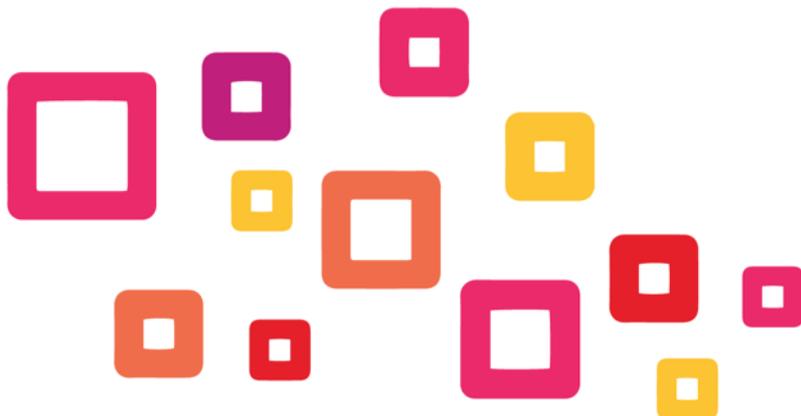


Cre@

SUBUNIDAD 4.3

Evolución de los/las empleados/as

Comunicación interna
Estudio de caso



Introducción

Este estudio de caso es la continuación del estudio de caso de la actividad 4.2.4 (marca, identidad corporativa, logo). Supongamos que ya has desarrollado satisfactoriamente una identidad corporativa, un logo y los elementos básicos de marca para la empresa DYNA SEAL GmbH. El siguiente paso es desarrollar las ideas que servirán de base para plantear la estrategia de marketing.

Descripción de la situación

Tu empresa

Trabajas en una agencia de publicidad especializada en la presentar de forma simple asuntos complejos. Cuenta con 10 empleados/as. El equipamiento técnico está actualizado y permite implementar todas las soluciones posibles. Aunque se considera que la empresa es muy innovadora, cada vez es más complicado encontrar empleados/as que se adapten a las necesidades de la empresa. Además, la presión ejercida por la competencia es cada vez mayor, y ha habido varios intentos de copiar los servicios.

Grupos objetivo

Los grupos objetivo de la empresa son, sobre todo, las empresas del sector de la manufactura. En los últimos tiempos, la empresa se ha centrado más en las representaciones y soluciones del ámbito de la industria 4.0. No hay duda de que quieren ser parte de esa tendencia.

Tareas

La nueva plataforma de formación interna

Tú eres el/la responsable de la educación y formación interna de la empresa. En el contexto arriba mencionado, tienes que hacer frente a la siguiente situación: en las sesiones formativas del año pasado, te diste cuenta de que, cada vez más a menudo, los/as empleados/as ya habían adquirido con anterioridad los conocimientos impartidos en las formaciones internas, especialmente en algunos ámbitos de la digitalización. En vista de ello, está claro que esa base de conocimiento interno debería compartirse y poner a disposición del resto de los/as empleados/as. Para ello, sería fundamental una mayor comunicación apoyada por una plataforma de formación interna. El principal problema es la falta de motivación que muestran los/as empleados/as a la hora de compartir su conocimiento con el resto. Además, el diseño de la plataforma debe garantizar que los/as empleados/as quieran utilizarla con ganas.

Tus tareas

La semana que viene tendrás la oportunidad de presentar tus primeras propuestas de desarrollo de una nueva plataforma de formación interna. Estas son las condiciones generales que tienes que tener en cuenta:

1. La plataforma tiene que ser muy intuitiva.
2. La propia estructura de la plataforma tiene que motivar a los/as empleados/as a usarla.
3. Tiene que poder identificarse claramente cuál es el beneficio que obtienen los/as empleados/as que deciden incorporar sus conocimientos a la plataforma.
4. La plataforma debe incluir llamadas a la acción (CTA) o elementos que motiven a los/as empleados/as a investigar en profundidad algunos temas.
5. La nueva plataforma también tendrá el objetivo de instaurar nuevas formas de comunicación en la empresa. Estos enlaces de Internet pueden ser de utilidad con respecto a las CTAs:

<https://www.crazyegg.com/blog/call-to-action-examples/>

<https://www.process.st/call-to-action-examples/>

<https://www.youtube.com/watch?v=LU5R0xmtJ8s>

<https://www.youtube.com/watch?v=fMLyrcPUGxk>

También hay que realizar las siguientes tareas específicas:

1. Desarrollar una estructura básica para la nueva plataforma de formación interna.
2. Desarrollar tres ideas para proponer nuevos canales de comunicación con aplicación mediante la plataforma que difieran de los canales de comunicación tradicionales (p.e.: el email).
3. Crear una infografía que ilustre los principios de las CTAs.
4. Desarrollar tres CTAs concretas que motiven a los/as empleados/as a usarlos.
5. Desarrollar cuatro actividades que motiven a los/as empleados/as a compartir su conocimiento mediante la plataforma.

Resume todas las tareas en una presentación de Power Point. Si quieres, puedes subirla a la plataforma.