

Sabes que en Chile y otros lugares de América Latina sólo el 43 por ciento de los empleados usa la Intranet de su empresa diariamente. Y, más aún, el 35% la usa menos de una vez al mes.

¿Qué está pasando con la Intranet? Por lo menos entre las empresas chilenas, el discurso que se escucha con cierta insistencia es que esta herramienta web ya no despierta el interés de antes entre los colaboradores, quienes ahora están demandando otro tipo de comunicación, más cercana a las ya súper masivas redes sociales. Este último dato no es menor, ya que por ejemplo en Chile, hoy el 92 por ciento de los trabajadores tiene presencia en las llamadas "Social Media" (Facebook, Twitter, LinkedIn, etc.), la más alta del mundo.

Producto de esta realidad es que, a nivel mundial, las últimas tendencias en herramientas de comunicación interna digital estás derivando a lo que se conoce como la "Intranet Social", que no es otra cosa que una red social interna, hecha "a la medida" de las necesidades específicas de cada compañía.

Actualmente en Chile, existe un caso ejemplar de desarrollo de una red social interna. Se llama "Hola" y hoy es utilizada, con éxito, por la oficina local del Banco Santander, hecho que ha sido una verdadera "prueba de fuego" para sus creadores, quienes hoy están abocados a masificarla no sólo en Chile, sino también en otras partes del mundo.

¿Cómo funciona "Hola"?

Primero que nada hay que aclarar que "Hola" es una plataforma colaborativa, que se basa en el modelo de interacción utilizado por las redes sociales más contingentes y masivas (Google +, Facebook y Twitter). Su objetivo general es ser la herramienta digital de comunicación interna más importante de la empresa, conectando a los empleados con el negocio (estrategia), la cultura corporativa y las necesidades de desarrollo personal.

Su estructura (imagen de arriba) esta conformada por un sector de Navegación Social (extremo izquierdo), donde está el perfil con la información personal, los grupos (puedes crearlos o unirte a otros con intereses comunes), y los amigos (es posible seguir a cualquier usuario de Hola y ver sus publicaciones en tu muro de inicio). En la zona del centro se encuentra el lugar de Interacción y Contenido, área donde ocurren las diferentes acciones (pueden publicarse notas, archivos adjuntos, fotos y comentarios). Cada publicación puede ser regulada con un "me gusta" o bien con una denuncia que llega a la persona encargada del sitio.

Aquí, por ejemplo, pueden desarrollarse diversas y variadas campañas digitales dirigidas hacia los colaboradores.

Y, por último, en el extremo derecho, se sitúa la zona de Herramientas y Organización, conexión con aplicaciones propias de la empresa que le permiten al usuario interactuar en temáticas de interés específico (evaluación de desempeño, vacaciones, formularios de salud, programas de reconocimiento, etc.). En esta zona también es posible integrar aplicaciones adicionales como TV interna, seguimiento de proyectos, desafíos de innovación, aplicación de expertos, encuestas, capacitaciones, etc..

¿Qué beneficios genera "Hola" a la empresa?

La herramienta genera básicamente cuatro aportes de valor a la empresa que la implementa, ellos son:

1. Generación de un ambiente colaborativo:

- Integración de distintas áreas, regiones y países, en torno a intereses comunes.
- Menos mail y reuniones, y más efectividad (resultados).
- Mayor sentido de pertenencia, a través del ejercicio cotidiano de la participación activa.
- Mejor seguimiento de las tareas y proyectos.
- Utilización de la nueva comunidad interna, para búsquedas de información, encuestas y gestión de buenas prácticas.

2. Mejora de la comunicación interna

- Se privilegia el flujo transversal de información, se habla de "tú a tú".
- Se comparte información relevante de la empresa y de la industria, generando identificación y compromiso.
- Se potencia el auto conocimiento de la empresa, lo que favorece el desarrollo de la identidad corporativa.
- Transforma a los usuarios (empleados) en protagonistas activos, lo que porta visibilidad y reconocimiento entre los pares.

3. Detección e incentivo de la innovación

- Busca y encuentra mejoras en todos los rincones de la empresa.
- Es un espacio único y amigable para realizar capacitaciones.
- Detecta, reconoce y retiene a empleados con potencial.
- Implementa buenas prácticas de manera rápida y masiva.

4. Gestión del conocimiento

- Difunde, promueve y genera aprendizaje institucional.
- Construye conocimiento corporativo.
- Comunica conocimientos y los asienta en espacios internos de utilización efectiva.
- Genera ambientes e instancias; para aprender, compartir e innovar.

Si tu empresa está interesada en Hola contáctate con jmarriagada@insidecom.cl