

The logo consists of three concentric, white, semi-circular arcs that form a stylized lowercase letter 'i'. The top arc is the largest, the middle one is smaller, and the bottom one is the smallest. A small white dot is positioned above the middle arc, serving as the dot of the letter 'i'.

internal



Team Briefing

**Sistematización de la
Comunicación en Cascada**



Comunicación Cara a Cara



La comunicación presencial, aquella en que vemos al interlocutor y somos capaces de dar y recibir retroalimentación, es por excelencia la **preferida** en las organizaciones.



Comunicación Cara a Cara

Y es la más barata...

Aunque requerimos el **tiempo** y la **habilidad** de un emisor indicado...



Comunicación Cara a Cara

Cuántas veces hemos escuchado en los diagnósticos de CI, que los colaboradores prefieren que la comunicación venga de su **jefe directo**.

Y, además, que cuando quieren **emitir sus opiniones** prefieren hacerlo también a través de este interlocutor.



Comunicación Cara a Cara



Pero también hemos escuchado la frase... “En la reunión semestral le pedimos a las jefaturas que **bajen la información...** Pero después nos damos cuenta que ésta no baja...”



Qué Pasa?



Si la comunicación no está sistematizada y nuestros líderes no tienen habilidades para comunicar... La información se queda en los **mandos medios**, y nos perdemos...

- Alineamiento organizacional
- Compromiso de los empleados
- Retroalimentación valiosa
- Salario emocional
- Potenciamiento del liderazgo



Qué Busca el Team Briefing?

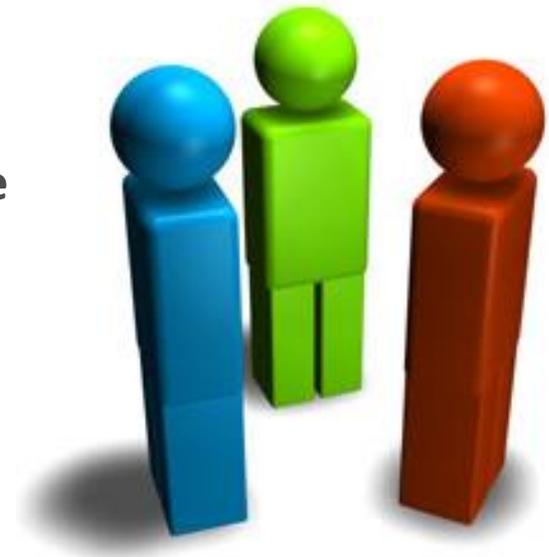
Dar sistematización a la comunicación en cascada, generando estructura y plan de contenidos, **sin perder la empatía** de una comunicación semiformal.



Efectividad

El proceso de comunicación en cascada sistematizado es particularmente **efectivo** cuando:

- Necesitamos hacer llegar información relevante y sensible
- Que debe fluir con precisión y oportunidad
- En circunstancias en que la participación del personal de las diferentes áreas y niveles de la organización es una variable relevante
- **La retroalimentación es clave**



Qué ganamos



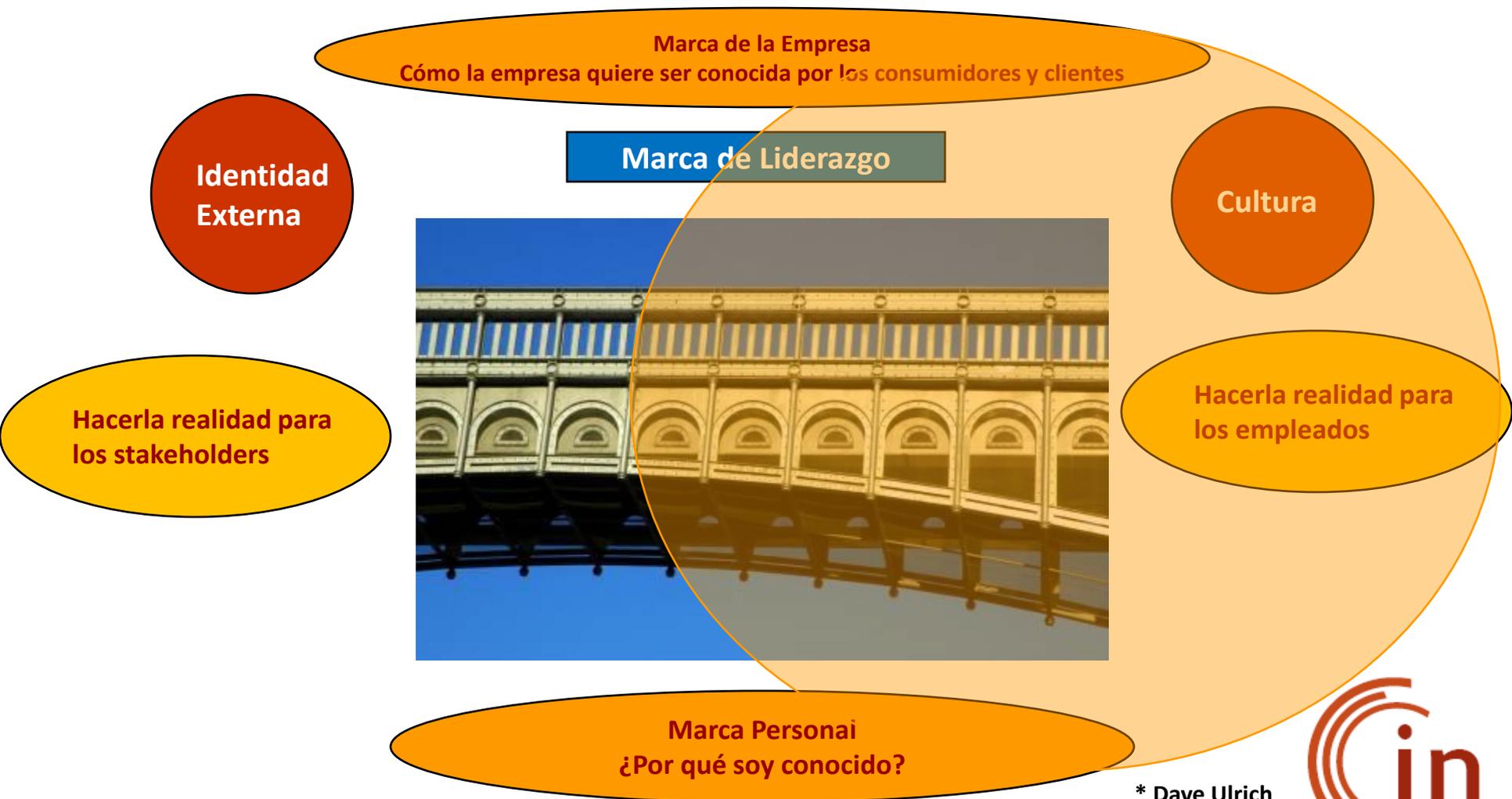
- **Alineamos a la organización rápidamente.**
- **Nos blindamos en caso de crisis** (especialmente cuando la técnica del Team Briefing está institucionalizada).
- **Entregamos el rol de interlocutor válido a nuestras jefaturas,** desarrollando liderazgo.

Qué ganamos

- Entendemos **cómo está llegando la información** a nuestros a nuestros colaboradores.
- Generamos **participación**.
- **Minimizamos el ruido** organizacional



Transformar la Marca de la empresa en una Marca de Liderazgo *



* Dave Ulrich





Team Briefing

¿Cómo Funciona?



Cómo funciona

- Plan de flujo de **información sistemático, ágil y entrenado** que nos permite alinear a la organización rápidamente.
- Idealmente se entrega el primer día del mes y hay 5 días para el proceso.



Cómo funciona?



- Se inicia desde la Dirección de la Organización, con la asesoría de Comunicaciones Internas.
- Cada líder se reúne con **esquema semiformal** con su equipo, con apoyo material (tips estructurados enviados cada mes, idealmente)
- **Se comenta**, se comparten dudas y se vislumbran oportunidades

Team Brief - Recording of Notes

Briefing Team:

Date of briefing:

Prepared by:

Briefing point:

Additional information/notes:

Briefing point:

Additional information/notes:

Briefing point:

Additional information/notes:

Briefing point:

Additional information/notes:



Cómo funciona?



- Los líderes recogen dudas, temas de interés y oportunidades, que son enviados a Comunicaciones Internas.
- Las respuestas son enviadas en el próximo brief o prontamente si la temática lo amerita.

Team Brief - Recording Feedback

Briefing Team:

Date of briefing:

Prepared by:

Unanswered questions from this brief:

Remember it is your responsibility to report back answers to these questions.
Questions should be answered within 10 working days.

Item of most interest:

Positive suggestions made:

What does the team want to know more about in future briefs:



Team Briefing

Caso “Evolución 11287”



Situación

- Cambio de Edificio Corporativo Nestlé Chile, desde Roger de Flor N° 2.800 a Av. Las Condes N° 11.287.
- **25 años de estadía en el edificio antiguo**, con tradición de colaboradores y de consumidores muy arraigada.
- **Ubicación cómoda** al lado de estación de Metro (Subte), gran cantidad de comercio y servicios cercanos.
- **500 colaboradores** involucrados.



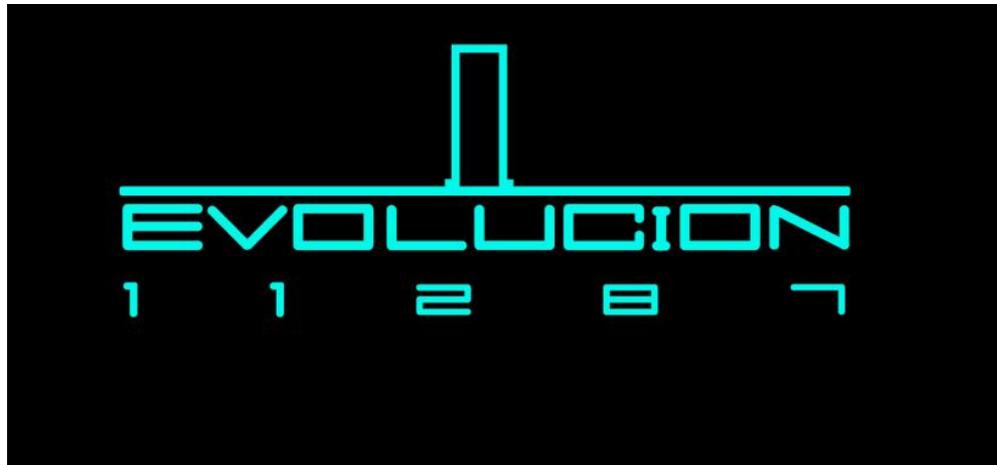
Situación

- **Anuncio lo hizo el Gerente General un año antes del cambio, generando gran expectativa, pero también especulación y dudas...**
- Por qué cambiarse?
- No sabemos nada del cambio...
- **Mi jefe no tiene idea en qué piso vamos a quedar!!!**
- Vamos a tener estacionamiento?
- ...Y Buses de acercamiento?



Campaña

Campaña de endomarketing concepto: Próximo Estreno



- **Con casting de colaboradores Internos**
- **Teaser de expectativa y resolución**
- **Transparencia de información...**



Comunicación en Cascada

Compromiso de los líderes en el proceso:

- Levantamiento de **“ruido” interno**.
- **Team briefing** con temas claves a comunicar, en formato audiovisual (ad hoc a campaña).
- Destacando **beneficios del cambio**.
- Respondiendo cuestionamiento claves
- Recepción de inquietudes y solución de éstas



Beneficios



- **Credibilidad**
- Disminución de ruido interno y especulación
- Generación de equipos afiatados para el cambio
- **Mudanza sencilla y comunicada**
- **Compromiso** con proceso de adaptación a nuevos espacios
- Seguimiento de retroalimentación en nuevo edificio
- **Formación de Monitores de mudanza y seguridad**



Muestra Team Briefing





internal

