



**PROPUESTA  
DE MEDICIÓN**



**inScore**

More than **intuition**

# Objetivo general

Identificar influenciadores estratégicos  
que puedan generar cambios  
en la organización  
y tengan capacidad de comunicar

# Objetivos específicos

- ① Reconocer a líderes ocultos y héroes anónimos
- ② Desde la perspectiva de todos los colaboradores
- ③ Siempre desde un tono positivo
- ④ Identificar influenciadores fuera de sus grupos naturales

# Beneficios

1. InScore complementa otras metodologías como: 360°, clima laboral, etc
2. Precisión del desarrollo de carrera de influenciadores estratégicos y de personas con potencial
3. Promover la comunicación efectiva mediante voceros y líderes claves
4. Optimizar la gerencia del cambio
5. Mejorar relaciones con sindicatos

**¿CÓMO LO HACEMOS?**

**Medimos dos dimensiones:**

**Ambassador Perception Score (APS)**  
*(eje comunicacional)*

**Leadership Perception Score (LPS)**  
*(eje de influencia)*

# ¿Qué es el APS?

**APS**  
(Ambassador Perception Score)

Colaboradores con cualidades de  
amplificar mensajes:  
Embajadores de nuevas  
ideas dentro de la empresa



# APS mide 5 atributos



APS atributos:

- Contacto
- Agrado
- Confianza
- Influencia
- Credibilidad



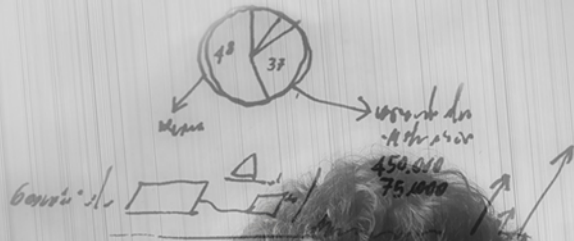
# ¿Qué es el LPS?

**inScore**  
More than Intuition

# LPS

Leadership Perception  
Score

Colaboradores con  
Cualidades de liderazgo:  
Amplificadores de  
Cambios



# LPS también mide 5 atributos

**inScore**  
More than Intuition

# LPS

Atributos:

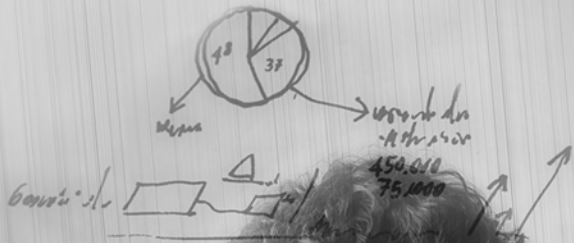
Cercanía

Actitud

Pasión

Inspiración

Compromiso



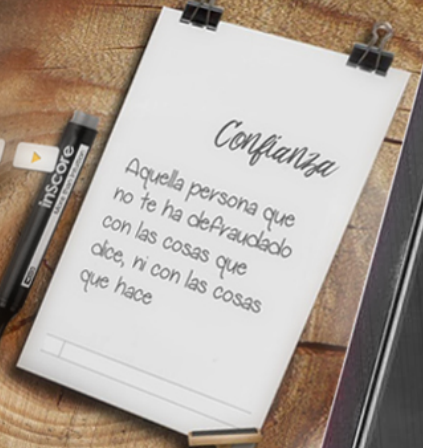
# Así funciona InScore

Cuestionario "Online" que llenan todos los colaboradores.



¿Cuál es la persona que le genera mayor confianza dentro de toda la empresa?

Ingrese las primeras letras de su respuesta y el sistema le mostrará opciones que coinciden con su respuesta.



# Ejemplo de pregunta

¿Quién se destaca por la pasión con la que realiza su trabajo en la empresa?

*Ingrese las primeras letras de su respuesta y el sistema le mostrará opciones que coincidan con su selección*



# Al teclear automáticamente se muestran los posibles colaboradores con ese nombre

¿Cuál es la persona que le genera mayor confianza dentro de toda la empresa?

*Ingrese las primeras letras de su respuesta y el sistema le mostrará opciones que coincidan con su selección. Por favor no votar por usted mismo.*

am

Abraham Sahid Suarez Rosales  
Amador Eulogio Tovar Martinez  
Douglas Javier Camacho Padron  
Heler Luis Guillen Amaiz  
Henry Alberto Zambrano Rivera  
Jermara Irama Diaz Osorio  
Juan Ramon Herrera  
Kelly Kris Labarca Bracamonte



Con  
Aquella persona  
no te ha defra  
con las cosas q  
dice, ni con las  
que hace

# Cada término se define para evitar confusión

¿Quién es para usted fuente de inspiración dentro de toda la empresa?

*Ingrese las primeras letras de su respuesta y el sistema le mostrará opciones que coincidan con su selección*



# Cada pregunta se hace dos veces para evitar respuestas obvias

(Ejemplo: “¿Quién es la persona que más comunica?”  
Respuesta: El gerente general)

Y para usted, ¿quién demuestra mayor compromiso con la empresa?

*Ingrese las primeras letras de su respuesta y el sistema le mostrará opciones que coincidan con su selección*



**PLATAFORMA WEB**

**A continuación le  
presentamos algunos de los  
muchos resultados que se  
pueden obtener con InScore.**



# Panel de control



MATRIZ SATCON

MAPA DE  
INFLUENCIADORES  
ESTRATÉGICOS

MATRIZ  
PROMOTORES

LISTADO DE  
COLABORADORES

COMPARACIÓN DE  
COLABORADORES

SOCIOGRAMA

OTROS RESULTADOS

FICHA TÉCNICA

SALIR

# Mapa de Influenciadores Estratégicos: ¿Qué tanta influencia y comunicación tiene cada persona?



## Strategic Influencer Map

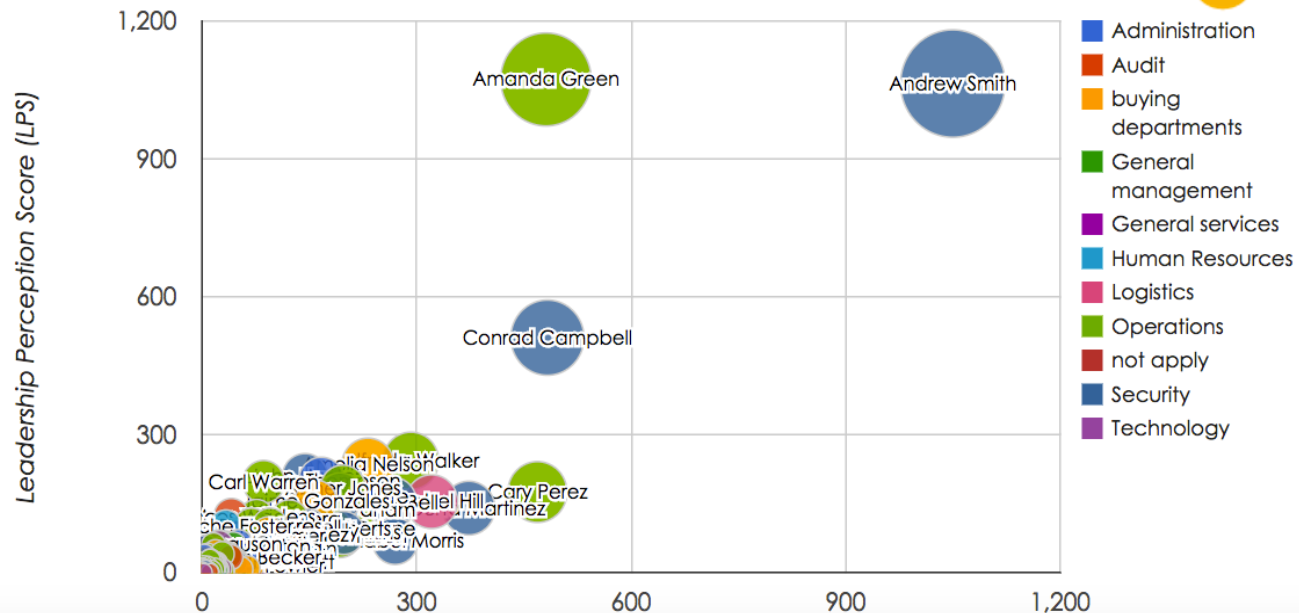
Sede:

Departamento:

Vida Laboral:

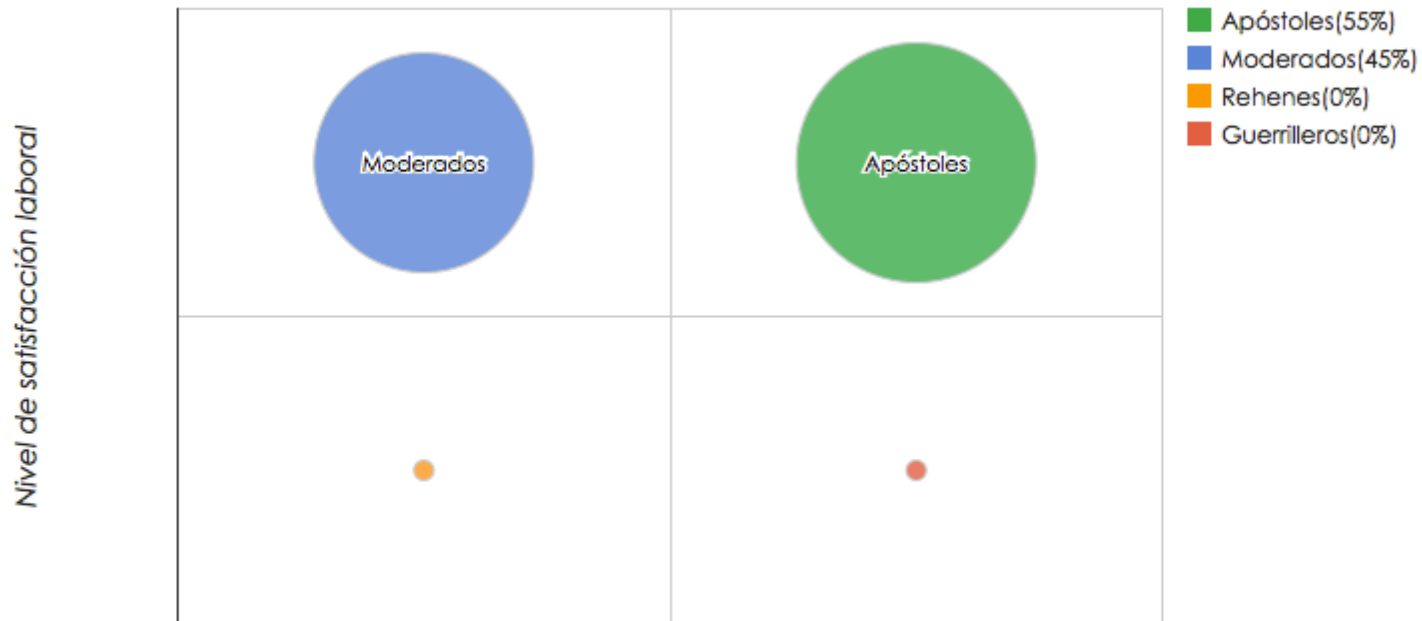
Se puede filtrar por país, sede, departamento.

Al posar el cursor sobre el círculo se despliega la data del colaborador



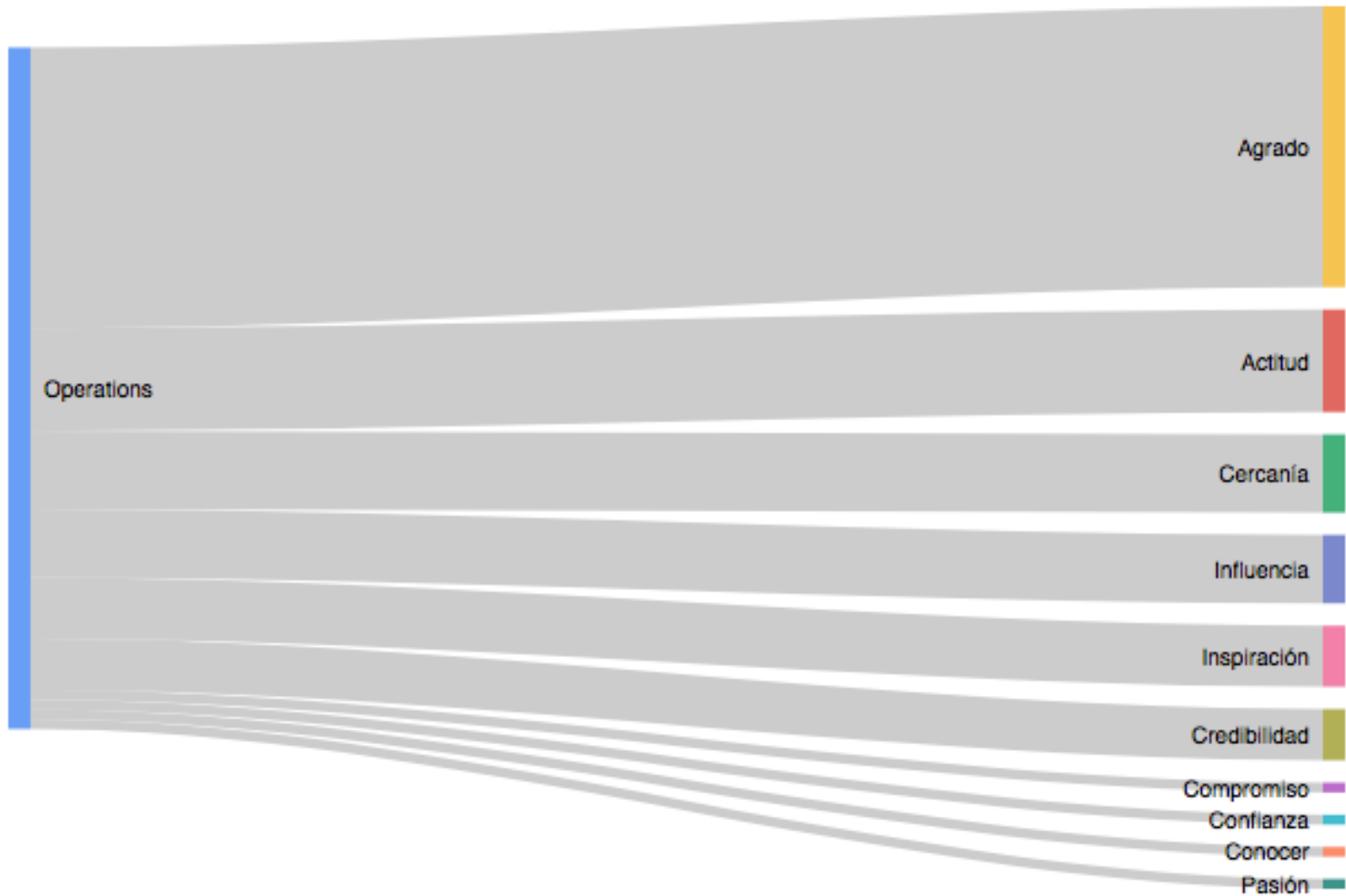
# Identificación de grupos de influencia: ¿Qué tan identificadas están las personas con la empresa?

Matriz SATCON (Base=11)



Nivel de conversación sobre aspectos de la empresa

# Definir cómo cada área percibe a una persona



# Comparar resultados de dos personas puntuales

Alexander Taylor   
(Operations)  
Ranking total: 43

APS					
Contacto	Agrado	Confianza	Influencia	Credibilidad	Valor APS
21	21	49	77	94	56

LPS					
Cercanía	Actitud	Pasión	Inspiración	Compromiso	Valor LPS
53	36	66	28	132	67

**APS+LPS**  
123

Agatha Jackson   
(Operations)  
Ranking total: 123

APS					
Contacto	Agrado	Confianza	Influencia	Credibilidad	Valor APS
53	4	4	4	25	16

LPS					
Cercanía	Actitud	Pasión	Inspiración	Compromiso	Valor LPS
28	28	25	4	28	21

**APS+LPS**  
36

# Ver data completa y exportar a Excel

Página 1 de 64

Excel

Nombre del integrante	Ranking	APS + LPS <input type="checkbox"/>	APS	Contacto	Agrado	Confianza	Influencia	Credibilidad	LPS	Cercanía	Acltitud	Pasión	Inspiración	Compromiso
Andrew Smith	1	2,115	1,050	2,809	1,478	377	968	376	1,064	137	1,134	1,728	940	1,021
Amanda Green	2	1,554	481	817	281	327	598	460	1,073	162	859	1,654	816	1,395
Conrad Campbell	3	994	483	126	170	484	578	859	511	170	150	94	1,310	380
Cary Perez	4	644	469	719	74	354	336	843	175	112	105	50	168	363
Alfreda Walker	5	534	292	298	674	153	324	127	243	45	387	229	244	267
Alberto Martinez	6	513	373	112	125	431	230	801	140	183	74	7	119	295
Amabel Hill	7	476	321	635	281	314	230	238	154	70	161	15	297	161
Amelia Nelson	8	466	232	63	136	254	202	419	234	161	125	119	482	165
Simon Bell	9	419	266	511	103	206	134	414	153	39	189	4	219	248
Abner Jones	10	380	197	292	28	143	189	324	183	49	77	200	189	287

I < Anterior 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 Siguiente > F

Total Registros:= 634

**Próximos pasos**

**Metodología sencilla de tres  
fases para implementar  
la medición.**

# Fases de implementación

## **Setup:**

1. Obtener base de datos de colaboradores
2. Realizar la prueba de la encuesta

2 Semanas

## **Levantamiento:**

1. Encuesta *online*
2. Reportes preliminares

2 Semanas

## **Resultados:**

1. Procesamiento de Información
2. Análisis y presentación de resultados

1 Semana



**ALGUNOS CLIENTES**

**Organizaciones que han implementado InScore y sus testimonios.**

# Algunos clientes



HOW WE FARM MATTERS.



# Testimonio (I)

## ✓ Necesidad:

- Mejorar la comunicación
- Mejorar la percepción de nuestra cultura

## ✓ Solución:

- Identificar “Influenciadores Estratégicos” en toda América.
- “Involucrarlos activamente como promotores de nuestra cultura organizacional”. *Gerente General*



“Es increíble descubrir que un colaborador de nuestra pequeña oficina en Guadalajara, pueda influenciar en el departamento de ventas y producción en Ciudad de México”.  
*Gerente de Recursos Humanos*

## ✓ Industria:

1. Logística
2. B2B

# Testimonio (II)

## ✓ Necesidad:

Falta de comunicación entre el sindicato y la gerencia de una de las plantas, ha generado un ambiente muy tenso que impacta la relación con los trabajadores y los resultados de la producción.

## ✓ Solución:

“Agrupamos en InScore a los representantes del sindicato para identificar cuáles eran los gerentes y obreros que podían influir más en ellos. Utilizamos esta información para diseñar una estrategia que permitió mejorar la comunicación con el sindicato..” *Gerente de Planta*



“...Los principales gerentes, aunque son importantes, no son los que pueden lograr grandes avances durante las negociaciones con el sindicato. Identificamos un nuevo grupo de comunicación que generó mejores resultados“. *Insight Manager*

## ✓ Industria:

Producción y distribución de alimentos

## CONTACTO

**Stephan Kaiser**

stephan@bauenconsulting.com

**Mariangela Simonpietri**

mariangela@bauenconsulting.com

