

# reto 2:

## Empleados Otsuka

Actualmente Otsuka se enfrentan a un entorno cada vez más complejo y más cambiante. Las compañías farmacéuticas están reforzando su posicionamiento, transformando su propuesta de valor y definiendo de forma adecuada quien quieren ser, dónde quieren aportar valor y cómo van a diferenciarse de su competencia.

Disponer de una buena reputación va a ser un criterio clave para poder operar en este entorno cambiante. Es decir, disponer de una buena imagen nos permitirá colaborar con otros protagonistas del sistema de salud.

Las herramientas y los canales digitales son un aliado para trabajar nuestra reputación no sólo en el entorno digital sino en los canales en los que ya nos encontramos.

Otsuka España quiere seguir siendo un actor relevante en el ámbito de la salud y para ello tiene el reto de mejorar y reforzar su imagen. Para ello, os lanzamos en el Imagine Express este reto:

### **¿Cómo podemos mejorar a través de la tecnología la imagen de Otsuka?**

Queremos contar con el máximo de ideas para resolver este reto. Te proponemos que nos lances tus ideas que resuelvan estas preguntas:

- ¿Cómo podemos trasladar la unión, el buen ambiente y la ilusión de los empleados de Otsuka a nuestros clientes?

- ¿Cómo podemos convertir los valores y la esencia de nuestros empleados en la imagen de Otsuka?
- ¿Cómo podemos convertir a los empleados en FANS de Otsuka?
- ¿Cómo podemos conseguir que todos estemos orgullosos de la marca de Otsuka?
- ¿Cómo podemos hacer que todos los colaboradores de Otsuka conozcan las mejores prácticas de sus compañeros en la relación con sus clientes?
- ¿Cómo podemos conseguir que todos los que formamos parte de Otsuka sabemos todo lo que hacen otros empleados?
- ¿Cómo podemos crear un grupo de embajadores de Otsuka para que actúen como portavoces de la imagen de Otsuka?
- ¿Cómo podemos dar voz externa a todos los que formamos parte de Otsuka?
- ¿Cómo podemos optimizar la imagen de Otsuka haciendo un marketing de empresa como complemento a los Brand plan de nuestros productos?
- ¿Cómo podemos mejorar la imagen de Otsuka en cualquier evento de networking de nuestro sector?
- ¿Cómo podemos optimizar la imagen de todos los que nos relacionamos con clientes externos (como profesionales de la salud o autoridades sanitarias)?
- ¿Cómo los colaboradores de Otsuka que trabajan en las oficinas centrales pueden generar impactos externos a clientes o la sociedad?
- ¿Cómo podemos rentabilizar la buena imagen y el alto número de impactos de nuestros equipos comerciales a nuestros clientes?
- ¿Cómo podemos hacer más relevante nuestra presencia en los eventos clave (como congresos) en los que ya participamos?
- ¿Cómo podemos empezar a aportar valor en eventos en los que habitualmente no estamos?
- ¿Cómo podemos aprovechar a los colaboradores más jóvenes de Otsuka para que influyan sobre su entorno?
- ¿Cómo podríamos mejorar nuestra imagen utilizando el ‘concepto japonés’?
- ¿Cómo las ‘historias personales’ de empleados de Otsuka pueden ayudar a incrementar nuestra reputación?

- ¿Cómo podemos demostrar mejor el valor y los beneficios que aportamos con nuestros productos? ¿en nuestros clientes actuales & nuevos colectivos?
- ¿Cómo podemos estimular y reconocer los impactos de calidad de los colaboradores de Otsuka? Es decir, no incentivar sólo la cantidad sino la calidad de los mismo.
- ¿Cómo conseguir que la imagen de Otsuka nos permita vender más?
- ¿Cómo podemos crear la marca de Otsuka en los canales digitales y Redes Sociales?
- ¿Cómo podemos demostrar que Otsuka no sólo vende medicamentos sino es un proveedor de servicios de salud?
- ¿Cómo podemos explotar y maximizar todos los proyectos y servicios que actualmente ponemos a disposición de nuestros clientes?
- ¿Cómo los familiares y amigos de trabajadores de Otsuka pueden ser embajadores de la marca Otsuka?
- ¿Cómo podemos ser una empresa más cercana a los pacientes y sus asociaciones parara mejorar nuestra imagen en este colectivo?
- ¿Cómo podemos tener una imagen potente para captar nuevo talento o retener el talento interno que ya tenemos?
- ¿Cómo podemos mejorar nuestra escucha activa para satisfacer las necesidades?
- ¿Cómo a través de proyectos solidarios o de cooperación (p.e. colaborar con proveedores con empleados con deficiencias) podemos mejorar nuestra imagen?
- ¿Cómo podemos crear una red de influenciadores externos para que vendan los valores de Otsuka?
- ¿Cómo colectivos no sanitarios nos pueden ayudar a mejorar nuestra reputación?
- ¿Cómo podemos mejorar nuestra imagen gracias a los proveedores que trabajan con Otsuka?
- ¿Cómo podemos desarrollar la imagen de Otsuka en escuelas de negocio o en las facultades de medicina o farmacia?
- ¿Cómo podemos potenciar la imagen de Otsuka teniendo en cuenta en nuestros valores las tendencias sociales?

- ¿Cómo podemos dar más visibilidad a algunos miembros del comité de dirección (como dirección general) para que ellos sean un ejemplo de las bondades de Otsuka?
- ¿Cómo podemos mejorar la comunicación interna para que los empleados de Otsuka conozcan más lo que bueno que hacemos?
- ¿Cómo podemos crear símbolos que reconozcan los empleados de Otsuka?