

EMPLOYEE ADVOCACY

Errores frecuentes que impiden
eficacia y desarrollo a futuro.

GABRIEL PATRIZZI



Consultor y mentor de personal branding, también acompaño a empresas en el **diseño y gestión de programas de embajadores de marca.**

Autor de “Marketing Propio”.

@gabrielpatrizzi

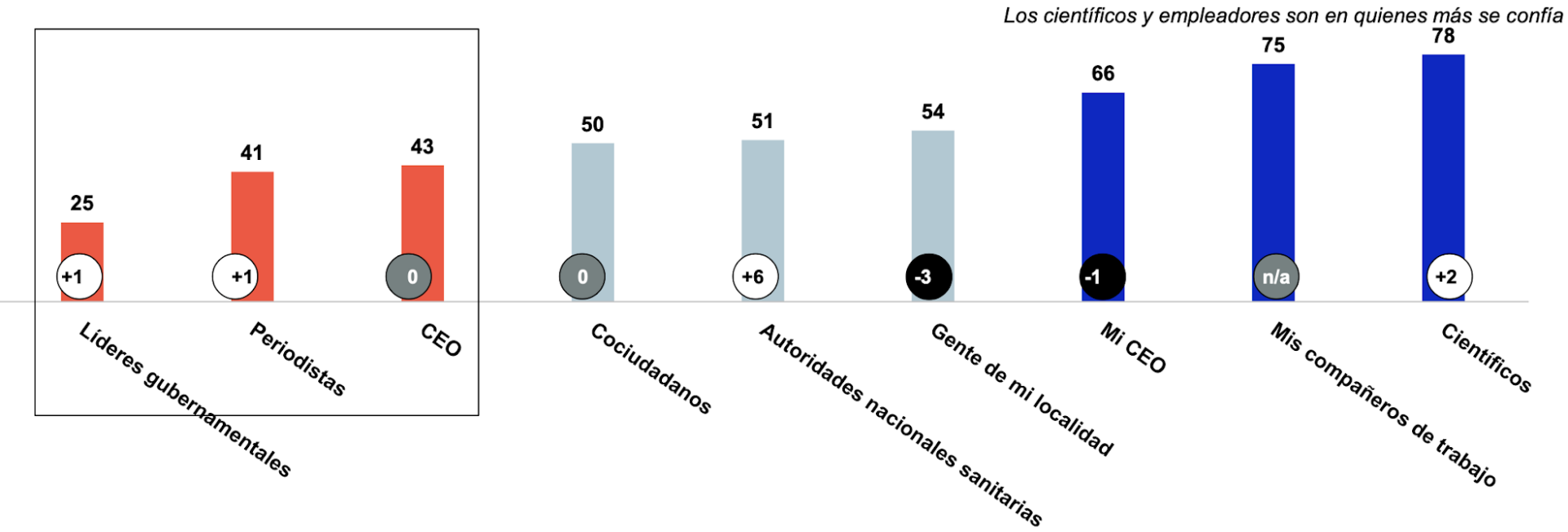


Chico de las trencitas



CREDIBILIDAD DE ACTORES EN LA SOCIEDAD

Porcentaje de confianza en LATAM



83%

**de clientes confía en
recomendaciones de
amigos y familiares.**

FUENTE: Nielsen

EMPLOYEE ADVOCACY

Programas de embajadores de marca

Iniciativas estratégicas y colaborativas que impulsan la reputación, imagen y credibilidad organizacional con el relacionamiento y comunicación de sus empleados.

EMPLOYEE ADVOCACY

Programas de embajadores de marca

Iniciativas estratégicas y colaborativas que impulsan la reputación, imagen y credibilidad organizacional con el relacionamiento y comunicación de sus empleados.

EMPLOYEE ADVOCACY

NO



ES PARA TODAS LAS EMPRESAS

EMPLOYEE ADVOCACY

Es para empresas que están comprometidas con la sostenibilidad.

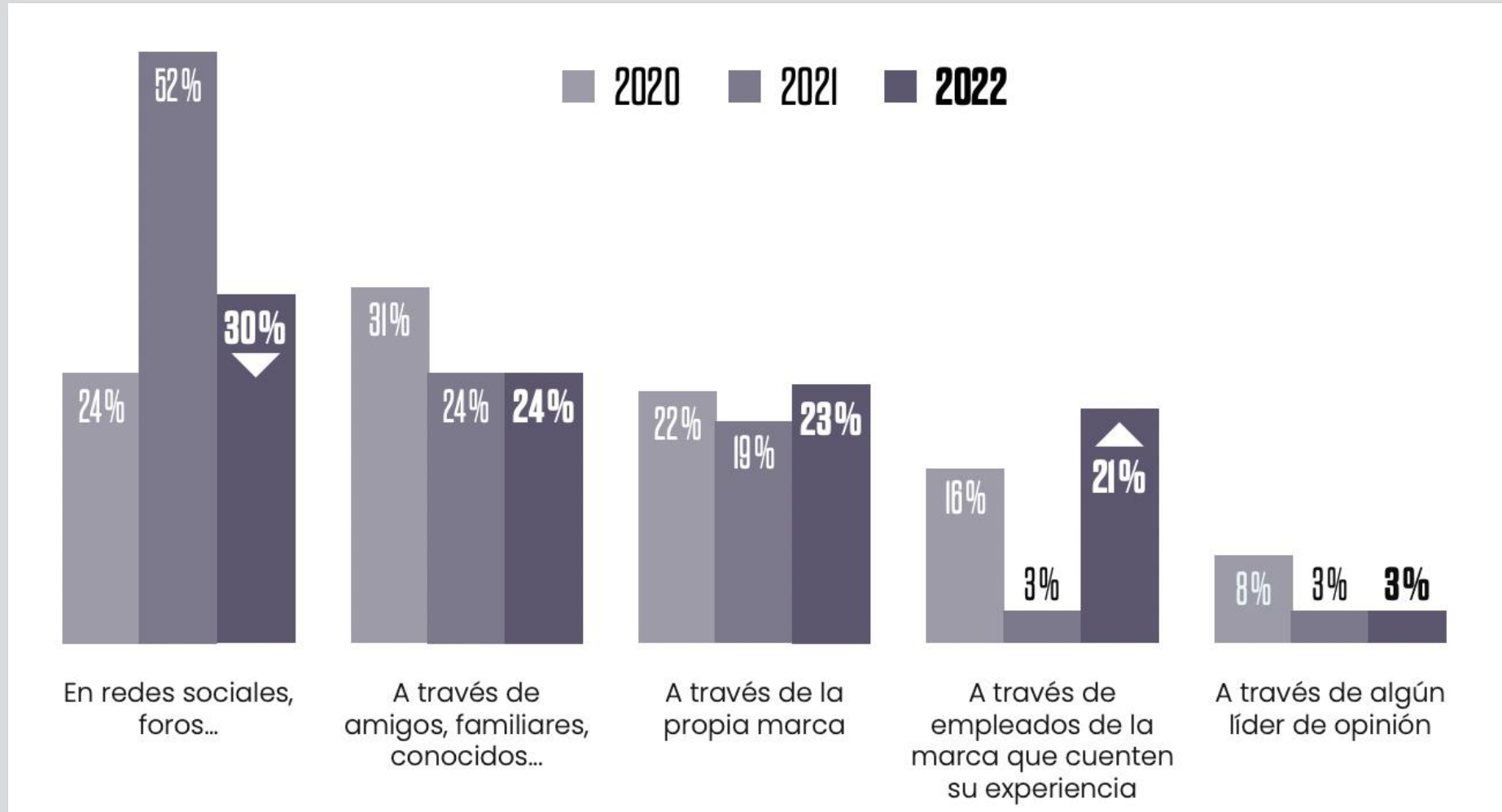
La guía práctica “**comunicar la sostenibilidad y su impacto en la reputación**” destaca 5 imprescindibles:



GREEN WASHING

GREEN HUSHING

¿Y qué medio es el que le genera mayor credibilidad para hablar de las iniciativas de compromiso social de las marcas?



6

ERRORES

FRECUENTES

1 Convertirlo en
un proyecto **de un**
solo departamento

3 aspectos clave:

- 1) Colaboradores deben invertir tiempo.
- 2) Su aplicación es transversal.
- 3) Implica gestión continua de varios departamentos.



Falta de presupuesto.

Miedo a crisis.

Cambios
organizacionales.

2.

La selección errada
de los embajadores
de marca

4 variables:

- 1) Directivos y mandos medios.
- 2) Amigos de los promotores.
- 3) “Colaboradores digitalizados”.
- 4) Selección “abierta”.



4 variables:

- 1) Directivos y mandos medios.
- 2) Amigos de los promotores.
- 3) “Colaboradores digitalizados”.
- 4) Selección “abierta”.

4 variables:

- 1) Directivos y mandos medios.
- 2) Amigos de los promotores.
- 3) “Colaboradores digitalizados”.**
- 4) Selección “abierta”.

#Diversidad

3

Que solos los
embajadores
sepan **quiénes**

- **son y qué hacen**

Recomendación:

- Anunciarlo a toda la empresa.
- Reconocimiento frecuente.
- Socializar *hashtags*.

¿Cómo hago para evitar errores y potenciales crisis?

4.

Crear que con
formar una vez
basta

EMPLOYEE ADVOCACY

- Formación continua.
- Gestión (integral) permanente.

Ctrl

+

C

Ctrl

+

V



SOCIAL



SOCIAL

TÉCNICA

EMPLOYEE ADVOCACY

- Formación continua.
- Gestión (integral) permanente.

FORMACIÓN:

PREVIO AL ARRANQUE:

- Alineación de visión/valores.
- Poder e influencia de la marca personal.
- Herramientas y competencias digitales.
- Entorno Personal de Aprendizaje.

FORMACIÓN:

DURANTE IMPLEMENTACIÓN:

- *Storytelling y copywriting.*
- Creatividad y producción de contenidos.

GESTIÓN PERMANENTE



DIGITALIZADO

+

CONTENIDO PROPIO



EMPODERADO



ENTUSIASTA

CONTENIDO CORP

+



DESCONECTADO



REPLICADOR



DESCONECTADO

- Necesita adquirir habilidades digitales y de comunicación básicas.
- Requiere un *mentoring* continuo.
- Ayuda en la edición y generación de ideas.



REPLICADOR

- Requiere despertar su lado de creador → herramientas y técnicas de comunicación.
- Ofrece *mentoring* esporádico.
- Ayuda en la edición de contenidos.



ENTUSIASTA

- Incentiva oportunidades para crear e idear.
- Pudiera necesitar apoyo en edición.
- Provee nuevas herramientas y formas para crear contenidos.



DIGITALIZADO



EMPODERADO

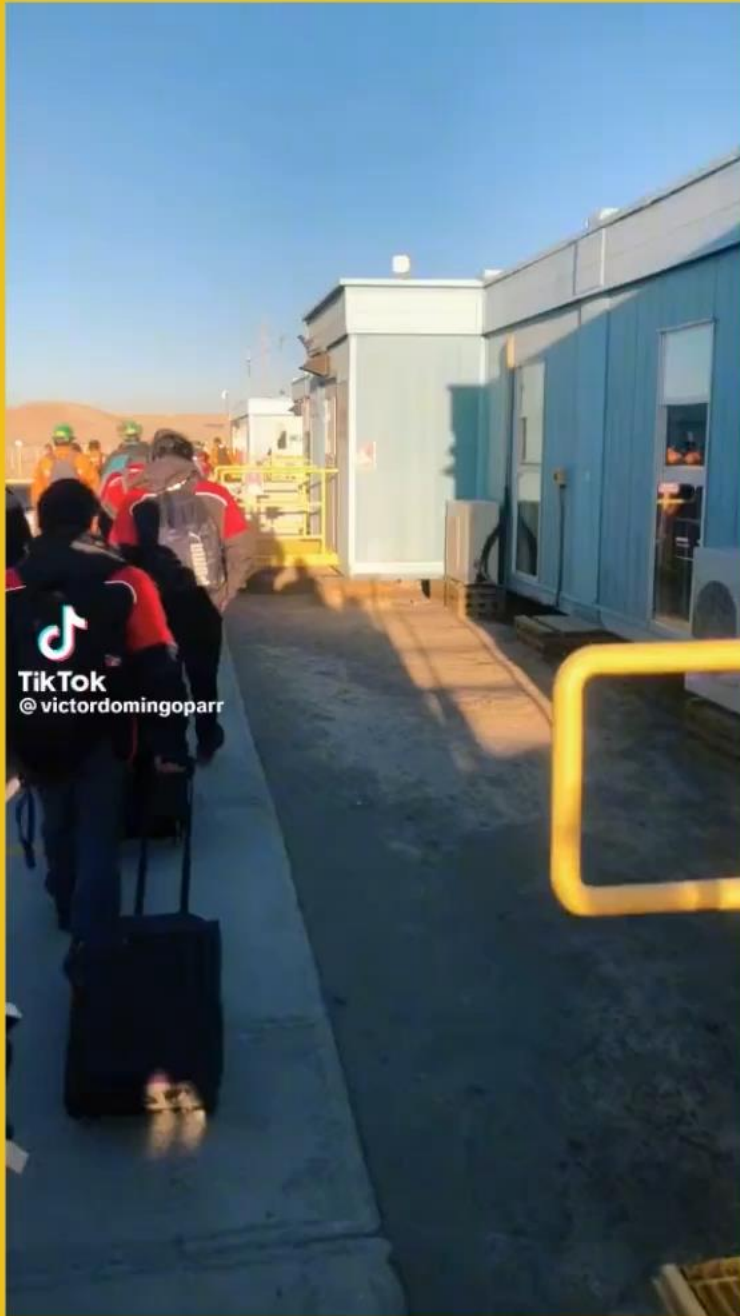
- Manténlos al día de las tendencias y novedades.
- Dales algunas "exclusivas".
- Comunicación continua.

5.

Considerar
solo a las
3 Marías

3 MARÍAS:





Reproducciones: 160 K
Me gusta: 3.6K
Comentarios: 238
Guardados: 49
Compartidos: 172

* NO ESTOY RELACIONADO CON ESTA EMPRESA.



Reproducciones: 90k
Me gusta: 13.6k
Comentarios: 300
Guardados: 53
Compartidos: 379

* NO ESTOY RELACIONADO CON ESTA EMPRESA.



leche hasta la primera

linea

TikTok
© la.we0na

Reproducciones: 9.4M

Me gusta: 1.2M

Comentarios: 2.5K

Guardados: 67.5k

Compartidos: 4.3K

**Tenemos que dejarle
el miedo a las nuevas
plataformas**



500

**millones de blogs en
activos en internet.**

FUENTE: Webtribunal

**Los sitios webs con blogs
tienden a tener más de**

434%

de páginas indexadas.

FUENTE: Nielsen

Adobe para todos: mi historia.

En Adobe, usamos el poder de la narración para ayudar a generar empatía, fortalecer la inclusión y ampliar las perspectivas.



Todos tienen una historia que contar.

Cuando las personas comparten sus experiencias de vida de manera honesta y vulnerable, todos obtienen una mayor apreciación y comprensión de quienes son diferentes a ellos. En celebración de Adobe For All Week, nuestro evento anual interno de diversidad e inclusión que se lleva a cabo en septiembre, estamos mostrando nuestro tapiz diverso de empleados y sus historias únicas. De toda la organización, estamos formados por ingenieros, especialistas en marketing, profesionales de ventas y más. Pero también son aliados, veteranos y guerreros de la justicia social. La lista continua. Aquí están sus historias.





1.023 reproducciones

adobelife Everyone has a story to tell. As we kick off #AdobeForAll Week, our annual internal diversity and inclusion event, we're showcasing our diverse tapestry of employees and their unique stories. From cancer survivors to advocates, discover who they are in the link in our bio.

#MyStory #AdobeLife

Google diversidad adobe

Imágenes Videos Noticias Shopping Libros Maps Vuelos Finance

Cerca de 3,550,000 resultados (0.25 segundos)

Patrocinado

adobe.com
<https://www.adobe.com>

Adobe Creative Cloud® - Creatividad para todos
 Adobe Creative Cloud te ofrece las mejores aplicaciones y servicios creativos del mundo. Crea cualquier cosa que puedas imaginar, dondequiera que te llegue la inspiración.

Adobe
<https://blog.adobe.com/topics/diversity-inclusion>

Diversidad e inclusión
 Diversidad e inclusión · Adobe Life · Probar nuestra búsqueda avanzada · Iniciar sesión · Adobe. Diversidad e inclusión. Topics. Diversidad e inclusión. Cambiar ...

Adobe
<https://www.adobe.com/about-adobe>

Acerca de Adobe
 Diversidad e inclusión · Integridad. Productos presentados. Adobe Acrobat Reader · Adobe Express · Photoshop · Illustrator. Cambiar región. Adobe on Facebook ...

Adobe
<https://www.adobe.com/about-adobe/integrity>

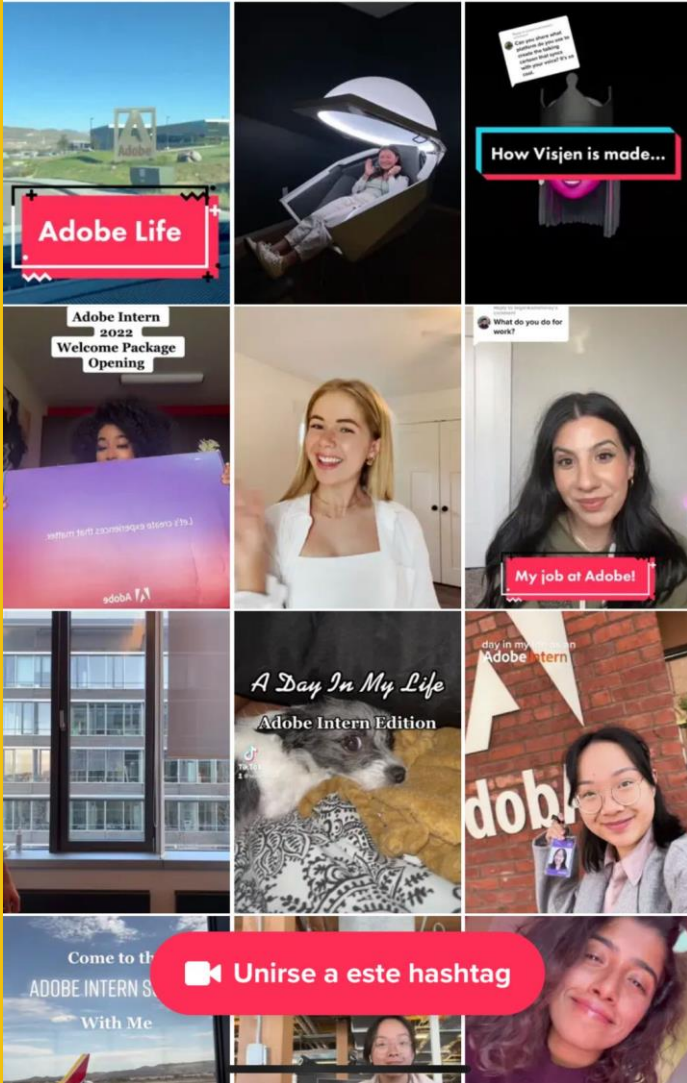
Integridad en Adobe
 Diversidad e inclusión. Revise nuestras inversiones en la creación de un entorno diverso e inclusivo para todos. Leer más ...



#adobelife

812,6K visualizaciones

Añadir a Favoritos



Nynke Veer · 3er y demás
Senior Partner Sales Account Manager bei Adobe
7 meses · 🌐

+ Seguir · ⋮

The onboarding journey at #Adobe has started 🥰#Adobelife

Ver traducción



👍❤️👍 164

37 comentarios



Kimberly Reyes · 3er y demás
Background Check Specialist | Connection Builder | Telli...
4 meses · 🌐

+ Seguir · ⋮

Welcome to our newest Adobe hires!

126 new Experience Makers joined the AMERICAS region from multip...ver más

Ver traducción



👍❤️👍 2094

39 comentarios · 13 veces compartido

Welcome to our newest Adobe hires!

126 new Experience Makers joined the AMERICAS region from multiple locations this week. Congratulations on your new roles and joining the sessions virtually for your #adobelife Orientation.

A big thanks and kudos to Patricia Portugal, MSHRM, Lois Tiwaa, Silvia Ortiz-Rosales, MSHRM, Sara Murray and Marivel Ramirez who delivered this week's Adobe Life Orientation and the ITCS Support team for their help in getting everyone up and running with their laptops!

Good luck with your Onboarding journey from home. I'm excited for everyone to virtually Make it an Experience!

#adobeforall #newhires #onboarding #virtualonboarding
#creativityforall #stayhomestaysafe #employeeexperience
#employeesmatter #wearhiringnow #experiencemakers #newhires
#welcome #adobelife #wearhiring

* NO ESTOY RELACIONADO CON ESTA EMPRESA.





Scotiabank

● Empresa activa

- [Resumen](#)
- [Opiniones 8,7k](#)
- [Empleos 2,6k](#)
- [Sueldos 9,5k](#)
- [Entrevistas 1,5k](#)
- [Beneficios 2,1k](#)
- [Fotos 45](#)

Seguir

+ Añadir una opinión

Resumen de Scotiabank

Sitio web:	http://www.scotiabank.com	Sede:	Toronto, Canadá
Tamaño:	Más de 10 000 empleados	Fundada en:	1832
Tipo:	Empresa privada (cotiza en bolsa) (BNS)	Sector:	Banca y actividades crediticias
Ingresos:	Más de 10 000 millones (USD)		

Competencia: RBC [→ Comparar con otra empresa](#)

Scotiabank is one of the leading foreign banks serving large national and multinational corporations in the U.S. through its Global Banking and Markets, Global Transaction Banking and Wealth Management business lines.



Scotiabank

Califica a esta empresa

Inicio > Empresas > Scotiabank

Puntuación Cultural



La cultura general de Scotiabank está clasificada **B**

Dimensiones de la cultura mejor valoradas

- Gerente **A+**
- Equipo Ejecutivo **A**
- Calificación del CEO **A-**
- Liderazgo/Directiva **A-**

Calificación del CEO

Mejor 15%



Brian Porter
76 / 100

Trabajas en Scotiabank? Ayúdanos a hacer esta empresa más transparente.

Puntuación de Género

MEJOR
25%

Actualmente, Scotiabank se encuentra en el **25% Mejor** de empresas de tamaño similar en Comparably

6

Tener un
sistema
precario de
indicadores

3 tipos de indicadores:

- De gestión.
- De impacto.
- Vanidosos.

3 tipos de indicadores:

- **De gestión.**
- De impacto.
- Vanidosos.

3 tipos de indicadores:

- De gestión.
- De impacto.
- **Vanidosos.**

Indicadores de **impacto**

VENTAS

RRHH

MARKETING

VENTAS

prospectos generados
vía *social selling*.

clientes convertidos
iniciados vía *social selling*.

Total de ingresos
generados vía *social selling*.

RRHH

Nivel de *engagement*
interno (mediante una
encuesta de clima laboral).

Sentimientos de
colaboradores asociados
con la empresa.

% de nuevos postulados
por nuevas vacantes.

Contratación y retención
de talento cualificado.

MARKETING

Estado actual de reputación
digital: menciones + sentimiento
+ cantidad de personas
hablando de la marca.

% de impresiones y alcance de
hashtags utilizados.

Perfil de audiencia: *¿Match?*

% engagement de la marca en
internet.

Atributos asociados a marca.

Tengan siempre presente:

- Los programas de embajadores de marca deben ser un esfuerzo conjunto, de áreas clave.
- Seleccionen a los embajadores de marca de forma estratégica e inteligente.
- Cada nuevo grupo de embajadores debería activarse cada 4 o 5 meses.

Tengan siempre presente:

- La formación continua y gestión permanente son clave.
- Trabajen por un abordaje digital integral.
- Las métricas de impacto son las relevantes y las que mantienen contentos a los líderes.
- Un buen programa de embajadores de marca se convierte en **una cadena de favores dentro y fuera de la organización.**



Sigamos conectados

RECUERDA: MI NOMBRE ES GABRIEL PATRIZZI



Aquí te dejo todas
mis coordenadas.