
Nestlé aplica la filosofía startup a su estrategia digital

- Nestlé España apuesta por integrar la estrategia digital en la Compañía a través de la difusión del conocimiento digital de sus empleados.
- La NESTLÉ DIGITAL ACADEMY, en marcha desde 2015, ya ha ofrecido formación a 1.300 empleados de ámbitos muy diversos: ventas, marketing, finanzas, recursos humanos, *supply chain*... Este año se sumarán otros 400 trabajadores.
- Además, gracias a un ambicioso programa de aceleración digital —dirigido a perfiles muy especializados de la compañía—, los empleados han creado y desarrollado 35 innovadores proyectos con componente digital que ya se han podido implementar en diferentes negocios.

Esplugues de Llobregat, 06 de abril de 2017.— La transformación digital es ya una realidad en Nestlé España. Ambiciosos planes de formación digital y la implementación real de proyectos de aceleración digital en los negocios de la Compañía, entre otras iniciativas, son claros ejemplos de ello.

Desde 2015, fecha en la que nació la NESTLÉ DIGITAL ACADEMY, la compañía ha ofrecido formación digital a 1.300 empleados. El objetivo es conseguir que los trabajadores sean los verdaderos impulsores de la transformación de la empresa. Así pues, especialistas de áreas tan diversas como Ventas, Marketing, Finanzas, Recursos Humanos o *Supply Chain* han recibido, de media, unas 50 horas de formación. Está previsto que este año se sumen otros 400 empleados.

«El gran reto al que nos enfrentamos es el de ser capaces de difundir el conocimiento digital en todos los niveles de la organización», afirma Neus Martínez, directora de Comunicación de Nestlé España. «Hacer partícipe de ello a la cúpula de la compañía convierte la transformación digital en una prioridad estratégica y garantiza su implantación real», añade Neus Martínez. Es precisamente por este motivo que los miembros del Comité de Dirección también reciben formación continua en esta materia.

Nestlé Digital Academy

La NESTLÉ DIGITAL ACADEMY es, sin duda, el catalizador para la transformación digital de la compañía. Coordinada por el departamento de Recursos Humanos y el Digital Acceleration Team (DAT) de Nestlé, y con el apoyo de la escuela ISDI, ha organizado cursos, conferencias y workshops para los empleados. En ellos han participado reconocidos expertos externos, entre los que cabe destacar figuras como Javier Rodríguez Zapatero, CEO de Google España hasta octubre de 2016, Rafel Feliu, Client Partner en Facebook, o Albert Serrano, Country Manager de Privalia, entre otros.

Ambicioso programa para perfiles especializados

Por otro lado, gracias a un ambicioso programa de aceleración digital —dirigido a perfiles muy especializados—, los empleados han creado y desarrollado 35 innovadores proyectos. Éstos han sido desarrollados con la filosofía propia de una *startup* basada en la inmediatez, gran capacidad de cambio, los procesos *test&learn* (prueba y aprendizaje) y la adaptación sobre la marcha.

Los participantes en este programa compaginan, durante 4 meses, su trabajo habitual con media jornada de formación y desarrollo de los proyectos. Fruto de esta formación intensiva han surgido más de una treintena de proyectos que hasta el momento se han implementado con éxito en diferentes negocios de la empresa. Un ejemplo claro fue la activación de la campaña de Navidad de chocolates que se llevó a cabo, en tiempo real, en Amazon. En sólo 3 meses, se pusieron en marcha diferentes formatos especiales, tanto de contenido como publicitarios. Así pues, durante la semana del *Black Friday* se contrataron espacios disponibles que consiguieron multiplicar las ventas de chocolates Nestlé en la web de Amazon. También se utilizaron nuevos servicios como *Prime Now* para incentivar la venta por impulso de bombones. El resultado, en ese caso, supuso un notable aumento de las ventas en la semana de Navidad.
