



## Comunicar Sentido Tiene mucho Sentido

Comunicar está bien, pero saber por qué comunicar y qué comunicar está mejor. En Avalanche, desde siempre, ayudamos a los dirigentes a definir lo que es y lo que quiere llegar a ser su empresa. Dando un sentido a la empresa, damos sentido a su comunicación. El impacto y la coherencia que se derivan de este ejercicio permiten optimizar el tiempo, el dinero y la energía destinados a la comunicación.

Comunicación interna y externa de Proyectos de Empresa

### No se cambia un equipo ganador

#### Psion Teklogix

En 1994, Teklogix consultó a varias agencias para poner en marcha una campaña de publicidad en prensa anunciando su nacimiento. Avalanche ganó el concurso proponiendo algo muy diferente: un seminario en el que se definiera el Proyecto de Empresa, a partir del cual pudiéramos identificar un concepto y una dinámica de comunicación. Durante siete años, esto ha dado un hilo conductor a los mensajes y a los medios. En ese tiempo, Teklogix ha multiplicado por cinco su plantilla y por diez su facturación, gracias a sus personas, sus productos y su comunicación, en la cual se implicó desde el principio la Dirección General. A finales del 2000, Teklogix se fusiona con Psion Enterprise: más personal y más productos en un área de influencia geográfica mucho más amplia. Es el momento de actualizar el Proyecto de Empresa y su comunicación.



### No se cambia un buen método

Durante un día, ayudamos al Comité de Dirección a expresarse espontáneamente y de forma consensuada sobre los retos, puntos fuertes y débiles de la empresa, sobre la lógica del personal y de los clientes actuales y potenciales y, también, sobre sus propias voluntades personales. A continuación, procedemos a un trabajo de análisis, síntesis y reflexión sobre el conjunto de las informaciones recogidas. Con todo ello se redacta un documento conciso que enriquecemos, modificamos y validamos con el Comité de Dirección a lo largo de otra

jornada de trabajo. Este documento define la Visión, la Misión, los Valores, los puntos fuertes y débiles, y los compromisos de la empresa. Define, sobre todo, los tres componentes clave que van a permitir federar sus mensajes y sus energías internas (de todo su personal, desde los dirigentes hasta el más modesto o reciente colaborador), y también sus mensajes externos a escala comercial e institucional:

- Su oficio: campo de competencias.
- Su personalidad: la idea cierta y deseada, específica y distintiva, creíble y motivadora, que todos, en la empresa, se hacen sobre su oficio y la forma de ejercerlo.
- Su universo de expresión, su estilo: el vocabulario, el tono, las representaciones gráficas, los códigos de colores, el grafismo... que caracterizan el conjunto de las formas de comunicación interna y externa de la empresa.

A partir de todo esto, buscamos las palabras y las imágenes que van a simbolizar la ambición de la empresa, facilitar su comprensión por sus públicos internos y externos e invitarles a sumarse al proyecto. En ese sentido, ponemos en marcha todas las herramientas de información necesarias y suficientes.

### Los 3 componentes de Psion Teklogix y su Concepto de Comunicación

**Oficio:** "Expertos en concepción, fabricación, instalación, mantenimiento y soporte de productos y soluciones de informática móvil, adaptados a las necesidades más exigentes en todos los sectores de actividad".

**Personalidad:** "Talentos y compromiso".

**Universo de Expresión:** "Espíritu de experto".

**Concepto de Comunicación:** "Psion Teklogix ha sabido crear e insuflar a todos sus miembros ese 'suplemento de alma' que hace que los Michael Jordan o los Shaquille O'Neal puedan no solamente hacer milagros en solitario, sino que sean capaces de fusionar su talento con el conjunto del equipo y darle una sinergia que lo hace imbatible. Es el equipo ideal, en el que los mejores profesionales del sector sueñan jugar. Porque es el mejor. El equipo que gana todos sus partidos. El equipo que hace soñar. El equipo Psion Teklogix es el **Dream Team** del sector de la informática móvil. El compromiso de este Dream Team al servicio de la empresa le permite generar productos, ideas y servicios superiores en todos los aspectos a lo que se pueda encontrar en el mercado. De la misma forma que los talentos hacen de este equipo un **Dream Team**, su compromiso hace de la empresa, de sus productos y servicios, una **Dream Machine**. Un equipo de ensueño que hace un trabajo de ensueño: **Dream Team, Dream Machine**. Dos conceptos inseparables que constituyen la nueva identidad de Psion Teklogix".



El equipo de Avalanche y el comité de Dirección de Psion Teklogix (Francia, Benelux y África del Sur) entre dos brainstormings.



### La mejor solución, las personas

#### Reckitt Benckiser España

Avalanche ha colaborado con el departamento de Recursos Humanos de Reckitt Benckiser España en la búsqueda e identificación de un concepto que se está aplicando a todos los elementos de comunicación dirigidos al personal de la empresa. Esta línea comunicativa, fácilmente identificable, se basa en un logotipo y el lema "La mejor solución, las personas". Esta iniciativa responde a la voluntad de mejorar y dar un sentido a la comunicación emitida desde el

departamento de RR.HH. y procurar así hacerlo más accesible y cercano a todas las personas de la compañía. Esta acción se inscribe en la necesidad de mejorar por todos los medios un factor clave para el desarrollo de la compañía como es su Comunicación Interna. Tanto el logotipo como el lema La mejor solución, las personas quieren simbolizar la convicción de la Dirección sobre la importancia de las personas en una organización como Reckitt Benckiser. Además, estos dos elementos enlazan directamente con la definición de la Visión y los Valores de la organización.



## Dar a conocer un compromiso global

### Frigo

A la luz de los resultados de la encuesta de satisfacción y del ejercicio de autoevaluación llevado a cabo entre y por los empleados de la empresa, la Dirección de Frigo se planteó la necesidad de trabajar en la mejora de diferentes áreas conceptuales, básicas para el desarrollo organizacional y de los Recursos Humanos. A partir del modelo EFQM para la mejora de la gestión empresarial, Frigo se propuso avanzar en las áreas de Liderazgo, Comunicación y Cultura de Empresa. En el plan de acción de mejora del criterio Liderazgo se llevó a cabo, con la participación de directivos y managers, la definición del Compromiso Frigo. Avalanche ha ayudado a la Dirección de Recursos Humanos a poner en marcha diferentes acciones para dar a conocer al conjunto de la organización el Compromiso Frigo.

## Nuestro Compromiso

Nosotros, que formamos parte de esta Compañía y que compartimos la ambición por liderar el mercado, queremos vivir una organización apasionada, imaginativa, ágil y que nos estimule a desarrollar lo mejor de nosotros mismos.

**Por eso nos sentimos comprometidos a:**

- Satisfacer al consumidor ante todo y sobre todo
- Dar servicio a nuestros clientes por encima de su expectativas
- Nunca conformarnos con lo que hemos alcanzado, sino con lo que soñamos alcanzar
- Reconocer el trabajo en equipo como base del éxito de todos
- Estimular la curiosidad y compartir el conocimiento
- Simplificar

Respetamos y confiamos en el poder de nuestra gente y por eso apostamos porque 100% es posible, 100% de las veces.

Frigo

the imagination of beauty

## visión

La fuente de creatividad que inspira y sirve a los profesionales de la belleza y a los consumidores de todo el mundo.

## misión

The Colomer Group será un líder global reconocido en el sector de la belleza por sus productos, formación técnica y servicios vanguardistas. Doblaremos nuestras ventas en un período de cinco años al tiempo que creemos una empresa económicamente sólida y atractiva.

- Satisfacer a nuestros clientes.
- Seleccionando y fidelizando empleados excepcionales, apasionados por nuestro negocio, en una organización multicultural y basada en los méritos.
- Fidelizando el valor Colomer a través del conocimiento de cada una de sus marcas.
- Logrando la excelencia y las sinergias propias de una organización sin fronteras.
- Llegando a ser una marca líder con carácter emprendedor e innovador en el tratamiento de la belleza del cabello, de las uñas y el cuidado de la piel.

¡Poniendo pasión en todo lo que hacemos!

THE COLOMER GROUP

## The imagination of beauty The Colomer Group

Avalanche elaboró para The Colomer Group un plan de comunicación para dar a conocer a los 2.000 empleados que tiene en todo el mundo, la Visión, la Misión, los Valores y los Principios de la empresa. El concepto de comunicación, The imagination of beauty, fue el hilo conductor de una campaña de "popularización" de estos mensajes estratégicos lanzada en diferentes idiomas a través de un vídeo, folletos y carteles.

## valores

- Ser emprendedores
- Vivir el cliente
- Conseguir objetivos de negocio y de cuota de mercado

## principios

- Orientación a los empleados
- Ética personal y profesional
- Creatividad
- Responsabilidad social
- 4R (Reorganizar, Reingeniería, Reducir costes, Reinventar)
- Organización homogénea, versátil y descentralizada

the imagination of beauty

THE COLOMER GROUP

