

Empresas Sociales



#learnmaking



/tangencial



@tangencial_



/tangencial



info@tangencial.es



start
change



“Tercer Sector, un concepte que defineix les entitats no governamentals i no lucratives, en contraposició al “primer sector” o sector públic (governamental i no lucratiu), i al “segon sector” o sector de l’empresa privada (no governamental i lucratiu).”



“La economía convencional se basaba en la avaricia”

Muhammad Yunus



SOCIAL IMPACT



Responsabilidad Social Corporativa (RSC)

Actividad generalmente desarrollada por las empresas que pertenecen al segundo sector (no gubernamental y lucrativo) que pretende mejorar su imagen e impacto social. Resultan acciones generalmente puntuales que se desvían de la actividad principal de la empresa para atender a la responsabilidad que tienen con la sociedad.

Estas empresas no dejan de ser lucrativas, pero empiezan a entender el modelo social, se acercan y se preocupan por el impacto que generan en su entorno.

“Las empresas serán sociales o no serán”

Empresa social, SI! Pero empresa

6 pasos para fortalecer TU CULTURA EMPRESARIAL

Define qué es importante para tu organización

- ✓ Misión
- ✓ Valores
- ✓ Metas estratégicas

Mide y entiende tu cultura

- ✓ Establece métricas de referencia para evaluar cambios
- ✓ Haz encuestas para identificar fortalezas y debilidades
- ✓ Abre canales de retroalimentación

Establece una dirección

- ✓ Evalúa y prioriza objetivos
- ✓ Haz lluvias de ideas para encontrar soluciones
- ✓ Mejora tus procesos

Comunica hacia dónde van

- ✓ Realiza juntas informativas
- ✓ Crea un newsletter
- ✓ Haz un focus group

Implementa el cambio

- ✓ Ten un calendario de esfuerzos realizados
- ✓ Provee entrenamiento inicial y de seguimiento
- ✓ Da poder a la gente para ejecutar el cambio

Perfecciona y repite

- ✓ Observa las métricas para analizar cambios
- ✓ Experimenta con nuevas estrategias

Por: CultureIQ | SoyEntrepreneur.com | kubo.com

SEIS PRINCIPIOS PARA SOCIALIZAR TU MARCA

Caracterización

Aplicar una imagen que te caracterice de manera personal.
Determinar el papel que tus representantes de marca adoptarán, así como el poder que tendrán para resolver cualquier problema que se presente.
Definir la forma en que se relacionarán y responderán a los clientes o medios relacionados con tu marca o el rubro de tu empresa.

Vocalización

Nuevamente alinea de los viejos mensajes y medios para contar tu historia.
Reinventa tu mensaje de marca, actualiza tu voz de marca.
Motiva una voz de transparencia en tus comunicaciones, así como en la forma de responder dudas y sugerencias por parte de tus clientes.

Democratización

Elimina las viejas barreras de comunicación entre los clientes y la empresa.
Diga que los clientes sean el centro de atención y métricas a participar, comentar o explorar.
Determina cuál será tu actitud hacia la crítica y malos comentarios.

Visualización

Representa e interpreta visualmente el flujo de datos que llega a tu empresa.
Visualmente representa conversaciones, comentarios, conexiones, actividades, preferencias, etc.

Sistematización

Genera contenido utilizando diferentes medios como blogs, videos blogs, infografías o fotografías.
Provee plataformas para la comunicación bidireccional con los consumidores para recibir respuestas con tu marca.
Organiza el contenido generado para que tenga un mayor alcance a lo largo de la red.

Armonización

Asegúrate que los esfuerzos de tu marca en actual media estén organizados.
Trata de ubicar estos esfuerzos en un solo departamento.
Utiliza una estrategia unificada para el acercamiento a los clientes en la red.

rosaurachochoa.com | Diseño: Gerardo Obieta - @G_Obieta - gobieta.com



¿Preguntas?



#learnmaking



/tangencial



@tangencial_



/tangencial



info@tangencial.es