



MetLife y la innovación de la mano de sus empleados

You are
LINUS



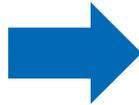
MetLife fomenta la participación y creatividad de sus empleados para mejorar la experiencia del cliente

El cliente como centro de nuestra actividad

Filosofía MetLife

Situar al cliente en el centro de toda nuestra actividad y trabajar en la diversidad de productos:

- Innovadores
- Específicos
- Orientados a sus necesidades



Nuestro lema

Ayudar a las personas a
SACARLE MAS PARTIDO A LA VIDA

Customer Centricity

Representa uno de los pilares estratégicos de la Compañía, impulsando la ambición de MetLife de hacer más grande, más fácil y mejor la experiencia del cliente.



Involucración de empleados en la cultura Customer Centric

- Nuestros equipos son la base de la estrategia centrada en el cliente; que la entiendan y se sientan involucrados es vital para la consecución del mismo
- Los empleados son un banco de ideas potenciales que han de ser escuchadas
- La **Campaña Global de Innovación: LINUS** es uno de los programas que nacen de la búsqueda de la participación e involucración de los empleados
- En esta campaña, ELLOS ERAN LOS PROTAGONISTAS:
 - Aportando todas aquellas ideas que puedan suponer una mejora en la Experiencia del Cliente
 - Decidiendo con votos y comentarios las más valoradas

The screenshot shows the LINUS MetLife website interface. At the top, there is a navigation bar with the LINUS MetLife logo and a search bar. Below the navigation bar, there is a main content area with a header "Campanha Inovação MetLife:" and a large image of colorful sticky notes. The text on the page describes the campaign's goal: "Inovar es responsabilidad de todos. Una empresa de clase mundial enfocada en sus clientes, hace que sea más fácil para llegar a lo que ellos quieren sin complicaciones, sencillo y en forma satisfactoria." It also encourages users to share ideas for improving the customer experience. Below the text, there are three tables: "Melhores Ideias por avaliação com e...", "Principais Contribuidores", and "Principais inovadores".

Campanha Inovação MetLife:

Inovar es responsabilidad de todos. Una empresa de clase mundial enfocada en sus clientes, hace que sea más fácil para llegar a lo que ellos quieren sin complicaciones, sencillo y en forma satisfactoria.

Comparte tus nuevas ideas para modificar o eliminar las innecesarias / excesivamente complejas políticas, procesos, procedimientos y Que en su camino nos Prevención de proporcionar al cliente una experiencia de clase mundial MetLife.

Considerar:

- > Debe ser capaz de poner en práctica la idea en un año o menos
- > La eliminación o la mejora de procesos ineficientes (interna o externa)
- > Ideas relativas a: las iniciativas de ahorro, servicio al cliente, las interacciones internas

[Colabora con otras ideas](#)

[Comparte tu idea](#)

Melhores Ideias por avaliação com e...		Principais Contribuidores		Principais inovadores	
Ideias / Ideias	Avaliação	Nome / Nombre	Posts / Mensajes	Nome / Nombre	Ideias / Ideias
1. Este é o título da minha ideia	4.0	1. Scott Kinneer	1	1. Scott Kinneer	1
		2. Jenny Wu	1		

¿Qué es LINUS?

MetLife ha puesto en marcha la **Campaña Global de Innovación LINUS a través de una plataforma online en la que los empleados pueden aportar ideas**, ayudar a desarrollar las de otros compañeros y colaborar en la implementación de las mejores propuestas a través de un sistema de votaciones.

- Herramienta social de uso por los empleados a nivel internacional.
- Fecha de lanzamiento en MetLife Iberia (España y Portugal): febrero 2014.



LINUS representa:

- Recopilación de todas las ideas a través de la misma plataforma.
- Todos los profesionales que forman MetLife colaboran juntos en el desarrollo de nuevas ideas.
- Centralización de las propuestas para que el equipo que gestiona la campaña pueda ordenar y evaluar las aportaciones.

¿Qué es LINUS?: Análisis del logo

“Tú eres LINUS”

Los profesionales de MetLife son nuestro mayor valor y queremos contar con ellos para crecer como compañía y ser los mejores en nuestro trabajo.

You are
LINUS



Quién es LINUS

Linus es uno de los mejores amigos de Snoopy, la mascota de MetLife. Linus es un niño inteligente, sensible y con grandes inquietudes intelectuales, valores que queremos reflejar en esta herramienta y en su utilidad.

Conceptos que engloba LINUS

- **Ideación:** Génesis y formación de nuevas ideas.
- **Colaboración** entre todos para darles forma.
- **Priorización** de aquellas que tienen más valor tanto para nuestros empleados como para nuestros clientes.
- **Selección** de las mejores ideas para ponerlas en práctica.

¿Qué es LINUS?

Organización de campañas

Canalización de las iniciativas de LINUS a través de campañas con una duración y finalidad específicas, en las que participan de forma activa todas las personas que forman MetLife buscando como objetivo común la innovación y la diferenciación para:

- Reforzar la implicación de los empleados como mayor valor y pilar fundamental de la Compañía.
- Fortalecer la fidelización y experiencia de los clientes a través de los productos y servicios ofrecidos.

Equipos de gestión de las campañas

Creación de equipos específicos formados por empleados de MetLife para el previo diseño de la campaña, puesta en marcha, seguimiento y evaluación de resultados:

- **Campaign Sponsor:** Líder de la campaña durante la preparación e implementación. Es la cara visible que comunica y pone al día a los empleados sobre el estado de la misma.
- **Campaign Managers:** Coordinadores de la campaña durante su ejecución, que cuenta con 4-5 personas de apoyo que dan seguimiento diario a la plataforma y a la recopilación y organización de ideas. Los Managers evalúan las ideas de acuerdo a unos criterios establecidos y participan en las decisiones de implementación.
- **Campaign Captains:** Capitanes de las campañas que cuentan con un equipo específico centrado en el seguimiento y la participación de los empleados, ayudándoles a utilizar LINUS para que aporten sus ideas, resuelvan dudas...



Primera campaña de LINUS en Iberia

Como parte de las iniciativas desarrolladas en LINUS, MetLife Iberia puso en marcha en febrero, coincidiendo con el lanzamiento de la plataforma, la primera campaña de la Compañía: *Campaña Global de Innovación de Customer Centricity*.

Objetivo

Al competir en un mercado maduro, MetLife siente la necesidad de innovar continuamente. Pensar diferente para ayudar a crecer el negocio en el área de operaciones globales y estar más cerca de sus clientes pasa por compartir ideas y buscar soluciones comunes entre todos los empleados que ayuden a alcanzar estas metas.

Cumple fielmente los valores principales de MetLife:



Poner a los clientes primero

Cuidar y respetar a los clientes es fundamental en todo el trabajo de MetLife.



Ser los mejores

Buscar incesantemente nuevas y mejores formas de hacer las cosas.



Hacer las cosas fáciles

Siempre buscando formas más sencillas de conectar a los clientes con las mejores soluciones.



Lograr el éxito juntos

Abiertos e inclusivos, adoptando y poniendo en práctica con orgullo las mejores ideas de todos los rincones de la Compañía.

Primera campaña de LINUS en Iberia

Descripción de la campaña

- **Duración:** del 24 de febrero al 21 de marzo de 2014.
- **Localización geográfica:** la campaña se ha desarrollado en 5 regiones de forma simultánea: Estados Unidos, Península Ibérica, Rusia, los países del Golfo y Japón.
- **Utilización de la plataforma para participar en la campaña:** una vez que se accede por primera vez a LINUS con el correo electrónico de MetLife y una contraseña asignada, los empleados pueden realizar las siguientes acciones a través del menú principal:
 - Publicar una idea.
 - Ver otras ideas, contando con la posibilidad de votar, comentar o sugerir nuevas propuestas, enriqueciendo y apoyando las iniciativas de los compañeros.
 - Realizar consultas, resolver dudas, localizar quiénes son los Capitanes y miembros del equipo local de la campaña...



Primera campaña de LINUS en Iberia

Descripción de la campaña

- ¿Cómo pueden contribuir los profesionales de MetLife?
 - Enviando ideas
 - Votando y colaborando para mejorar las ideas
 - Animando y ayudando a otros compañeros a participar
- 
- ¿Cómo se gestiona la campaña?
 - Ayuda del equipo de la campaña y de los capitanes para el uso de la herramienta y para fomentar la participación.
 - Estudio y análisis de las ideas que se van introduciendo por parte del equipo de la campaña y de los capitanes.
 - Planificación y flujo de comunicación constante con los empleados para informarles de la evolución de la campaña, resultados, recordatorios de participación, aclaración de dudas comunes, organización de incentivos y reconocimientos por participar...

RECUERDA

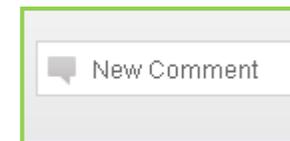
¡VOTA!

si te gusta una idea



COMENTA

si puedes mejorar, cuestionar o reforzar una idea



DÍSELO A UN AMIGO

cuando quieras que otros participen en el debate



Primera campaña de LINUS en Iberia

- **Actualización de la 3ª semana:** Recordatorio de la iniciativa y de los objetivos, resultados obtenidos, reconocimiento y premios al Top 5 de los empleados más innovadores cuyas propuestas están obteniendo mejor acogida entre sus compañeros.
- **Cierre de la campaña:** Agradecimiento por la participación, resultados obtenidos de nuevas ideas, participaciones, comentarios registrados... Con el objetivo de conocer la experiencia de los profesionales de MetLife y realizar mejoras en las próximas campañas, se envió una **encuesta de opinión** como parte de estas notas informativas.
- **Agradecimiento y ganadores:** Como parte de la campaña, MetLife comunicó cuántas nuevas ideas se habían recabado, cómo es el proceso de valoración de cada una de ellas y en qué fase se encuentran de cara a una posible implementación. Asimismo, se comunicó qué compañeros obtenían un premio por aportar las ideas mejor valoradas por los empleados.

Actualización - 3ª semana de Campaña Linus

La Campaña Global de Innovación de Customer Centricity - "Todos somos Linus" - continúa a todos los empleados a contribuir con ideas innovadoras para mejorar las barreras que impiden a MetLife ofrecer la mejor experiencia posible al cliente.

La respuesta de los colaboradores en la campaña está siendo impresionante, con 170 ideas ya introducidas desde el lanzamiento de Linus el 24 de febrero. Logran mejorar las colaboraciones internas. Han hecho de Linus una herramienta diaria, más rápida y participativa en ideas, con sus sugerencias, comentarios y votos. Como reconocimiento a esta magnífica participación, vamos a premiarlos con unas "tarjetas" a aquellos que se encuentran en el Top 5 de innovadores, siendo los que más ideas han aportado en esta y la 1ª y 1ª que más comentarios hayan proporcionado tanto en España como en Portugal.

Más ideas / Más ideas	Más comentarios / Más comentarios	Más ideas / Más ideas
Agustín	Benito	Ángel
Benito	Adrián	Adrián

Cuando faltan menos de una semana para que termine la campaña, os animamos a seguir trabajando en la participación de estas semanas, enviando ideas adicionales en el cliente, colaborando en las ideas de los demás y votando aquellas que consideráis que mejoran más nuestra experiencia de nuestros clientes.

Muchas gracias a todos por vuestra continua contribución a mejorar la experiencia del cliente en MetLife.

Participa ahora:
[Participa ahora](#) | [Compartir](#)

*Las participaciones serán revisadas y premiadas en la 3ª semana de la campaña.

MetLife

La campaña Linus se ha cerrado - ¡damos tu opinión!

MUCHAS GRACIAS por el tiempo que habéis utilizado en participar en la campaña de Innovación de Customer Centricity. La campaña ibérica se cerró el pasado viernes 21 de marzo, ¡con 177 ideas magníficas aportadas y más de 5500 visualizaciones! Además, la colaboración entre ideas generó más de 3000 comentarios y sugerencias. Gracias a vuestros esfuerzos, 25 de las mejores ideas pasarán a la fase de validación formal, donde serán analizadas por el equipo para poder avanzar en los siguientes pasos para una posible implementación.

¡Comparte tu opinión!

Responder por favor a esta breve encuesta para compartir tu opinión y sugerencias sobre tu experiencia al haber participado en esta campaña de Innovación de Customer Centricity. Vuestros opiniones nos van a ayudar a mejorar de forma continua nuestra práctica en la innovación en Operaciones Globales en MetLife y en Iberia.

[Píntalo aquí para RESPONDER A LA ENCUESTA.](#)

Tienes de plazo para responder a la encuesta hasta el día 2 de abril.

Os agradecemos de nuevo vuestra colaboración y os recomendamos que estáis atentos a las actualizaciones sobre cómo vuestra participación en esta campaña ayudará a transformar nuestra organización.

Participa ahora:
[Participa ahora](#) | [Compartir](#)

*El contenido de Marketing y Comunicación

MetLife

¡damos tu opinión!

A través de la campaña ibérica de Innovación de Customer Centricity, muchas de vuestras ideas aportadas mejoraron nuestra experiencia al cliente y fueron validadas por el equipo para poder avanzar en los siguientes pasos para una posible implementación. De esas ideas, 25 ideas han sido seleccionadas para avanzar en su implementación y 25 han sido analizadas para poder avanzar en su implementación. Por favor, comparte tu opinión en esta encuesta para poder avanzar en los siguientes pasos para una posible implementación.

¡Damos tu opinión!

25 de las mejores ideas pasarán a la fase de validación formal, donde serán analizadas por el equipo para poder avanzar en los siguientes pasos para una posible implementación.

1. "Servicio a los clientes de Iberia en Agencia", propuesto por María María

2. "¿Qué hacemos por la sociedad?", propuesto por Jorge Rodríguez

3. "El Plan de Marketing de Iberia", propuesto por María María

4. "El Plan de Marketing de Iberia", propuesto por María María

5. "El Plan de Marketing de Iberia", propuesto por María María

Nuestras felicitaciones van además para los otros 7 empleados cuyos ideas también pasaron a la fase final:

Benito Benito | Adrián Adrián | Miguel Miguel | Rafael Rafael

¡Damos los parabienes y felicitamos a todos los empleados que participaron durante la campaña de Linus! Hemos visto ideas muy buenas ideas que consideramos y valoramos en el camino que aún nos queda por delante.

¡Vamos a trabajar los esfuerzos de todos para analizar, desarrollar y validar las mejores ideas que nos ayuden a ser una mejor empresa en la experiencia del cliente de nuestra experiencia de nuestros clientes.

Participa ahora:
[Participa ahora](#) | [Compartir](#)

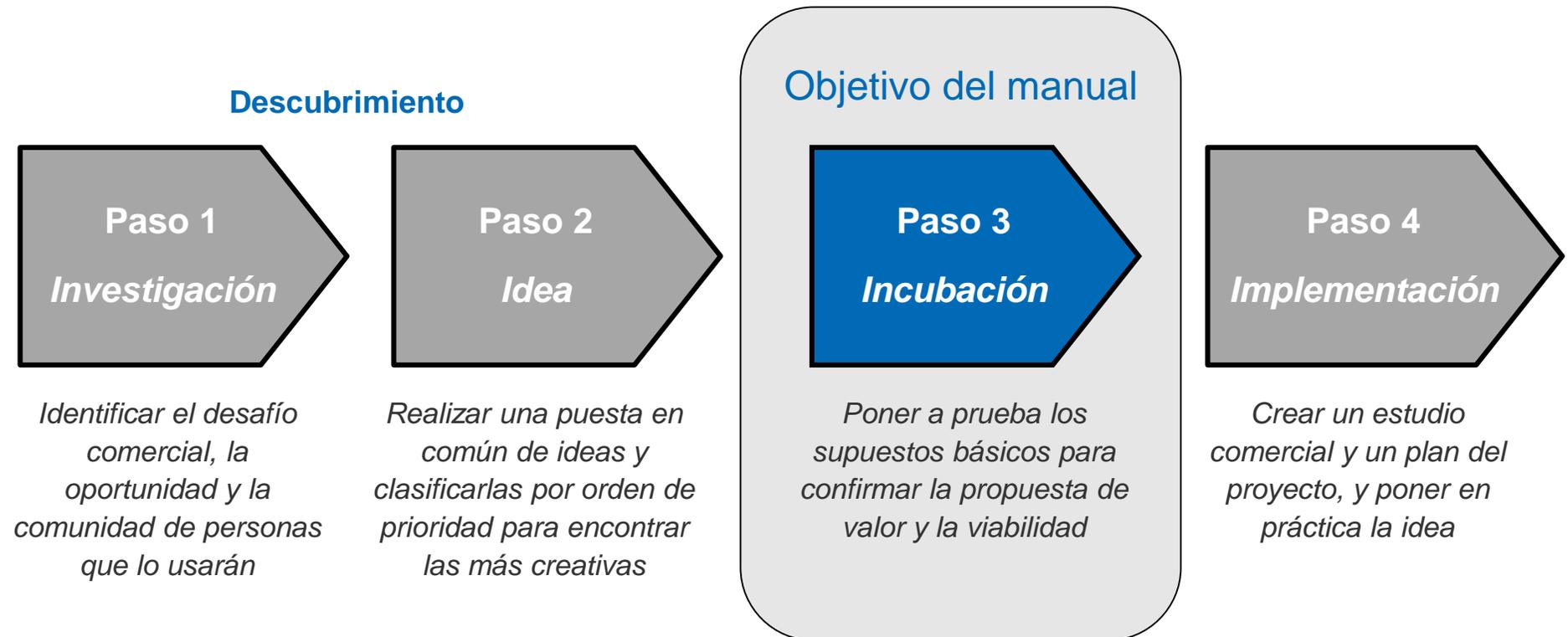
*El contenido de Marketing y Comunicación

MetLife

Próximos pasos: Fase de incubación e implementación de las ideas

Las ideas recopiladas tras la campaña de LINUS, son analizadas y valoradas internamente para estudiar su viabilidad y su posterior puesta en práctica:

- **Incubación de las nuevas ideas** de la *Campaña Global de Innovación de Customer Centricity* siguiendo un **manual de innovación** y contando con la participación de los equipos de campañas:



Gran nivel de participación y satisfacción del equipo MetLife

Éxito de participación en la *Campaña Global de Innovación de Customer Centricity*

177 ideas

Más de 1.000
comentarios

Más de 5.500
visualizaciones

68% de nivel de
participación

Muy buena valoración de la iniciativa por parte de los profesionales de MetLife tanto en España como en Portugal. En la encuesta de opinión, los propios empleados destacaron:

Facilidad de la herramienta para participar aportando ideas

España: 52% muy de acuerdo
45% de acuerdo

Portugal: 60% muy de acuerdo
40% de acuerdo



La participación en esta campaña representa un **buen uso de su tiempo**

España: 41% muy de acuerdo
59% de acuerdo

Portugal: 40% muy de acuerdo
57% de acuerdo

Gran nivel de participación y satisfacción del equipo MetLife

Facilidad para usar LINUS y aportar ideas, comentarios....:

España: 45% muy de acuerdo
50% de acuerdo

Portugal: 51% muy de acuerdo
46% de acuerdo

Buena motivación de los equipos de campaña para fomentar la participación:

España: 39% muy de acuerdo
50% de acuerdo

Portugal: 46% muy de acuerdo
40% de acuerdo



Interés de participar en nuevas campañas en LINUS:

España: 48% muy de acuerdo
52% de acuerdo

Portugal: 66% muy de acuerdo
34% de acuerdo

Gran nivel de participación y satisfacción del equipo MetLife

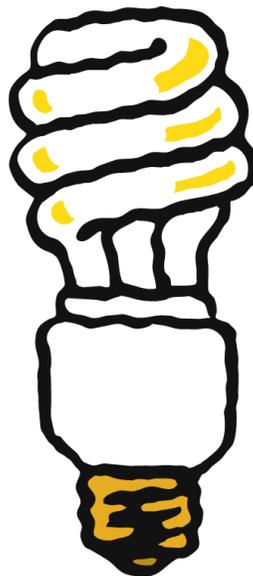


“Como una de las ganadoras de Linus, esta iniciativa ha significado una verdadera oportunidad para poder contribuir de forma activa en el objetivo de poner al cliente primero. Me encantó el intercambio de ideas entre todos, plasmando distintos puntos de vista sobre un mismo tema y construyendo juntos una solución completa. Significó, en definitiva, ¡lograr el éxito juntos!”

Senior Training & Development Specialist

| Face to Face

Ganadora de la campaña LINUS



“Como capitán, fue fantástico ver el nivel de participación de todas las áreas, desde canales comerciales a áreas soporte. Todos sentían que podían contribuir y promover cambios positivos, por eso, se comprometieron con la campaña. Al final del día, no sólo teníamos una cantidad enorme de ideas, sino que también habíamos logrado reforzar el espíritu de un equipo que realmente cree que puede alcanzar metas y seguir adelante”

Business Development & Support Manager

| Face to Face

Capitán de Campaña en LINUS



“¡Se notaba una implicación total con el proyecto! Todo el mundo publicaba ideas realmente ingeniosas y positivas para mejorar procesos o productos. Creo que ahora tenemos una buenísima base para trabajar en nuevos proyectos”

Broadmarketing & Innovation Manager | Direct Marketing

Finalista de la campaña LINUS



“Ha sido una experiencia muy positiva al ver como todos íbamos enriqueciendo cada una de las ideas y entre todos ayudábamos a que las ideas fuesen mejores. Todos buscábamos un objetivo: ayudar a romper barreras para que los clientes de MetLife tengan la mejor experiencia posible”

Research & Development | Marketing

Ganadora de la campaña LINUS



“¡Lo más difícil como Coordinador de Campaña fue recomendar y seleccionar ideas de entre tantas tan buenas! Analizar los comentarios de tan diferentes áreas de cada idea propuesta nos demostró lo importante que es trabajar en equipo. ¡Ser One MetLife!”

Head of Legal

Coordinador de Campaña en LINUS

Premio al mejor proyecto de involucración de empleados

- La Asociación para el Desarrollo de la Experiencia de Cliente (DEC) galardona el pasado octubre a MetLife por el “Mejor Proyecto de Involucración de Empleados”
- Este premio demuestra que la cultura Customer Centric es parte del ADN de la compañía y que el compromiso, proactividad e innovación de los empleados está patente en el día a día de MetLife
- 23 medios se han hecho eco del galardón con una audiencia que ronda los 550.000 lectores



GRACIAS

MetLife[®]