



El papel de las multinacionales en la innovación en España





Ketchum

El rol de la innovación en la gestión del cambio y la transformación de las compañías



El reto más importante fue involucrar a los empleados para desarrollar con éxito el profundo proceso de transformación de la compañía.



break **through**

NH inició hace años un cambio radical en su estrategia de compañía y desde Dirección se tenía claro que los empleados eran clave para llevarlo a cabo. Ketchum dio soporte y asesoramiento experto a este proceso de transformación global de NH Hotels Group que, entre otros, contemplaba una nueva dirección de la compañía, una nueva visión diferenciadora y un plan estratégico global a 5 años.

NH | HOTEL GROUP TELL THE WORLD 3.0



Un análisis previo de la situación mostró, por un lado, un gran compromiso y vocación de servicio por parte de los empleados de los hoteles NH pero por el otro, la falta de sentimiento de pertenencia a una gran compañía y de una estrategia global común de comunicación. No existía una forma de trabajar unificada, ni tampoco un canal corporativo oficial para comunicar. Además de esto, no había un presupuesto asignado a tal fin, ni disponibilidad de tiempo para su implementación.

Ante esta situación, hubo 3 elementos clave que facilitaron la innovación y con ella la definición de una estrategia propia de gestión del cambio y su correspondiente plan de acción:

- Liderazgo por parte del CEO en su visión sobre el rol de los empleados en la transformación de una compañía, el de Marta Martín, VP Corporate Responsibility & Int Comm - Corporate Affairs; como líder de proyecto, con visión global y con capacidad de mantener en todo momento unos objetivos y prioridades claras.
- Colaboración entre cliente y partners, de Ketchum en este caso y de diferentes disciplinas dentro de la agencia trabajando unidas para alcanzar un fin común: Dirección, Gestión del cambio,

Comunicación interna, Recursos humanos, Digital y Desarrollo Web.

- Y finalmente la Tecnología al servicio de la estrategia de comunicación.

Ante la necesidad de NH, Ketchum creó ComMa, una herramienta adhoc para el cliente, que en su caso bautizaron como Tell the World (cuéntaselo al mundo). Esta resultó ser no sólo un canal de comunicación, sino una estrategia de gestión del cambio: contémoslo dentro para que luego desde lo hagamos hacia fuera, contribuyendo así en la credibilidad de la marca y en la implementación de un verdadero cambio. Tell the World fue el nombre que NH puso a la herramienta desarrollada por Ketchum. Una nueva plataforma de gestión de contenidos.

ComMa daba respuesta a sus necesidades, a las de toda compañía que tenga la necesidad de tener una única estrategia global que a su vez integre la realidad local de regiones y/o departamentos. ComMa es también una solución para estructuras de comunicación pequeñas a nivel de recursos humanos y tiempos, es fácil y eficiente.

Con la implementación de ComMa se instauró un canal de comunicación interna corporativo, una herramienta de trabajo para todos los colaboradores de comunicación a nivel global,

una solución para medir la eficiencia de las nuevas comunicaciones, así como para amplificar a través de las redes sociales de los empleados que quisieran los mensajes de NH Hotel Group. Hoy Ketchum y NH, con el trabajo de los equipos de desarrollo, digital, gestión del cambio, creatividad y diseño están llevando las comunicaciones de ComMa al móvil, para llegar al 100% de los empleados.

Para Ketchum, ComMa no fue solo en un nuevo producto si no también un ejemplo de innovación en la agencia y en el área de gestión del cambio y comunicación interna, una inspiración para trabajar desde muchas perspectivas incorporando el mayor número

de especialistas en nuestras propuesta y fomentando la innovación y la creatividad en cada una de nuestras propuestas.

ComMa fue la primera vez que como agencia desarrollamos un software as a service adhoc para uno de nuestros clientes pero fue una prueba más de que la innovación y la creatividad está en nuestro ADN.

Es un ejemplo muy claro que ilustra cómo, a través de la innovación y la tecnología, es posible elevar el perfil de cualquier disciplina y en este caso sirvió para elevar la Comunicación Interna convirtiéndola en un elemento clave para gestionar exitosamente el cambio de una gran compañía.



La actividad de las multinacionales extranjeras es esencial en el desarrollo económico y social de España.

