

BVS

Conocimiento
& Tecnología

Proyecto Modelo de Comunicación Interna

BVS

01

Introducción

BVS

A partir del trabajo realizado durante el año, detectando las oportunidades que surgieron en el diagnóstico de **Comunicación Interna de BVS**, se propone acompañar y dar soporte al área de RRHH y CI para llevar a cabo algunas de las acciones sugeridas, seleccionando aquellas que cumplan con **criterios de factibilidad, impacto y alineación con la estrategia de BVS.**

OBJETIVO GENERAL

Definir un **modelo estructural de comunicación interna** e implementar un plan de acciones a partir de diciembre de 2021 que contribuya a la estrategia general del negocio de BVS

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

01

Convertir al plan de CI en una herramienta potente para convocar a los colaboradores a las metas y visión de la compañía.

02

Definir una estructura de comunicación interna unificando el mensaje, que permita construir la imagen deseada y sostenerla a lo largo del tiempo.

03

Promover una única visión, valores comunes y la búsqueda de objetivos exitosos.

04

Manejar estratégicamente los flujos de información.

05

Definir las audiencias internas y los mensajes clave.

06

Reforzar liderazgos, especialmente en los mandos medios, ejes de la comunicación en una organización.

CLAVES PARA UNA CI EFICIENTE

- Democratizar la información.
- Generar canales de comunicación continuos y fluidos.
- Personalizar la información.
- Identificar las audiencias internas.
- Informar para influir.
- Desarrollar cambios relevantes y difundirlos, animando a todos los colaboradores.
- Monitorear constantemente las necesidades de las audiencias.
- Apoyar a colaboradores/voceros/líderes en el mejoramiento de sus habilidades comunicacionales.

PREGUNTAS CLAVE

01 ¿A quién se intenta influenciar a través de la comunicación interna?

- ▶ Principalmente a líderes, mandos medios y empleados de BVS. Es decir, a todos los integrantes de BVS, teniendo en cuenta las inquietudes de cada uno.

02 ¿Qué es lo que queremos que hagan como Resultado de esta comunicación?

03 ¿Cómo se espera que la comunicación actúe para conseguir esto?

PREGUNTAS CLAVE

01 ¿A quién se intenta influenciar a través de la comunicación interna?

02 ¿Qué es lo que queremos que hagan como **Resultado de esta comunicación?**

03 ¿Cómo se espera que la comunicación actúe para conseguir esto?

- ▶ Queremos que se conozcan entre sí, que participen de las actividades y acciones, que se integren comunicacionalmente y que se reconozcan como agentes protagónicos para el óptimo funcionamiento de la compañía.

PREGUNTAS CLAVE

01 ¿A quién se intenta influenciar a través de la comunicación interna?

02 ¿Qué es lo que queremos que hagan como Resultado de esta comunicación?

03 ¿Cómo se espera que la comunicación actúe para conseguir esto?

- ▶ A través de una planificación de actividades y acciones a largo plazo donde confluyan todas las voces de manera constante e integrada.

02

Modelo de Comunicación Interna

BVS

Este esquema tiene como función la aplicación de la pieza comunicacional (gráfica, audiovisual o textual) a través de las siguientes cinco variables:



EJES

Aquello que la compañía es o quiere ser, lo que quiere inspirar en otros haciéndolos parte.



MENSAJES CLAVE

Forma de impulsar e influir en los equipos para potenciar sus capacidades en el cumplimiento de los objetivos de la organización.



AUDIENCIA

Acompañamiento de los colaboradores en su recorrido por la compañía.



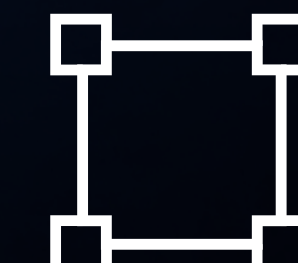
TONO

Valoración de los logros, tanto personales como grupales, con medidas económicas o humanas.



CANALES

Definición del marco estructural sobre el que la compañía se desarrolla.



FORMATOS

Detección del modo de comunicar las diferentes piezas.

Ejes comunicacionales



IDENTIDAD

Aquello que la compañía es o quiere ser, lo que quiere inspirar en otros haciéndolos parte.



LIDERAZGO

Forma de impulsar e influir en los equipos para potenciar sus capacidades en el cumplimiento de los objetivos de la organización.



DESARROLLO

Acompañamiento de los colaboradores en su recorrido por la compañía.



RECONOCIMIENTO

Valoración de los logros, tanto personales como grupales, con medidas económicas o humanas.



ORGANIZACIÓN

Definición del marco estructural sobre el que la compañía se desarrolla.

Mensajes Clave

▶ Estos mensajes por eje buscan reflejar aquello que deseamos ver de forma aspiracional en la comunicación:



IDENTIDAD

- Somos inspiración
- Somos una comunidad
- Somos valores
- Somos éticos y transparentes
- Somos una red que reconoce a su par
- Somos integradores



LIDERAZGO

- Acompañamos el crecimiento de cada colaborador
- Fortalecemos las habilidades de cada uno
- Somos cercanos y firmes
- Escuchamos y fortalecemos vínculos de transparencia y diálogo
- Generamos un marco de confianza para tomar decisiones



DESARROLLO

- Somos una compañía que crece junto a sus colaboradores
- Somos un equipo de profesionales diversos, con diferentes habilidades, pero con un objetivo en común.
- El crecimiento profesional y personal, como base de BVS
- Innovamos con nuestros profesionales
- Planificamos para generar oportunidades



RECONOCIMIENTO

- Conocemos a cada colaborador de BVS
- Retribuimos el esfuerzo de cada uno y una
- Valoramos la construcción en equipo sin dejar de lado el crecimiento personal
- Somos una compañía que escucha y aprende
- Nos adaptamos a los cambios y generamos oportunidades



ORGANIZACIÓN

- Visibilizamos los cargos y el organigrama para darle precisión al colaborador
- Somos una estructura sólida y precisa en la información brindada
- Somos una compañía flexible y atenta tanto al entorno interno como al organizacional
- Somos una compañía abierta en el acceso de la información entre las áreas
- Generamos liderazgos delegativos para generar confianza

Audiencias



**DIRECTORIO
GERENCIA**



**MANDOS
MEDIOS**



**COLABORADORES
PROFESIONALES**



**ROLES
OPERATIVOS**

Audiencias disparadores



INTERESES



**COMPOSICIÓN
FAMILIAR**



PREOCUPACIONES



MOTIVACIONES



**FORMACIÓN Y
OCUPACIÓN**



**INFORMACIÓN
PERSONAL**



**CARACTERÍSTICAS
SOCIO-CULTURALES**

No hay nada en la mente que no haya pasado antes por los sentidos



IMAGINA EL CLIENTE



**DESCRIBIR UN PERSONAJE
LIBREMENTE Y EN DETALLE**



**TODOS LOS APORTES
SON CORRECTOS**

Actividad BVS: Definición de Públicos

- ▶ Actividad “Perfil Facebook” para definir a un colaborador estándar de cada una de las áreas o segmentos.

Nombre:

Edad:

Formación:

Ocupación:

Estado Civil:

Composición Familiar:

Donde vive:

Intereses:

Motivaciones:

Preocupaciones:

Tonos



INFORMATIVO



CELEBRATORIO



PERSONALIZADO



CORPORATIVO

Canales:

- ▶ El canal dependerá de cada pieza comunicacional elegida. Para ello se establecen cinco marcos que sirven como referencia:

Mail:

Reuniones presenciales/virtuales

Intranet

Canal Familia

Cartelera

WhatsApp:

Webex:

Formatos:

VIDEO

Formal: pensado para aquellos videos corporativos utilizados por los directivos para comunicar, dentro de un marco de responsabilidad.

Informal: pensado para las piezas audiovisuales que impliquen una mayor participación de los colaboradores, apelando a la complicidad y la cercanía con sus colegas.

PLACAS GRÁFICAS

Informal: para comunicaciones que busquen generar empatía y cercanía con los diferentes colaboradores, teniendo en cuenta reconocimientos y liderazgos.

TEXTOS

Formal: pensado para aquellos videos corporativos utilizados por los directivos para comunicar, dentro de un marco de responsabilidad.

03

Ejemplo

BVS

Anuncio de ajuste salarial:

Eje:

Mensajes clave:

Audiencia:

Tono:

Canal:

Formato:

04

Siguientes Pasos

BVS

Diciembre

- Elaboración del plan de CI
- Feedback del plan con la consiguiente selección de acciones específicas
- Nombramientos de responsables del plan
- Calendarización de acciones de acuerdo a su aprobación
- Validación final

Enero

- Puesta en marcha del plan de CI
- Revisión de herramientas consolidadas y elaboración de las propuestas nuevas
- Mensajes clave
- Preparación de voceros

BVS

Conocimiento
& Tecnología