

Noticiero hispano de actualidad empresarial y económica en América Latina y España



[RoiPress TV](#) powered by dailymotion

Forbes Latino: Actualidad Empresas Tecnología Industria Economía Entrevistas Comunicae
 RoiPress TV Descargar App NP Buscar noticias Club Empresarial

Lectores conectados

5 4 4 1 8 6

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 Panorámix 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](#).