

# Telefonica

---

## **Premios Eikon 2011**

**- Número y nombre de la/s categoría:**  
Eventos

**- Título del programa.**  
PLAN BRAVO 2011

**- Nombre de la compañía o institución.**  
TELEFONICA DE ARGENTINA S.A.

**- Departamento, área que desarrolló el plan.**  
Recursos Humanos Comercial / Comunicación Interna

**- Persona/s responsable/s del plan de comunicación.**  
Romina Petriella, Pablo Armagni, por TASA  
Antonio Aquilia / Bárbara Andreu por la agencia

**Categoría:** N°7 Comunicación Interna y N°11 Eventos

**Caso:** Plan BRAVO 2011

**Empresa:** TELEFONICA ARGENTINA S.A.

**Agencia de pr:** News Btl

## **Introducción :**

### **Naturaleza de la Compañía:**

**TELEFONICA ARGENTINA SA es la principal compañía de telecomunicaciones del País. A nivel mundial opera con su casa central de España con filiales en América y Europa. En el país cuenta con mas de 10.000 empleados.**

### **Propósito de la Campaña:**

**El plan BRAVO nace para con el propósito de efectuar un cambio cultural de la compañía.**

**Es un plan corporativo a nivel mundial, que tiene una duración de tres años y el propósito de llegar con su mensaje a cada empleado de la compañía en todo el mundo.**

**Consta de cuatro ejes de comunicación y trabajo, donde se cuelgan los contenidos, que proporcionan las pautas necesarias para provocar los cambios esperados en todas las áreas transversalmente y verticalmente.**

**Esos cuatro ejes son CLIENTE – CULTURA – PLATAFORMA Y OFERTA**

**Cada líder de telefónica relacionado con estas áreas contribuye a presentar su propuesta y elevarla a toda la compañía en los eventos BRAVO.**

**Los Eventos se realizan dos veces al año y están divididos en eventos BRAVO Líderes y eventos BRAVO Masivos, de esta manera se llega a toda la compañía con el mensaje por cada eje con lo que se hizo, lo que se hace y lo que se hará.**

**Los eventos BRAVO son los mas importantes de la compañía y todos esperan cada fecha para actualizarse, compartir e integrarse al ritmo vertiginoso que requiere el negocio.**

### **Objetivos propuestos:**

**Los eventos BRAVO tienen el desafío de ser los primeros eventos 2.0 de la compañía. Un evento 2.0 es plenamente participativo, integrador y colaborativo. Este es el espíritu de estas reuniones, donde todos suman al mensaje**

*Telefonica*

**y el contenido final se nutre de la participación efectiva y real de todos**

**Los Eventos BRAVO deben llegar a todos y despertar sensaciones en los participantes, mas allá de lo racional, los eventos BRAVO deben ser emocionales, para lograr que el gran equipo de 10.000 personas sume sus habilidades encauzado en los objetivos comunes y el camino elegido.**

**Los eventos deben lograr las siguientes sensaciones en la gente:**

**Pertenencia, mediante la invitación**

**Integración, mediante la etapa de recepción**

**Motivación, mediante la apertura**

**Reflexión, mediante el desarrollo de los contenidos**

**Participación, mediante la interacción y la tecnología aplicada**

**Compromiso, mediante las devoluciones que cada integrante realiza**

**Diversión, mediante el desarrollo de las dinámicas y juegos interactivos**

**Euforia, mediante las competencias y finales de presentaciones**

**Orgullo, por su rol en los planes y los desafíos de toda la compañía**

**Mística, generada por todo lo vivido.**

**Ejecución del plan**

**Cómo hacer realidad lo enunciado.**

**Pertenencia y participación**

**Las invitaciones son verdaderamente sorprendentes**

**A cada invitado le llega un mail, con un video del presidente de la compañía que lo convoca en tono ágil y motivador a participar, esta participación es inmediata, porque el invitado ya mismo debe hacer lo que el video le dice, y seguir las instrucciones para acreditarse.**

**Estas instrucciones le guían como si fuera un web check in, donde el invitado ya conocerá cual es el lugar en su mesa, el espacio que integra el plano sobre como llegar.**

**También entrega su número celular e inmediatamente recibe la confirmación de la acreditación. Además debe subir una foto suya divertida, para participar en juegos y para que sirva de identificación en su mesa.**

**Con los números celulares se crea un centro de mensajes, donde se envía información y se les recuerda la fecha.**

**Se les hacen preguntas para que sus respuestas sumen puntos en las competencias internas que se realizan en los eventos.**

*Telefonica*

También reciben en el celular un código QR que deben mostrar a la entrada para acceder a la acreditación automática y tecnológica.

## 2- Recepción e integración:

El invitado se acredita mostrando el código de su celular y una pantalla le muestra la foto que subió al site para identificarlo.

Al ingreso una radio en vivo los recibe y hace notas con la gente y pone música para activar y levantar el ánimo.

Todos pueden participar de juegos grupales, juegos individuales, y juegos de tecnología, donde sorprendentes aplicaciones crean un clima de integración y buena predisposición para el inicio de las jornadas.

## 3. un evento 2.0

al ingresar al salón principal los invitados ven que cada mesa tiene un ordenador y sorprendentemente en cada pantalla está la foto de los que integran la mesa.

Al empezar el evento se descubre que todas las notebooks están integradas en red y brindan información a la mesa

El primer desafío es responder un juego de preguntas y respuestas relacionadas con el contenido y con preguntas de interés general

Cual si fuera un programa de televisión se realiza la competencia en cada mesa y se eligen los que aciertan con mas puntaje y con mayor rapidez

Todo esto comandado por el sistema general que administra todas las mesas.

Posteriormente se dan inicio a las charlas y lo sorprendente es que los oradores presentan el twitter en vivo.

Es decir cada mesa puede tweetear sus comentarios mientras los oradores están presentes, y el orador dedica un tiempo especial para leer los comentarios de las mesas que van llegando a la pantalla principal

Además el orador realizar encuestas instantáneas, donde todos los participantes pueden poner "me gusta" o no me gusta a una de las consignas que se plantean

**Sorprendentemente el trabajo en equipos se mejora, dado que todos forman grupos de trabajo igual que en Facebook e integra sus trabajos y resultados sobre las consignas que se van planteando.**

**Juegos tipo Facebook pero con contenido específico se realizan para afianzar temas y para conocer el pensamiento de los presentes.**

**Mas de 170 mesas todas interconectadas, todas opinando, todas trabajando integradas por un sistema operativo que hace que estos eventos sean verdaderamente 2.0**

### **3- Nueva tecnología**

**Esta tecnología nueva para eventos está compuesta por un desarrollador del sistema ad hoc, un software específico dedicado para cada evento, el desarrollo de juegos y aplicaciones para hacer que este sistema sea 2.0, la instalación de 4 servers, sistema de conexiones inalámbrico y 170 máquinas conectadas en red.**

**Además S M S Center para vincular previa y posteriormente a los invitados con envío de mensajes de textos y códigos y aplicaciones para celulares que actualizan y brindan información de los eventos.**

**Sistemas de acreditación WEB, tipo web check in, que permiten el intercambio de información y la agilidad del ingreso.**

### **Estructura del SMS Center**

**Project manager**

**Data entries en tres posiciones**

**Operador y administrador del sistema**

**Prestaciones cumplidas:**

**Base de datos estructurada según requerimientos de perfil de participantes**

**Posibilidad de criterios de selección según campos y segmentación**

**Selección de propuesta de texto segmentada**

**Emisión de mensajes de texto**

*Telefonica*

**Recepción de mensajes de texto**

**Control on line de emisión y recepción de mensajes**

**Sistema de reportes de operación, detallando datos y cifras según selección**

**Temáticas aplicadas**

**Todos los eventos BRAVO tienen además de todo lo presentado, una temática especial**

**Se han empleado la temática del futbol para la /época del mundial**

**La temática de Show TV para el lanzamiento**

**Temática de High tech para los 2.0**

**Conclusiones**

**Los eventos BRAVO están a la vanguardia de todos los eventos mundiales.**

**Son revolucionarios por su propuesta 2.0**

**Integran personal y relacionalmente a toda la compañía**

**Generan interacción previa / durante y a lo largo de todo el ciclo posterior**

**Permiten que todos expresen sus opiniones**

**Permiten que estas opiniones se estructuren en datos y se mejore la comunicación bidireccional que la compañía necesita.**

**Nos muestra mediante tecnología y entretenimiento el corazón de la compañía**

**Llegan a todos los integrantes**

**Y por su originalidad y prestación son exportados de argentina al resto de la compañía en todo el mundo.**

*Telefonica*

*Telefonica*

---