



WE ARE NEOS



CATEGORÍA

7 Campaña de comunicación interna

CAPÍTULO

General

TÍTULO DEL PROGRAMA

WE ARE NEOS

COMPAÑÍA

NEORIS

DEPARTAMENTO QUE DESARROLLÓ EL PLAN

Marketing y Comunicaciones

PERSONA/S RESPONSABLE/S DEL PLAN DE COMUNICACIÓN

Jorge Lukowski

Global Director of Marketing & Communication

María Julia Compiano

Global Marketing Manager

Nicolás Carmona

Global Internal Communication

Cynthia González

Global Branding Manager

Martin Dubovich

Global Motion and Graphic Designer

NEORIS



NEORIS es un acelerador digital global que entiende el vertiginoso ritmo con que suceden los cambios y, con ello, los enormes desafíos y oportunidades que tienen las organizaciones. Con más de 20 años de trayectoria en el mercado y presencia en 13 países, tenemos nuestra sede principal en Miami, Florida, y contamos con operaciones en EE. UU., Europa, América Latina e India.

Estamos comprometidos en ayudar a las empresas a dar el salto hacia la innovación para avanzar hacia la transformación digital de sus organizaciones. Para ello, combinamos un profundo conocimiento de las industrias y los mercados, con el expertise tecnológico de nuestros profesionales para diseñar, desarrollar e implementar soluciones personalizadas que les permitan a nuestros clientes superar sus desafíos, generar un crecimiento y promover cambios reales en sus modelos de negocio.

Si bien a lo largo de estos años nos expandimos globalmente y crecimos en diferentes industrias, mantenemos el espíritu de una Start Up y nos regimos por valores únicos que nos unen y representan. Concebimos a NEORIS no como un lugar donde las personas simplemente van a trabajar, sino como un ambiente creativo que desafía nuestro pensamiento todos los días junto a colegas que contagian la pasión por innovar.

En los últimos años, la pandemia revolucionó la manera en la que trabajamos e impactó en la dinámica del mercado laboral y la industria IT no fue ajena a esto. Esta nueva realidad—apalancada por años de crecimiento exponencial del sector—provocó una mayor demanda de perfiles profesionales asociados a los procesos de transformación digital, así como una necesidad de fortalecer la fidelización de los talentos.

Este contexto, sumado a nuestro objetivo de 2023 de sumar a +2.000 profesionales a la compañía, nos llevó a reforzar nuestro plan de atracción y retención de talentos, a través del diseño de una estrategia de comunicación interna que nos permitiera avanzar en el cumplimiento de estas metas. Nuestro deseo es lograr que, sin importar dónde se encuentren, los talentos se sientan parte de un todo y un único equipo. Estamos convencidos de que el combustible sobre el cual construimos nuestra cultura de trabajo y las relaciones, están basadas en que le damos la bienvenida a las distintas perspectivas y el pluralismo. Aun siendo diferentes, multiculturales y diversos, somos parte de un todo.

WE ARE NEOS es la primera campaña de este tipo, desarrollada usando la Inteligencia Artificial para reflejar la cultura y valores de la compañía, fortalecer el sentido de pertenencia, afianzando nuestra identidad como NEOS. Damos la bienvenida a las distintas perspectivas y el pluralismo es el combustible sobre el cual creamos nuestras soluciones disruptivas. Es por medio de esta cultura que producimos trabajo de calidad y cultivamos relaciones a largo plazo.



Propuesta / enunciado de campaña

Para seguir avanzando con el trabajo realizado en materia de cultura organizacional, fuimos un paso más allá con una estrategia de comunicación interna para consolidar nuestra identidad corporativa.

Realizamos un análisis de la competencia para conocer cómo otras empresas les dan una identidad a sus profesionales y del benchmark surgió que los nicknames son una manera de comunicar los beneficios que ofrecen las compañías y, además, se usan en toda comunicación o evento interno y externo.

Concibiéndonos como un único equipo, aprovechamos el Mundial de Qatar y convocamos (10/22) a los colaboradores para que eligieran el nombre que más los representara.

El nombre elegido fue NEOS. Así nació la Campaña WE ARE NEOS, por lo que se empezó a utilizar el nombre para que los talentos y público externo se apropiaran de la nueva identidad.

Decidimos implementar el nombre NEOS de manera transversal en las diferentes iniciativas, programas, dinámicas o, incluso, hashtags para redes sociales.

Ver Anexo

Qué significa ser un NEO

En NEORIS nos regimos por dos principios básicos sobre los que fundamentamos nuestra marca.

NEORIS = NEO (*Elemento prefijal de origen griego que entra en la formación de nombres y adjetivos con el significado de 'nuevo', 'reciente'*) + **ORIS** (*Palabra de origen griego cuyo significado implica 'mirada', 'visión'*).

Partiendo de esta base, el concepto NEOS adquiere más relevancia y nos ayudó a definir el por qué nos llamamos NEOS y cómo somos:

- Porque somos parte de un equipo que **avanza como una unidad**.
- Porque en cada uno de nosotros **existe un talento y creatividad sin igual, así como la capacidad de imaginar y crear el futuro**.
- Porque somos una comunidad en **desarrollo continuo, que se fortalece en cualquier situación**.
- Porque **nuestra multiculturalidad nos enorgullece. Nuestras diferencias nos ayudan a aportar valor en cada oportunidad** que se nos presenta.
- Porque no solo **provocamos el cambio, sino que aceleramos ese cambio positivo**.
- Porque siempre **evolucionamos hacia lo nuevo e innovador**.



A partir de esto, también decidimos crear nuestro propio manifiesto NEO, el cual fue compartido con toda la comunidad de NEORIS a través de diversos canales.

Ver Anexo (Manifiesto NEOS).

Objetivos de la Campaña

Decidimos que la Campaña We Are NEOS tendría dos objetivos:

- 1. Atracción de Talentos:** Fortalecer las estrategias de Marca Empleadora y Marketing de Reclutamiento, convirtiendo a los NEOS en influenciadores de marca, a través de una iniciativa que refleje los valores y la personalidad de NEORIS. La meta de 2023 es sumar a +2.000 profesionales.
- 2. Cultural Awareness:** Desarrollar una estética gráfica conceptual centrada en los talentos para fortalecer el sentido de pertenencia y promover la identificación como NEOS de quienes hacen parte de la compañía. Nos fijamos como meta aumentar en un 80% la lealtad de los talentos (employee loyalty), ya que profesionales con un sentido de pertenencia fuerte están motivados a dar la milla extra para ofrecer lo mejor, priorizando la calidad y la excelencia.

Por otro lado, quisimos que la estrategia estuviera no solo alineada con las tendencias y los avances de las tecnologías en el mercado, sino con las soluciones que ofrecemos a nuestros clientes, especialmente aquellas que hacen uso de la Inteligencia Artificial.

Públicos Objetivo

- **Interno:** La comunidad de NEORIS.

Canales de comunicación y Cronograma

Los canales utilizados fueron:

Interno



Mailing

Newsletter



Desarrollo / ejecución del plan

Cuando definimos el nombre de NEOS para los talentos y poner en marcha una estrategia de comunicación interna para potenciar la Marca Empleadora y el Marketing de Recruitment, supimos que los NEOS serían los influencers perfectos para hablar de los que somos, de nuestra diversidad cultural, valores y lo que ofrecemos.

Por ello, en diciembre de 2022, evolucionamos la Campaña WE ARE NEOS y diseñamos una iniciativa —la primera en su tipo— que consistía en generar avatares reales y modernos de nuestros talentos, utilizando la Inteligencia Artificial. Quisimos dejar de utilizar imágenes de stock de personas con las cuales no sentíamos afinidad y nos concentramos en reflejar nuestra autenticidad.

Desde el equipo de branding, ahondamos en cómo aprovechar la IA e investigamos cerca de 50 herramientas de IA diferentes. (Stability.ai, Dreambooth, Dall.E 2, Chat GPT, GFPGAN, ClipDrop, Midjourney, ElevenLabs, Runway and Upscale.media).

Igualmente, indagamos en cómo era nuestro público objetivo: profesionales jóvenes, amantes de la tecnología, con estilo de vida flexible, divertidos, modernos, aficionados al gaming y al streaming, con un espíritu curioso y disruptivo, y usuarios de plataformas como YouTube, Twitch, TikTok e Instagram, entre otras.

Encontramos que su estética gira alrededor de las formas futuristas y los colores neón, proyectando la sensación de movimiento, evolución y fluidez. Basados en esto, conjugamos las mejores herramientas de IA y otras propias del diseño y lo potenciamos con la creatividad del equipo de diseño. El resultado: avatares personalizados, consistentes, diferentes, innovadores y únicos en su tipo.

Video - Evolución de los NEOS

A partir de estos conceptos, trabajamos en el Toolkit y branding de WE ARE NEOS, aplicando los mismos principios. Este Toolkit se integró con las imágenes de los avatares para la construcción de piezas y material gráfico que se divulgaría a en diferentes canales internos y externos.

Ver Anexo

Igualmente, se realizó merchandising y materiales para eventos, así como backgrounds para Teams o redes sociales para los NEOS.

La Campaña WE ARE NEOS ha sido desplegada en diferentes etapas, a través de distintas acciones que continuarán a lo largo del año.



Definido el nombre NEOS en octubre, se iniciaron diferentes acciones:

- Durante todo enero de 2023, **se entregaron mensajes vía email, Snapcomms y Workplace** invitando a los talentos a participar de la iniciativa para la creación de los avatares. Para ello, los talentos debían completar un formulario y cargar sus fotografías.
- Finalizada la inscripción, **el equipo de diseño y branding comenzó a trabajar en el diseño de los avatares**, los cuales, desde entonces, se han publicado en redes sociales internas y externas.
- Asimismo, **el NEONews, newsletter interno, se vistió de NEOS. Este es el canal de comunicación donde damos a conocer las noticias, hitos, eventos e iniciativas** que se llevan adelante en todas las oficinas de NEORIS alrededor del mundo.
- Realizamos el primer evento **NEOWomen, el cual se realizó el 10 de marzo en Monterrey (México), en el marco del Mes de la Mujer**. El encuentro, concebido como una acción tanto interna como externa, reunió a **10 destacadas mujeres que apoyan e impulsan la inclusión, la diversidad y el empoderamiento femenino**. En esta primera versión de NEOWomen se diseñaron, además, materiales como backgrounds para Teams, agendas y stickers, los cuales fueron entregados a los asistentes. A lo largo de 2023, se espera realizar iniciativas similares: NEOKids, NEODiversity, etc.
- Campaña interna para **motivar a los talentos a que compartan en sus redes** los posts más relevantes de la campaña #WeAreNEOS.

Resultados y evaluación

Desde que se gestó la idea y se pusieron en marcha las diferentes acciones que hacen parte de la Campaña WE ARE NEOS, los resultados más destacaron son los siguientes:

Comunicación Interna

- **Convocatoria a los talentos para buscar el nombre:** +75% de los talentos eligió el nombre (NEOS) que los representa.
- **Email de convocatoria para la creación de avatares:** 889 talentos completaron el formulario y enviaron sus fotos para crear sus avatares.
- **Comunicación a través de WorkPlace:** 1,127 personas activas en los grupos donde se compartió la comunicación.
- **Email a los talentos para llevar tráfico a las redes:** 17% de engagement
- **Materiales gráficos como Backgrounds y covers para Redes Sociales:** 1,043 NEOS descargaron los materiales
- **Newsletter interno:** 692 descargas, en este canal de comunicación damos a conocer las noticias, hitos, eventos e iniciativas más importantes que se están desarrollando en los diferentes países.
- **Evento NEOWomen:** Al encuentro, que se realizó en formato híbrido, asistieron 379 talentos (95 de forma presencial y 284 vía streaming, provenientes de todas las regiones donde opera NEORIS).



La campaña WE ARE NEOS fue complementada con otra serie de acciones externas con importantes resultados:

- Redacción de un [comunicado de prensa](#), publicado en el sitio web y gestionado con las agencias de medios con las que trabajamos en USA, México, Colombia, Chile, Argentina y España. La noticia tuvo **270 impactos en medios**.
- Creación de [página de WE ARE NEOS](#), a manera de **onboarding para nuevos talentos de NEORIS**.
- Campaña de Email Marketing para comunicar la **noticia a clientes, proveedores, organizaciones, asociaciones, entre otras**.
- La [página de Cultura](#) también se vistió de NEOS y fue el lugar de destino de la campaña en redes sociales (campañas orgánicas y pagas + Google Display). **Se lograron +24.000 visitas a la página, +3000 visitas al formulario y 104 postulaciones recibidas**.
- La respuesta y engagement en redes sociales ha sido muy relevante, **consiguiendo un aumento en la apropiación y reconocimiento de la marca y del nombre NEOS**.

Conclusión

Uno de los grandes desafíos de las organizaciones de hoy está en buscar que la innovación y la creatividad sean el eje de sus estrategias de comunicación interna, especialmente en un mercado en donde los profesionales calificados tienen altos niveles de rotación y son altamente demandados.

En NEORIS, quisimos ser pioneros y buscamos la mejor manera de conjugar la tecnología, que es nuestro core de negocio, con el deseo de seguir nuestro camino de crecimiento y de consolidarnos como una de las mejores empresas para trabajar.

Con WE ARE NEOS logramos crear un concepto sólido para, a partir de ahí, generar piezas innovadoras y atractivas que hablaran de quiénes somos y lo que tenemos para ofrecer a quienes están buscando un lugar en el mundo IT. Hoy, nuestros talentos se están apropiando cada vez más de lo que significa ser parte de NEORIS y se sienten identificados con nuestra cultura y valores, adoptando tanto interna como externamente la identidad NEO.

WE ARE
NEOS



¡Gracias!

NEORIS