

# Proveedor Global de Materiales Avanzados de Ingeniería Utiliza una Intranet para Construir una Comunidad

Al buscar crear un portal de empleados más efectivo y mejorar la comunicación, Materion aumentó un 40% las vistas de páginas.

## Resumen

Materion, líder mundial en materiales avanzados de ingeniería, provee de componentes que aparecen en todo, desde teléfonos móviles y dispositivos médicos hasta sistemas de aviónica. Desde aleaciones y productos de berilio hasta metales compuestos, ópticas de precisión y más, Materion proporciona los materiales que hacen posible la innovación en otras industrias. Cuando necesitaron renovar sus herramientas digitales para conectar y apoyar mejor a los empleados, Materion actualizó su solución de Liferay existente.

[materion.com](http://materion.com)

## En Breve

**INDUSTRIA:** Manufactura

**PAÍS/REGIÓN:** Global

**CASO DE PRÁCTICO:**

Portal del empleado, Intranet

**CARACTERÍSTICAS PRINCIPALES:**

Gestión de contenido, conocimiento y experiencia; para una mayor participación de los empleados



**En cuatro meses tuvimos un aumento del 20% en las sesiones, 9% en las sesiones por usuario, 40% en las visitas a la página y una reducción del 24% en la tasa de rebote. En 90 días, nuestros números compensaron completamente nuestra inversión.**

Stacey Papp, Líder de Comunicaciones Globales

## Desafíos

- Falta de herramientas de comunicación claras y sencillas para conectar a los empleados globales que dependían de correos electrónicos
- Los empleados luchaban por encontrar contenido, políticas, estándares y otras pautas importantes
- La solución anterior no se había diseñado según la experiencia de usuario de los empleados siendo difícil su navegación y casi nula adopción

## Resultados



### **PARTICIPACIÓN MEJORADA AÑO TRAS AÑO**

Aumento del 18% en las sesiones y 47% en las visitas a la página



### **DATOS FÁCILMENTE ACCESIBLES**

Los usuarios ahora tienen un acceso fácil y claro a información clave como políticas, guías de referencia y un directorio de empleados



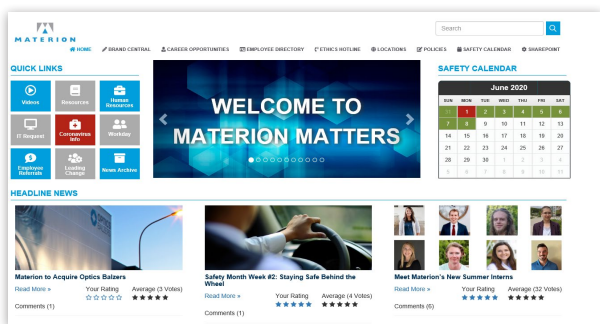
### **CONTENIDO QUE PROMUEVE LA CULTURA**

El mayor compromiso de los empleados ha convertido el contenido en una conversación, destacando y promoviendo la cultura corporativa al mismo tiempo que mejora la comunicación general

# Conectando a los Empleados Mientras Apoyan la Innovación

Los materiales que Materion provee no son pensados ni vistos por los consumidores. Esta empresa B2B produce aleaciones, compuestos, productos de berilio y otros materiales avanzados que hacen posible la tecnología y las innovaciones en numerosos sectores.

Con 2.600 empleados que necesitaban estar conectados para crear los mejores materiales posibles, la solución anterior desarrollada en Liferay se hizo pequeña para la realidad actual de Materion, y todavía existía una dependencia de la comunicación por correo electrónico.



La directora de comunicaciones globales, Stacey Papp, vio de inmediato la necesidad de actualizar la solución para empleados de la empresa. "Nuestra intranet funcionaba, pero no a la capacidad que debería o de la manera que queríamos. Sabíamos que podía ser más y nuestro objetivo era ponernos en marcha y hacer que eso sucediera".

A pesar de investigar otras opciones, Materion eligió actualizarse con Liferay por varias razones; una de las cuales es la autorización de seguridad necesaria para ser su proveedor. Además, Liferay DXP permitiría a Materion modernizar la solución existente y personalizarla para el caso de uso exclusivo del proveedor.

# Una Intranet Construida Pensando en una Mejor Comunicación

En el transcurso de cuatro meses, Papp investigó otras intranets, se inspiró en las mejores partes de su solución actual y desarrolló un plan. Luego se asoció con diferentes partes interesadas dentro de Materion para esbozar nuevos diseños y stacks, enfocándose en crear una intranet que ofreciera un soporte efectivo en toda la empresa. Según Papp, tenían una visión ambiciosa de cómo podría verse la intranet y cómo podría funcionar para satisfacer mejor las necesidades de comunicación de Materion mientras optimizaba la experiencia de los empleados.

"Comenzamos con la visión de crear una plataforma que los empleados pudieran usar para interactuar con contenido, ayudas laborales y noticias corporativas. Nos propusimos lograr ese objetivo realizando estudios de tiempos e interactuando con los empleados en varios roles para aprender sobre lo que querían de una intranet" dijo Papp. "Creo que el resultado superó nuestras expectativas y brindó a los empleados una valiosa plataforma de comunicación".

El *branding* se incorporó cuidadosamente en la solución del proveedor de materiales avanzados, cuyo nombre es "Materion Matters". Cada página se diseñó cuidadosamente, desde los gráficos hasta la navegación, para comunicar visualmente la marca y permitir que las personas encuentren exactamente lo que buscan y cuando lo deseen.

## Materion Matters Hace la Diferencia

Una página que necesitaba ser diseñada de una manera que fuese más fácil de usar era la página de políticas, que describía información importante como estándares de ética y cumplimiento, normas de

TI y varias otras pautas que la empresa usa a diario. Clave para la experiencia de los empleados y la política de la empresa, Papp lo rediseñó junto con los comentarios de diferentes departamentos internos para comprender los comportamientos de búsqueda y hacer que la experiencia de participación en el contenido sea más visual. Ahora los empleados pueden navegar fácilmente por las políticas para encontrar información importante.

Además, la página de inicio se reinventó para que fuera un centro de información, pero rápidamente se convirtió en mucho más. “Estaba tan emocionada de verlo convertirse en un vehículo para interactuar con las noticias y actualizaciones de la compañía”, dijo Papp. Los empleados rápidamente empezaron a leer historias que recalaban a equipos de todo el mundo, entrevistas con empleados y destacados eventos especiales como proyectos de servicio comunitario. El objetivo de usar la intranet para conectar a los empleados y cultivar la cultura de Materion fue un éxito tan grande que el contenido es programado para su publicación con dos meses o más de anticipación.

“

**Creo que el resultado superó nuestras expectativas y brindó a los empleados una valiosa plataforma de comunicación.**

Stacey Papp,  
Líder de Comunicaciones Globales

“El nuevo diseño de la intranet ayuda a que las personas se involucren con el contenido que es proporcionado. Nuestro objetivo principal es llegar

a nuestros empleados de todo el mundo con noticias de las instalaciones y esto nos ayuda a lograrlo. Lo que realmente ha sido esclarecedor es ver cómo los empleados se conectan entre sí, algunos que nunca se han conocido, a través de una historia o un comentario. De eso se trata la unidad”.

## Los Resultados

“En cuatro meses tuvimos un aumento del 20% en las sesiones, 9% en las sesiones por usuario, 40% en las visitas a la página y una reducción del 24% en la tasa de rebote. En 90 días, nuestros números consolidaron nuestra inversión por completo”.

Año tras año, esos mismos números nos siguen impresionando. De septiembre de 2018 a septiembre de 2019, Materion Matters experimentó un aumento del 18% en las sesiones, 47% en las visitas a la página, 26% en las páginas por sesión y 5% en la duración promedio de la sesión. Papp ve este compromiso como una medida alentadora de éxito y utiliza los datos para ajustar continuamente la intranet para satisfacer las necesidades de los empleados.

El equipo de Comunicaciones Globales publica contenido multimedia en la intranet aproximadamente tres veces por semana y ve un compromiso constante con subidas a intervalos predecibles cuando los empleados llegan a sus turnos o en las pausas para el almuerzo. Podcasts, videos e infografías, todos los cuales son nuevos medios de contenido para la intranet, así como las guías de referencia rápida y el directorio de empleados, ven volúmenes altos y constantes de actividad de los usuarios.

Al adaptar su intranet para satisfacer mejor las necesidades de los empleados, Materion pudo mejorar la comunicación y fomentar la cultura de la empresa.

Para obtener más información, comuníquese con [sales-latam@liferay.com](mailto:sales-latam@liferay.com).