

People Engagement Pyramid: el primer modelo que permite identificar el nivel de *engagement* de una organización según la madurez de su comunicación interna

- La consultora experta en Comunicación Interna y People Engagement ha diseñado el primer modelo que tiene como objetivo facilitar que las compañías mejoren el compromiso de sus personas.
- Como parte de su alianza con BridgeWhat, hasta el 21 de junio ofrecerán una evaluación 100% gratuita con informe de resultados individualizado a todas las organizaciones que necesiten potenciar su crecimiento.

8 de junio de 2021. Las organizaciones saben que para crecer es clave conseguir el compromiso de sus personas. El último informe Employee and Performance Gallup 2020 recoge que las empresas con buenos niveles de *engagement* tienen hasta un 81% menos de absentismo, logran un 18% más de productividad y un 23% más de rentabilidad.

Para ayudar a las empresas que necesitan seguir mejorando sus niveles de crecimiento, PrideCom ha diseñado la **People Engagement Pyramid © PrideCom**: un modelo basado en 6 niveles de madurez en comunicación interna que están presentes hoy en día en las compañías y que ayuda a predecir el nivel esperado de *engagement*. Dependiendo de en qué punto se encuentre, la organización puede esperar un nivel de compromiso en sus empleados y equipos. PrideCom identifica, además, qué activadores se pueden poner en marcha para subir de nivel, así como los indicadores a implementar para medir el éxito de la estrategia.

“En estos 8 años he podido constatar que cuanto más madura está la comunicación interna de una organización, más comprometidas y enganchadas a la marca están sus personas. La relación directa es clara y la pirámide nos ayuda a ver esos escenarios, pero también a entender cuáles son las iniciativas capaces de activar el engagement para que suba de nivel”, explica Sonia Ruiz Moreno, CEO de PrideCom.

Evaluación 100% gratuita para las organizaciones

Dentro del marco de su alianza con BridgeWhat y en línea con el compromiso compartido con el crecimiento de las organizaciones, ambas compañías ofrecerán durante hasta el 21 de junio a sus socios y clientes una evaluación 100% gratuita para descubrir en qué nivel se encuentran. Además, con el informe de resultados las organizaciones participantes recibirán una propuesta de acciones personalizada para subir el nivel de su *engagement*.

Paulo Morgado, cofundador de BridgeWhat, asegura que *“si hablamos de crecimiento empresarial, debemos tener muy en cuenta a las personas que pueden hacerlo posible. Si no están por la labor, va a ser muy difícil conseguir los resultados esperados. Estamos completamente alineados con PrideCom y su visión y creemos que esta medición aporta un gran valor a las corporaciones y el punto de partida que necesitan para poder crecer”*.

PrideCom

Es una Consultora de experiencia empleado y comunicación interna creada en 2013 por Sonia Ruiz y Sergio García de Pablo para acompañar y dar soluciones a empresas de diferentes sectores a través de un equipo de profesionales capaz de entender las necesidades relativas al *engagement* y los procesos de RRHH de cada organización, y de convertir esos proyectos en campañas atractivas y eficaces capaces de movilizar a los equipos hacia un objetivo común.

Durante su trayectoria, PrideCom ha puesto en marcha un amplio abanico de proyectos de mejora de experiencia empleado, de gestión del cambio, cultura y valores, marketing interno y RRHH, canales digitales y eventos para empresas como CEPSA, Roche, Accenture, Red Eléctrica de España, JTI o McDonald's entre muchas otras.

BridgeWhat

Es una *start up* fundada por Ana Paula Reis y Paulo Morgado que pone en contacto a clientes de medianas y grandes empresas de España y Portugal que quieren crecer con empresas que aspiran a ser las mejores de su sector. Lo hacen a través de una plataforma B2B que utiliza una metodología de 20 Palancas de Crecimiento organizada entorno a cinco etapas que engloban aspectos como el marketing digital, el CRM, la eficacia de la fuerza de ventas, la cocreación, la fijación de precios, la fidelización o el desarrollo de la marca. Todo ello bajo la supervisión y acompañamiento de una red de colaboradores (Advisors y Associates) que en función de cuatro paquetes con aportaciones variables que ofrece BridgeWhat, dan unos servicios y herramientas concretas a los clientes.

Contacto prensa:

Sonia Ruiz Moreno

91 795 80 11

sonia@pridecom.es