotros si nuestros colaboradores no pudieran conectarse, colaborar entre ellos y potenciarse? Ellos son el grupo más importante, los que están frente a nuestros clientes: **ellos son nuestra Voz.**

A fines de 2018, comprendimos que era necesario revolucionar la forma en que nos comunicábamos y ofrecer una herramienta que no sólo nos sirviera para conectarnos, sino que también nos ayudara a fortalecer nuestro gen emprendedor –que vive dentro de cada uno de nuestros colaboradores– veloz y eficientemente. Desde el equipo de Marketing & Communications elegimos lanzar Workplace para nuestras 10 oficinas y para los colaboradores de Parabolt. Queríamos que todos sintieran lo mismo que sentimos nosotros al conocer esta plataforma; fue entonces que nos preguntamos: **¿por qué no hacer que Workplace los enamore a ellos?**

Estrategia

Bajo nuestro lema “*Creamos Ecosistemas Digitales*”, en septiembre de 2018 decidimos reforzar esta idea internamente. Trabajar en ecosistemas es abrirse a colaborar, enriquecerse del conocimiento, talento y habilidades externas para potenciar las propias. De la misma forma quisimos mostrar cómo, entre todos, podemos potenciarnos estando más y mejor conectados.

Contábamos con experiencias previas. La última había sido Gain, nuestra plataforma colaborativa (desarrollada por el proveedor Jive), lanzada en 2012 y que, hasta fines de 2018, contaba sólo con la participación activa del 10% de la compañía. Era poco práctica, no orientada a la experiencia del usuario y que terminó convirtiéndose en un content manager. Además, los canales de comunicación interna de gA y Parabolt eran muy diversos y no estaban definidos correctamente en su uso. El correo electrónico era el principal medio de comunicación, pero también se utilizaban carteleras, pantallas y newsletters. No había una estrategia clara de comunicación ni de relacionamiento con los colaboradores, con lo cual la diversidad de mensajes, estilos y formatos muchas veces confundían más de lo que informaban.

Luego de un análisis global, la conclusión fue muy simple: necesitábamos una herramienta que se adoptara fácilmente en todos los mercados, multilingüe, que nos permitiera conectarnos sin límite, que no se centrara únicamente en la comunicación sino que fuera una verdadera plataforma colaborativa.

La elección debía recaer en una solución digital que realmente se convirtiera en un aliado y que nos permitiera seguir potenciando nuestra idea de “Ecosistemas Digitales”. En una compañía cuyo activo más importante es el conocimiento, contar con una herramienta que genere verdadero engagement con los colaboradores es clave para entregar productos y servicios de alta calidad. Finalmente **Workplace**, la plataforma colaborativa de trabajo desarrollada por Facebook, fue la elegida. Ahora venían nuevos desafíos de lanzamiento, lograr rápida capilaridad y aprendizaje. Necesitábamos empezar 2019 utilizando la plataforma, y establecimos el 2 de enero de 2019 como el día oficial o “Día D”. Una fecha desafiante teniendo en cuenta que la mayor parte de nuestros colaboradores se encontraría de vacaciones o con días libres para celebrar las Fiestas. Sin embargo, no dimos marcha atrás: Workplace debía llegar lo antes posible.

Queríamos que la plataforma fuera un éxito desde el principio y, al mismo tiempo, conservar todo el conocimiento que estaba alojado en Gain, dos tareas distintas e igual de importantes. Entre octubre y noviembre (tres meses antes del lanzamiento) nos encargamos de preparar todo. Conservamos el contenido de valor alojado en Gain haciendo una curación profunda: descargamos, analizamos y recuperamos más de 3GB de material que se había creado a lo largo de los seis años que se usó, y lo distribuimos entre los equipos correspondientes para asegurarnos que nada se perdiera. Además, sumamos a todo el Management Corporativo de ambas compañías para que conocieran la herramienta, interactuaran con ella y aprendieran de primera mano cómo aprovecharla con sus equipos, clientes y proveedores. Creamos las cuentas corporativas de gA y Parabolt para canalizar la información institucional, y abrimos dos grupos de ayuda: **Todo sobre Workplace** (para compartir material de uso y tips) y **Consultas Workplace** (para dejar dudas sobre la herramienta). Finalmente, buscamos que nuestros colaboradores encontraran desde el principio información y material útil: creamos y cargamos contenido de valor previo al lanzamiento, como material institucional, grupos por región y por país para compartir información relevante para cada oficina, y datos de la plataforma para aprender a utilizarla.

Nos adelantamos a los siguientes meses y extendimos nuestro concepto “*Creamos Ecosistemas Digitales*”: invitamos a líderes de otras compañías que utilizan Workplace para que nos contaran qué fue lo que los convenció para utilizar la plataforma y a darnos tips para un mejor uso. En menos de tres semanas, en una producción propia de videos –previa a Navidad– sumamos las voces del CEO de Norte América de Danone, y de los Directores, Gerentes y líderes de Comunicaciones y Recursos Humanos de Natura (Argentina), Telefónica (Global), Edelman (Brasil) y Hoteles City (México). Queríamos mostrar a nuestros colaboradores que elegimos una herramienta que enamoró a otras grandes empresas del mundo, a la vez que reforzamos nuestra idea de conectar, compartir y colaborar, para seguir creando Ecosistemas Digitales.

Workplace ya estaba lista para presentarse como la plataforma de colaboración y conexión de gA y Parabolt. ¿Pero lo estaría nuestra Gente? El desafío pasó a ser otro: era necesario que todo el talento se sumara rápidamente y utilizara Workplace de forma activa desde el primer día. Pusimos como objetivo lograr que, a los 6 meses del lanzamiento, el 80% de la compañía estuviera dentro de la plataforma. Esto significaba que entre enero y junio de 2019 al menos 1000 personas repartidas entre Argentina, Brasil, México, Colombia, Chile, Estados Unidos, España y Bruselas (y todas en diferentes puntos dentro de cada país) crearan su perfil y utilizaran Workplace como una herramienta más de trabajo. ¿Cómo lograr que todas las virtudes de una plataforma digital atraparán a todos los colaboradores desde el primer día? ¿Qué podíamos hacer para que todos sintieran tanta curiosidad por Workplace como nosotros?

Así, le dimos vida a una idea completamente nueva en la compañía: queríamos que Workplace enamorara en primera persona a cada uno de nuestros colaboradores. Y la mejor forma era, sin dudas, dejar que Workplace hablara por sí mismo. Creamos la campaña global **“Love is in the air”**, en la que Workplace cobraría vida e intentaría conquistar a las compañías dando comienzo a un amor digital.

Desarrollo y lanzamiento

La campaña se dividió en tres partes, cada una con un objetivo diferente. Durante la primera etapa queríamos generar curiosidad y misterio, explicando la llegada de Workplace a gA y Parabolt. La segunda parte, que incluía el lanzamiento, se trataría la revelación y el triunfo de Workplace en sus intentos de enamoramiento. Finalmente, en la tercera parte, el objetivo era reforzar la idea de Workplace como plataforma de colaboración. Desde el 17 de diciembre hasta el 15 de febrero, los colaboradores de gA y Parabolt vivieron una experiencia que sin dudas los conquistó.

- **La previa | Declaración de amor**

Si Workplace fuera una persona enamorada, lo primero que haría sería confesar su amor. Fue por eso que la acción disparadora fue el envío de un mail global en tres idiomas (español, inglés y portugués) el 17 de diciembre, en el que Workplace admitía estar perdidamente enamorado y que, para demostrarlo y conquistarnos, durante los siguientes días gA y Parabolt se encontrarían con varias sorpresas.

A partir de ese envío y hasta el 28 de diciembre, los colaboradores en Argentina, Chile, Colombia, México, Brasil y Estados Unidos fueron agasajados con varias sorpresas: entregamos mensajes halagadores en los escritorios con frases románticas, escondimos golosinas en los puestos de trabajo, y decoramos las oficinas con globos, corazones y flores. La gente se preguntaba qué sucedía y se alegraban con las sorpresas (incluso algunos lo compartieron en sus perfiles personales de redes sociales). Cumplimos el primer objetivo: llamar la atención de nuestros colaboradores e interesarlos en lo que se venía.

- **El lanzamiento | Triunfó el amor**

El 2 de enero 2019, día del lanzamiento oficial, quisimos seguir celebrando el amor. Como buen enamorado exagerado, Workplace celebró su triunfo sin pasar desapercibido: en todas las oficinas

nuestros colaboradores se encontraron con una gráfica gigante en las recepciones que anunciaba el triunfo del amor y la llegada Workplace. Decoramos los espacios comunes anunciando la conquista. En medio de ello, un camino de pétalos de rosa guiaba a mesas de ayuda, en donde personas del equipo de Marketing & Communications resolvían dudas y compartían los beneficios. El amor tiñó de rojo y se coló en cada espacio viralizándose a lo largo del día.

La plataforma se habilitó instantáneamente con un mensaje de bienvenida y agradecimiento. Para que nadie quedara fuera de la celebración, creamos un screensaver contando el triunfo de Workplace e invitando a todos a sumarse y a conocer más. La gente empezó a sumarse haciendo posteos y completando sus perfiles: poco a poco comenzaron a reconocer el valor de contar con una plataforma así.

A pesar de ser una fecha desafiante por la época, al final de la primera semana de implementación el 40% de los colaboradores ya se habían registrado en Workplace y se habían creado más de 130 grupos.

- **La difusión | Un amor que sigue creciendo**

Desde ese momento nos encargamos de seguir motivando a todos los colaboradores. Realizamos una serie de entrenamientos, on-site y online, a lo largo de un mes y abierto a todos. Durante dos horas presentábamos la herramienta, explicábamos su función y contábamos cuáles eran las mejores prácticas para adoptar en relación a la configuración de perfiles, creación de grupos y posts. También motivamos la creación de grupos no sólo para proyectos de trabajo, sino también para encontrar un espacio de conexión y vínculo con otros. Lo mejor era realizar prácticas y dinámicas en vivo: en cada entrenamiento se invitaba a los participantes a completar sus perfiles en el momento y subir luego una foto en el grupo **Training WP**, con el hashtag #TrainingWP, generando más engagement con la plataforma. Sobre el cierre realizábamos un sorteo quienes habían subido una foto con el hashtag. La creatividad no se hizo esperar: hubo muchas selfies, fotos en grupo de los desayunos que compartimos y hasta algunos recuerdos de otros encuentros. Al finalizar el taller, cada participante recibía un certificado digital. Entre el 11 de enero y el 15 de febrero, realizamos un total de 13 entrenamientos en tres idiomas.

Además, a través de las cuentas corporativas de gA y Parabolt compartimos datos sobre la evolución de la herramienta: cantidad de colaboradores que se habían sumado, grupos más activos, datos y tips a tener en cuenta, incluso creamos un grupo llamado Friendly Friday para compartir memes y recomendaciones de temas no relacionados al trabajo (como películas, canciones y series).

Llegó el 14 de febrero, Día de los Enamorados, y, como no podía ser de otra forma, Workplace quería expresar una vez más sus sentimientos. Con el objetivo de reforzar sus beneficios, del 11 al 15 de febrero nos embarcamos en la **“Semana del Amor”**, un concurso global en el que nuestros colaboradores debían subir una foto con su momento más romántico, utilizando los hashtags #LoveIsIngA y #LoveIsInParabolt. Participaron todas nuestras oficinas, con fotos actuales y viejas, en pareja o solteros, románticas y cómicas; nuevamente, la creatividad no se hizo esperar, y seleccionamos tres ganadores en base a la cantidad de likes recibidos. Fue una celebración al amor

que nos permitió cerrar esta etapa, y en la que quedó muy claro que Workplace nos había enamorado.

Esa misma semana anunciamos en nuestras cuentas de redes sociales externas lo que ya era un hecho puertas adentro: Workplace había conquistado a Parabolt y a gA. Los posteos, nada convencionales para una compañía con nuestro perfil, se realizaron en [LinkedIn](#) e [Instagram](#) (cuentas de gA), y en [Twitter](#) (cuenta de Parabolt). También compartimos los entrenamientos realizados: [Twitter](#) y [LinkedIn](#) (gA), [Twitter](#) (Parabolt) impactando a más de 32.000 personas.

Resultados

Con el cierre de la campaña “**Love is in the air**”, era hora de ver qué resultados teníamos al momento para seguir reforzando. Lo que logramos superó ampliamente nuestras expectativas: apenas habían pasado dos meses del lanzamiento oficial, y ya se había sumado el 83% de nuestros colaboradores (es decir, que crearon su perfil). En el primer trimestre ya se habían realizado más de 3000 publicaciones superando las 14.000 reacciones y los 2000 comentarios. Métricas que esperábamos recién alcanzar como objetivo en el segundo trimestre de uso de la plataforma.

Hoy, habiéndose cumplido el sexto mes desde el lanzamiento, estamos orgullosos de decir que el **93% de nuestros colaboradores han creado su perfil en Workplace y el 84% son usuarios activos** (participan creando contenido, reaccionando y/o comentando). Nuestra intención de reforzar el ecosistema digital dentro de gA y Parabolt es también una realidad. Nuestros colaboradores utilizan Workplace día a día: el 70% accede a través de sus celulares; el 89% utiliza el Workchat en su celular. Se crearon más de 160 grupos de diferentes categorías y estilos (equipos, proyectos, mercados, ideas, creatividad, entretenimiento, etc), de los cuales el 48% están activos al mes. Workplace sigue creciendo y logrando que -sin importar el país, la diferencia horaria, el idioma- todos estemos conectados y potenciando nuestro Ecosistema Digital de trabajo.

Como mencionamos antes, una compañía no puede crecer y transformarse sin el compromiso e involucramiento de su Gente. Los colaboradores de gA y Parabolt se han sumado a este nuevo desafío mucho antes de lo que nos atrevimos a imaginar. Es que sin lugar a dudas, *love is in the air*.