



ESTUDIO DE  
COMUNICACIÓN

## ROADSHOW

thyssenkrupp

### *PUNTO DE PARTIDA*

Organizamos con el equipo de Comunicación de Thyssenkrupp Elevator SEAME unas Jornadas Internas para dar a conocer a toda su plantilla un cambio de estrategia adaptado a la nueva situación del mercado y presentar el nuevo equipo de dirección.

### *RETO*

Teníamos dos objetivos principales:

1. Proyectar una imagen de empresa innovadora, comprometida e involucrada con sus empleados.
2. Establecer un proceso de Comunicación Interna fomentando la participación de todos los trabajadores.

Además de fomentar el orgullo de pertenencia al Grupo, aumentar la motivación y mejorar el clima laboral, las jornadas buscaban hacer la empresa más transparente a ojos de los empleados.

## ¿CÓMO LO HICIMOS?

Organizamos las jornadas en dos tandas.

- Invitamos a más de 3.700 empleados repartidos en todo el territorio español.
- Elegimos lugares exclusivos como el Museo Chillida-Leku de San Sebastián.
- Creamos un Mini-Site específico donde todos los empleados tenían acceso a la información detallada.
- Establecimos un diálogo entre la dirección y los empleados con la proyección de un vídeo corporativo.
- Finalmente, todos los participantes estaban invitados a un cóctel.

## RESULTADOS

Las jornadas abrieron una vía de **Comunicación con los empleados** que fue muy bien acogida. Se pudo ver una actitud positiva de ambas partes y los empleados de Thyssenkrup se quedaron satisfechos con **la cercanía, la apertura y la transparencia mostradas por la dirección de la Compañía.**

