

LLORENTE & CUENCA

Manual para hablar una  
lengua común

# La **(R)evolución** de la **Comunicación** y de los **Asuntos Públicos**

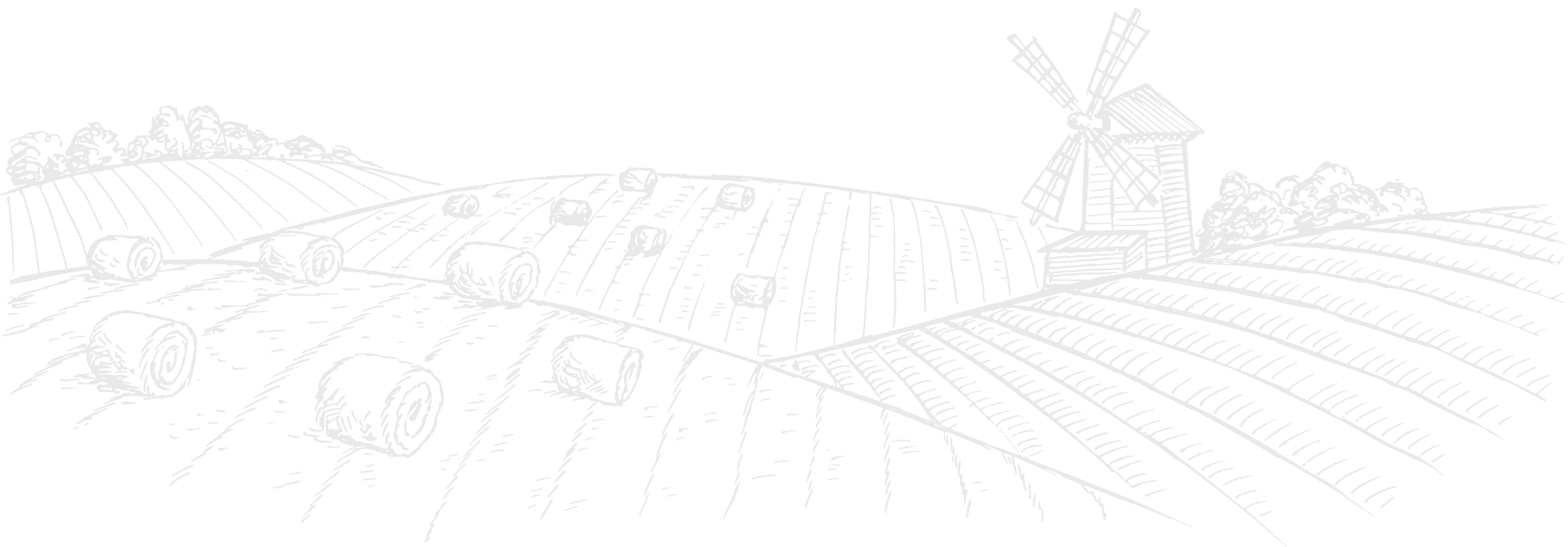


Antes de entrar en materia... véase página 50



## Capítulo 6

# De las temáticas a los territorios de conversación



## Caso de éxito

# El caso de Telefónica - Play to move

**Proyecto:** Play to move.



**Cliente:** Telefónica.

*Telefónica*

**Áreas implicadas:** Consumer Engagement, Organizaciones y personas y RSC.

**Duración:** abril 2015 - diciembre 2016.

### Reto desde la óptica del cliente

Generar *engagement* de los empleados de Telefónica con la estrategia de negocio responsable de la compañía.

### Solución propuesta

Un relato (Play to move) para el territorio de negocio responsable de la compañía, activado a través de un plan transmedia de contenidos enfocado a generar impacto en los empleados:

- Convertir la abstracción de los principios de negocio responsable en historias concretas que permitieran una mejor comprensión.
- Poner a los empleados en el centro de las historias para generar empatía.
- Utilizar técnicas de entretenimiento para mejorar el nivel de atención sobre los contenidos y las historias.
- Establecer una estrategia de conversación asociada con base en los canales internos.

## En la práctica, aplicando el concepto de territorio

- **Vértice contenidos:** generación de contenidos basados en *storytelling* y utilizando técnicas de entretenimiento. Como contenidos principales se recurrió a un juego que lanzó la iniciativa y del que se extrajeron tres ganadores que después protagonizaron un viaje a diferentes mercados para dar lugar a un Brand film. Además, en la segunda línea de contenidos se desarrollaron piezas audiovisuales de promoción y narración en directo del viaje y una serie de historias con técnicas de periodismo de marca.
- **Vértice tiempo:** durante el año y medio que se desarrolló el plan de territorio, se produjeron hitos significativos dentro de la compañía, incluyendo la presentación de un nuevo Plan Estratégico y la redefinición de los principios de negocio responsable. Estos hitos fueron relevantes para el proyecto.
- **Vértice personas:** la comunidad objetivo prioritaria fueron los empleados de la compañía en todos los mercados en los que opera.
- **Eje canales y formatos:** en la difusión se trabajó en base a diferentes canales, incluyéndose entre los más relevantes: Yammer, encuentros presenciales/eventos, newsletters de comunicación, site del proyecto y la app desarrollada para el juego. Dentro de los formatos, se trabajó con interactivos en el caso del juego, audiovisuales en el de la película y los vídeos, artículos, microretos, cartelería y otros.
- **Eje Agenda:** se optó por una estrategia que combinaba la agenda interna propia del territorio negocio responsable, utilizando el relato y las historias en los propios eventos relevantes ya programados, con la creación de hitos propios, entre los que destacan los eventos de presentación del Brand Film en los diferentes países.
- **Eje Experiencia:** un gran número de empleados pudieron divertirse a través del juego inicial. Tres empleados de diferentes partes del mundo pudieron convertirse en embajadores de la iniciativa y viajar a diferentes países para conocer el negocio responsable de la compañía. Además, numerosos empleados pudieron proponer retos de mejora y disfrutar de una experiencia que mezclaba el entretenimiento y la información durante los eventos de estreno.

## Resultados

- Más de 2.000 empleados participaron en la gamificación inicial.
- Más de 4.000 usuarios en el grupo de Yammer dedicado a este proyecto, convirtiéndolo en el grupo de Yammer más activo de Telefónica a nivel mundial durante el periodo de la gamificación.
- Más de 1.600 me gusta en publicaciones sobre el proyecto y 1.400 comentarios.
- Más de 3.600 interacciones con empleados, de las cuales el 75 % fueron positivas.
- El éxito del relato 'Play to move' hizo que se aplicara a otros proyectos de la compañía, como la Telefónica Leadership Conference.
- Telefónica ha decidido continuar con este relato para el territorio negocio responsable en el futuro.

## Materiales

### Gamificación - Play to move



### BrandFilm Telefónica



