

“En tres semanas conseguimos un 90-95% de descargas de nuestra app corporativa”



< JOSEP SENAR, HR Director de España y Marruecos de KOSTAL
> RICARD GRAU, Business Development Manager de ITHINKUPC

Con el 75% de su plantilla sin acceso posible a los canales clásicos de comunicación corporativa, Kostal decidió poner en marcha, de la mano de IThinkUPC, una app que se instalara en los dispositivos personales de sus empleados. El objetivo era universalizar el acceso a todos sus servicios corporativos. En tres semanas la empresa logró un 90-95% de descargas.

so. Así, nos dimos cuenta de que teníamos que ofrecer a las empresas canales de comunicación a través de una app instalada en el propio móvil del empleado. Teníamos que apostar por el “mobile first” para llegar a los trabajadores sin ninguna barrera.

¿Por qué decidieron implantar una herramienta de este tipo en Kostal?

Josep Senar: Antes teníamos dos medios clásicos de comunicación interna: una intranet y una plataforma de acceso

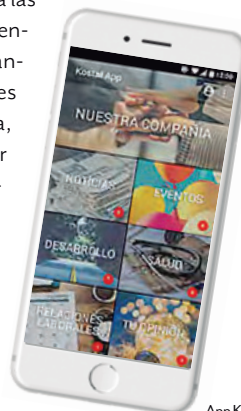
exclusivo para las personas con correo electrónico corporativo y dispositivo corporativo que se llama Metis. Con ellos llegábamos de una forma efectiva, ágil y fluida a las 300/350 personas de Servicios Centrales. Pero el 75% de nuestra plantilla trabaja en áreas operacionales (producción, logística operativa, etc.) y con ellos teníamos que usar otros canales como e-mails a través de nuestra plataforma Kostal Users, tableros de anuncios, o la Kostal TV que tenemos en las zonas de pausa en la que emitimos información en bucle. De esta forma no estábamos llegando

a todos de una forma efectiva. Por eso, cuando IThinkUPC nos propuso su app, pensamos que encajaba perfectamente con nuestras necesidades.

¿Qué ventajas aporta una app corporativa como ésta?

RG: Primero, la universalización del acceso a todos los servicios corporativos al permitir acceder en cualquier momento y desde cualquier lugar, y con una única autenticación, cuando se instala la app. Es un concepto muy ‘ágile’. Otro factor clave es que, cuando hay cualquier interacción dentro de esa app, se genera una notificación ‘push’ que alerta a los empleados de que hay alguna novedad. Así pueden estar al corriente de todo en tiempo real y de una forma reactiva, sin necesidad de ir a buscar esa información. Esto es clave en la comunicación corporativa porque asegura que todos los empleados

recibirán las comunicaciones de la empresa si tienen la app instalada y las notificaciones activadas. El tercer factor clave es que ayuda a crear un sentimiento de pertenencia a la compañía, mejora el engagement del empleado, porque se le proporciona de una forma muy innovadora algo muy tradicional como es la comunicación corporativa. El hecho de tener una app corpo-



App Kostal

rativa hace que el empleado se sienta mucho más orgulloso de la empresa y de lo que ésta le aporta. Y, por último, es también una herramienta muy buena para las áreas de RRHH y de Personas, porque les permite posicionarse como **creadoras de valor** y como aportadoras de soluciones innovadoras que los empleados ven de manera muy positiva.

¿Cuándo la lanzaron en Kostal y cuál fue la acogida por parte de los empleados?

JS: El proyecto arrancó a principios de 2019 con la formación de un equipo de trabajo a tres bandas: nuestro equipo de Desarrollo de RRHH, el equipo de IT y los expertos de IThinkUPC. Tomamos como base **tres tipos diferentes de usuarios:** el empleado que ya está acostumbrado a tener una comunicación fluida a través de la intranet y de Metis; el que, además, es un usuario avanzado de apps y de


Datos Clave
KOSTAL
1.300
 empleados en España y Marruecos
 Reparto por áreas: 75% Operaciones
 25% Servicios Centrales

 Otros clientes que usan la app: Zurich Seguros, Crèdit Andorrà, Generali, Abacus Cooperativa, Grupo Vall Companys, etc.



Noelia Minguilán, HR Development Responsable de Kostal; Josep Senar, HR Director de España y Marruecos de Kostal; Ricard Grau, Business Development Manager de IThinkUPC; y Berta Burrell, HR Business Partner de Kostal

smartphones; y el empleado que utiliza el teléfono móvil sólo para llamar y que usa exclusivamente aplicaciones básicas. Hicimos varios Focus groups con personas de estos tres colectivos diferentes, y desarrollamos el **diseño** de la app y la **navegación** por la misma para que todo fuera **'friendly'** para los tres tipos de usuarios. La app vio la luz finalmente en diciembre de 2019.

Antes del lanzamiento, pensamos que quizás una parte de los equipos de Producción iba a mostrar alguna reticencia para **descargarse la app en sus dispositivos particulares**, facilitar la dirección de su correo electrónico personal, ceder algunos de sus datos personales, etc., pero no hubo ningún problema en este sentido. Hicimos una campaña de comunicación interna para anunciarla y los

resultados nos sorprendieron. **En dos o tres semanas logramos un 90-95% de descargas**, y ahora mismo sólo hay 2-3 personas en toda la organización que no la tienen. El ratio de descargas fue espectacular por la cantidad y por la velocidad.

Parte de este éxito se debe al trabajo e implicación de una persona del sindicato que trabaja en Producción y que se incorporó a los equipos de desarrollo de la app. Nos ayudó mucho a tener un número muy alto de usuarios de una forma muy rápida. Además, **la pandemia también ha impulsado su uso** y la ha convertido en un canal de comunicación fundamental. Cuando empezamos el confinamiento en marzo, enviábamos e-mails personales para informar sobre el ERTE que hemos tenido y sobre la situación de la empresa, pero a las dos o

tres semanas empezamos a usar la app para hacer una comunicación semanal al respecto.

¿Qué servicios puede incluir esta app?

RG: La app se basa en un concepto que llamamos **App2U** para transmitir que no es un producto cerrado que se descarga y se empieza a usar. De entrada, no está en los 'markets' sino que **la construimos 'ad hoc' y a medida** para cada cliente con los servicios estratégicos que éste quiere incluir. La app conceptualmente es un agregador de información y se puede conectar con otros sistemas como la aplicación de nóminas, el ERP, el CRM, la intranet, etc., además de publicar contenido propio. Hay servicios estratégicos en los que casi todos los clientes coinciden: noticias, cultura corporativa y directorio de empleados. Y luego hay clientes que publican ofertas de trabajo, otros que incluyen un espacio privado para acceder a nóminas, contratos, etc.

JS: En nuestro caso, tenemos siete apartados dentro de la app: Nuestra Compañía (con los datos de contacto, los valores de la empresa, los beneficios sociales, el código ético,

“Una app de comunicación corporativa elimina las barreras de acceso y mejora el compromiso de los empleados”

las prioridades estratégicas, y RSC/Compliance), Noticias, Eventos, Desarrollo y Oportunidades (formación, programas de jóvenes talentos, vacantes, etc.), Seguridad y Salud (un espacio que fue concebido como un apartado estático con información general pero que ha cobrado muchísima importancia), y Relaciones Laborales (calendarios de trabajo, vacaciones, etc.). El último apartado es el de **Tu Opinión**, una herramienta que hemos usado para hacer encuestas tipo 'pulse', muy sencillas y rápidas, con entre tres y seis preguntas, y que permite segmentar por colectivos. Por ejemplo hemos preguntado por la valoración de la gestión del Covid y acerca del calendario de trabajo para organizar los turnos. Es un canal que vamos a potenciar en los próximos meses. ●