

# El Correo de la Empresa

Periódico digital en español con información y noticias de las empresas más relevantes



RoiPress TV powered by dailymotion

NOTICIAS	PORTADA	EMPRESAS	EMPRENDEDOR	STARTUP	EXPORTACIÓN	ENTREVISTAS	COMUNICAE
RoiPress TV	NP	Descargar App	Buscar noticias	Club Empresarial			

Lectores conectados

7 9 2 6 2 7

miércoles, 6 de octubre de 2021

## Cientes y Empleados unidos por la Experiencia

*El VIII Congreso Internacional de la Asociación DEC consigue reunir presencialmente a los mayores especialistas en Experiencia de Cliente y de Empleado*

*Cientes o empleados, la gallina o el huevo,... ¿Quién fue primero? Un dilema difícil de resolver porque qué somos clientes o empleados... todos tenemos los dos roles, pero cuando actuamos con el rol de cliente queremos tener ciertas experiencias que nos conviertan en fan de la marca con la que estamos interactuando, y cuando somos empleados queremos sentir otras experiencias que nos permitan conectar con la empresa.*

*Como se siente un empleado en su empresa, los estímulos que recibe, el modelo de empresa que percibe, está íntimamente ligado con la experiencia que este empleado entrega a su cliente. Por ello, ¿qué mejor forma de fortalecer nuestras organizaciones e impulsar nuestro negocio que estar unidos por la Experiencia? La pandemia que hemos padecido y que seguimos padeciendo, nos ha hecho madurar a todos, como empleados y como clientes.*



ROI PRESS / EUROPA / EVENTOS - “Unidos por la Experiencia”, el VIII Congreso Internacional DEC, se recordará como el primer evento híbrido organizado por la Asociación DEC, tras la pandemia, y representa un retorno muy esperado al haber congregado presencialmente a cerca de 300 directivos, siguiendo todas las medidas de seguridad sanitaria, que pudieron disfrutar de las ponencias impartidas por los mejores especialistas en Experiencia de Cliente y Experiencia de Empleado, como son Steve Towers, Ben Whitter, Jesús Alcoba o Sergio de la Calle, entre otros. Además, otros 500 profesionales pudieron seguirlo de forma simultánea vía streaming, mediante una plataforma que les permitió visitar los stands virtuales de los patrocinadores y hacer networking a través del chat.

La jornada comenzó con las palabras de Jorge Martínez-Arroyo, presidente de la Asociación DEC y fundador de Panoramix Ventures, con su intervención “¿Qué fue antes, el huevo o la gallina?” en referencia a que fue primero, la Experiencia de Cliente o la de Empleado. Desveló que para distintos empresarios de renombre de la talla de Jack Ma, Richard Branson o Tony Hsieh, existen opiniones distintas. Ma considera que la CX fue primero, para Branson fue la EX y para el último, las dos a la vez, pues existe una correlación entre ambas. Sin embargo, las tendencias ya no hablan de CX, ni de EX, sino de un concepto nuevo, Total Experience o Human Experience, que agrupa a distintas experiencias: la de cliente, empleado, paciente, ciudadano,... y que van a seguir evolucionando porque las decisiones humanas se basan en experiencias propias.

Jorge Martínez-Arroyo finalizó su ponencia con una frase de Tom Peters, que alteró ligeramente diciendo: “La fórmula mágica que han descubierto las empresas de éxito, es tratar a los clientes como invitados y a los empleados también”.

Para Jesús Alcoba, responsable del área de Experiencia de Empleado de DEC y director de La Salle IGS, “la Experiencia de Empleado es de lo que habla la gente con su familia sobre la empresa”. Pero tan solo un 22% habla de las alegrías en su lugar de trabajo, mientras que casi la mitad, un 48%, comentan los problemas. Ahora es el momento de poner el foco en la Experiencia de Empleado, que toda la organización se lo crea, que se les escuche, se les reconozca y se les motive. Tal como demuestra el estudio desarrollado por DEC en colaboración con BAIN & Company, aumentar 1 punto NPS de empleado puede suponer hasta un aumento de 5 puntos NPS de cliente.

Sergio de la Calle, director de Programas & Faculty en Universitat Telefónica, con su sentido del humor, abrió las puertas a la convergencia entre la Experiencia de Cliente y Empleado. Un recorrido por la evolución de la escucha de empleado, en el que dejó patente el posicionamiento del efecto Dumbo, usar las orejas para volar y no para escuchar, frente al posicionamiento Yoda Effect, usar las orejas para aprender.

En la misma sintonía, Ben Whitter, Founder & Chief Experience Officer en HEX Organization, afirmó que la Experiencia de Empleado es una prioridad en las grandes compañías. La “economía de la experiencia” ayuda a crear una marca digna de admirar, respetada y confiable, lo que consigue lograr un impacto masivo en los resultados de negocio.

El bloque destinado a la simbiosis CX-EX dejó muy clara la estrecha relación que existe entre ambas disciplinas, y es que para los representantes de Securitas Direct, Álvaro Vázquez y Laura Gonzalvo, no hay CX sin EX.

Para conocer cómo liberar el potencial de los empleados y lograr mejores experiencias para los clientes y, por tanto, mejores resultados de negocio, Steve Towers, CEO y fundador de BP Group, se centró en los cinco consejos que “tomó prestados” de las 5 mejores empresas de Experiencia de Cliente, y que pueden ayudar a las personas y empresas a convertirse en una mejor versión de sí mismos.

Por segundo año consecutivo, el Congreso Internacional DEC ha contado como patrocinador Platino con Medallia, y en esta octava edición como patrocinadores Oro: Hyundai, Kia, Likeik, Qualtrics, Securitas Direct, Sprinklr y Verint; y como patrocinadores Plata: Madison, y Nationale-Nederlanden.

Puedes consultar el resumen completo del evento en la [página de Congreso DEC 2021](#).