



TÍTULO DEL PROGRAMA:

## **The Doors**

CAPÍTULO:

**INTERNACIONAL GENERAL - CAMPAÑA CHILE. Y SUDAMÉRICA HISPANA**

CATEGORÍA:

**6 - COMUNICACIÓN DE IDENTIDAD CORPORATIVA**

NOMBRE DE LA COMPAÑÍA O INSTITUCIÓN:

**ACCENTURE**

DEPARTAMENTO, ÁREA QUE DESARROLLÓ EL PLAN:

**ÁREA DE PEOPLE COMMUNICATIONS DE ACCENTURE Y ÁREA CREATIVA (AGENCIA DE COMUNICACIÓN)**

PERSONAS RESPONSABLES DEL PLAN DE COMUNICACIÓN:

- Patricia Díaz, Talent Brand Associate Manager de Accenture Chile.

# **Introducción (planteo y diagnóstico)**

## Sobre Accenture

Accenture es una compañía global líder en servicios profesionales que ayuda a las principales empresas, gobiernos y otras organizaciones del mundo a construir su núcleo digital, optimizar sus operaciones, acelerar el crecimiento de los ingresos y mejorar los servicios al ciudadano, creando valor tangible a velocidad y escala. Somos una empresa liderada por el talento y la innovación con 738.000 personas que atienden a clientes en más de 120 países. La tecnología está en el centro del cambio actual, y somos uno de los líderes mundiales en ayudar a impulsar ese cambio, con sólidas relaciones con el ecosistema. Combinamos nuestra fortaleza tecnológica con una experiencia inigualable en el sector, conocimientos funcionales y capacidad de prestación de servicios a escala mundial.

Somos los únicos capaces de ofrecer resultados tangibles gracias a nuestra amplia gama de servicios, soluciones y activos en Estrategia y Consultoría, Tecnología, Operaciones, Industria X y Accenture Song. Estas capacidades, junto con nuestra cultura de éxito compartido y el compromiso de crear valor 360°, nos permiten ayudar a nuestros clientes a alcanzar el éxito y construir relaciones duraderas y de confianza. Medimos nuestro éxito por el valor 360° que creamos para nuestros clientes, entre nosotros, para nuestros accionistas, socios y comunidades.

## **LA PROBLE MÁTICA:**

La oferta de Accenture es tan amplia que la mayoría de los estudiantes no saben qué es y qué hace Accenture.

## **Propuesta/enunciado de la campaña (estrategia)**

Las empresas que tienen su núcleo en la tecnología están experimentando un gran momento, Accenture está experimentando un gran momento. Esto ha desatado una carrera para atraer a los mejores talentos. La situación del trabajo desde casa nos permite expandir la búsqueda de este talento a todo el país, no solo a las ciudades donde Accenture tiene oficinas físicas. Con esta campaña buscamos diferenciarnos de la competencia a través de una acción de reclutamiento impactante.

Trabajamos junto a una agencia una campaña de posicionamiento y reclutamiento en universidades llamada The Doors.

Siendo conscientes de que muchas de las soluciones que ofrecemos se involucran conceptos técnicos y muy específicos, lo que dificulta la comprensión de qué es y qué hace Accenture. Es por esto que buscamos una manera atractiva e innovadora de explicarlo a los futuros profesionales, teniendo como objetivo compartir con estudiantes universitarios el mundo de oportunidades que Accenture les ofrece.

La campaña consistió en una experiencia inmersiva de cinco puertas que permite a los participantes sumergirse en lo que somos, en nuestro propósito, y en conocer como innovamos y las razones por las que los estamos buscando.

El proyecto se enfoca al 100% en estudiantes universitarios que estén en sus últimos años de carrera, a punto de graduarse y que buscan una nueva oportunidad laboral. Además, esto nos permite centrarnos en los docentes que ayudaron a compartir nuestro mensaje con los estudiantes, sirviendo como punto de contacto para ir desarrollando otras iniciativas conjuntas.

## **Desarrollo/ejecución del plan (tácticas y acciones)**

La campaña se basa en una serie de puertas que mostrarán los diferentes aspectos de lo que hacemos y lo que significa trabajar en Accenture. La actividad como guía creativa nos invita a considerar las puertas como una metáfora, una guía para desarrollar el conjunto central.

The Doors es una iniciativa a través de la cual la compañía presenta cinco puertas en las universidades, cada una con diferentes temas. Entre las temáticas se encuentran:

- 1) Futuro Innovador, donde la tecnología es potenciada por el propio ingenio de las personas.
- 2) Futuro Inspirador, donde se podrán generar cambios positivos y duraderos.
- 3) Futuro Empoderante, donde se podrá seguir aprendiendo y creciendo como profesionales.
- 4) Futuro Apañador, donde serán valorados por un entorno inclusivo y diverso.
- 5) Tu Futuro, un futuro esperando por ellos, un futuro donde marcarán la diferencia.

## **LA MUESTRA:**

estuvo presente en 10 universidades y 4 ciudades de Chile entre el pasado 15 de marzo y el 4 de mayo de 2023.

## **10 UNIVERSIDADES:**

Concepción:

Universidad de Concepción – 15 y 16 de marzo

Universidad del Bío Bío – 21 y 22 de marzo

Viña del Mar:

Universidad Adolfo Ibáñez – 27 y 28 de marzo

Valparaíso:

Universidad Técnico Federico Santa María – 30 y 31 de marzo

Universidad de Valparaíso – 4 y 5 de abril

Universidad Católica de Valparaíso – 3 y 4 de mayo

Santiago:

Universidad Adolfo Ibáñez – 17 y 18 de abril

Universidad Católica (San Joaquín) – 20 y 21 de abril

Universidad de Chile – 25 y 26 de abril

Universidad Técnico Federico Santa María – 27 y 28 de abril

## **4 CIUDADES:**

Concepción, Viña del Mar, Valparaíso y Santiago

## **LAS CHARLAS:**

En cada visita a las universidades incorporamos charlas con expertos en temas como Metaverso, Inteligencia Artificial, Industry X y Ciberseguridad. A partir de esto, fuimos invitados a ser parte de la inauguración del año académico en la Universidad de Valparaíso.

## **Resultados y evaluación**

Nos sentimos muy contentos por los logros obtenidos con nuestra campaña y felices por los + de 6000 estudiantes que abrieron las puertas. De 200 a 400 asistentes por día.

- Conexión y enlace con docentes y profesionales de las universidades.
- Buena recepción en publicaciones de campaña en medios digitales.
- Reposteo de alumnos y universidades.
- El impacto de nuestra campaña fue destacado en distintos canales de comunicación lo que potencio el resultado que obtuvimos dándonos mayor visibilización a la innovación por la que trabajamos.

