UNIANDINOS
Asociación de Egresados de la Universidad de los Andes

METODOLOGÍA PARA PERSONIFICAR LA MARCA ORGANIZACIONAL

¿Para qué personificar la marca?

Personificar la marca organizacional nos permite conocer la percepción genuina que tienen nuestros colaboradores de la cultura organizacional y a redefinir características de la cultural, también nos permite crear un mecanismo de validación en el proceso de selección de nuevos colaboradores y de inducción de aquellos que sean elegidos, bajo la certeza de estar contratando a personas que encajarán con mayor facilidad en la cultura organizacional, lo que hace de su proceso de adaptación uno más eficiente tanto en el eje de productividad como en el de relacionamiento. Por último, nos permite visionar nuestro objetivo en una imagen didáctica que puede ser utilizada en diferentes espacios de comunicación para aumentar la identidad de las personas con la empresa.

¿Cómo hacerlo?

1. Definir el # de personas de la organización que participarán en el ejercicio, es recomendable que sean máximo 30 por sesión.

2. Dividir el salón en 4 mesas de tal forma que por cada mesa se sienten entre 7 y 8 personas.

3. Cada mesa debe tener un pliego de cartulina, marcadores de colores y la descripción del trabajo que deben plasmar en dibujos o esquemas.

4. La primera mesa tendrá que definir físicamente como sería la empresa si fuera una persona: color de piel, altura, color de pelo, tamaño de ojos, nariz y demás atributos físicos que considere relevantes.

5. La segunda mesa tendrá que definir los valores (e incluso los antivalores) de la empresa imaginándosela como si se tratara de una persona.

6. La tercera mesa tendrá que definir la historia y cualidades de la persona: su familia, sus amigos, su formación, su lugar de nacimiento, su año de nacimiento, entre otras cosas.

7. La cuarta mesa tendrá que definir el proyecto de vida de la empresa como si fuese una persona: ¿Qué planes tiene?, ¿A dónde quiere llegar?, ¿Qué lo apasiona?, entre otros.

8. Se les da un tiempo de 20 minutos para plasmar sus respuestas en la cartulina

9. Cada mesa socializa lo que definió a sus otros compañeros

10. Los facilitadores del ejercicio analizan en detalle lo plasmado por los colaboradores en este ejercicio para definir qué es lo que más valoran de la empresa, cómo se la imaginan, qué quisieran cambiar en este momento, entre otra información que resulta valiosa para hacer gestión interna de trabajo en las oportunidades de mejora, para seleccionar personas que apoyen lo que se están planteando, para hacer inducción sobre lo que resulta más importante en la cultura de la empresa, y para animar la imagen de la empresa en los procesos comunicacionales

11. Depurar la información recibida para diseñar la pieza gráfica en donde se presenta a los colaboradores los resultados obtenidos.

Para hacer un proceso de Personificación de Marca existen diversas metodologías. Por su intención de humanizar y su alto componente subjetivo, son más comunes las cualitativas, los grupos focales, talleres de cocreación y técnicas proyectivas de investigación son algunas de las más usuales.

Cuando se tienen valores definidos o perfiles de personalidad, se pueden usar herramientas cuantitativas para medir el nivel de asociación que tienen los colaboradores con esos valores o perfiles.

¿Qué haremos hoy?

Nosotros hoy haremos la tarea en breves minutos de pensar en ¿quién es (el nombre de tu empresa? cómo nos imaginamos físicamente la empresa, en tres valores que tenga la empresa, en su historia breve y en lo que más se proyecta en el futuro. Recordemos que todo es como si fuera un ser humano. Al final compártenos tu experiencia e implementa esta herramienta en tu empresa.

UNIANDINOS
Asociación de Egresados de la Universidad de los Andes

Nota:

Cuando son empresas grandes y tienen muchos colaboradores y sedes por muchas regiones, no se realizan talleres con la totalidad de los empleados sino con un número representativo. Para ello se puede variar la metodología a Grupos Focales. En ese caso algunas preguntas para orientar el ejercicio pueden ser:

¿Es hombre o mujer? ¿Si es mujer, se maquilla? ¿Es bonita? ¿Usa pantalones o falda?

¿Si es hombre, usa barba o está afeitado?

¿Qué edad tiene? ¿Es joven o vieja?

¿Dónde nació? ¿Dónde ha vivido? ¿Qué estudió?

¿Está creciendo o envejeciendo? ¿Qué hace en su tiempo libre?

¿Cómo se viste? ¿De qué religión es?

¿Habla mucho? ¿Habla poco?

¿Tiene muchos amigos? ¿La respetan? ¿Por qué?

¿Cuáles son sus planes a futuro? ¿Con qué sueña?

¿Con quién vive?