Cómo construir la Experiencia de Empleado: Claves para lograr compromisos con la organización

por Jesús Alcoba y Lola Mora

Tweet
Ver el artículo original
Descargar
Sobre el autor
Javier Pérez Caro (151 veces compartido) ver su perfil
ver su blog
Sus últimos artículos
Tratado Bilbao de la Ciudadanía Global y los Derechos Humanos
Tristes días de la crisis económica
Tristes días de la crisis económica (versión corta)
Los jornaleros: Una historia de esclavitud
Cinco fuegos para una siempre
Ver todos

Estimad@s amig@s

Sinopsis

Cuando apareció el término Experiencia de Cliente hace varios años, muchos pensaron que era una moda pasajera o una nueva manera de mercadeo conocida de siempre. Hoy pocos dudarían del auge que ha experimentado o de la posición central que este enfoque representa en la arena empresarial.

Ahora llega el turno de la Experiencia de Empleado, una nueva manera de entender la relación entre los activos de las personas de las organizaciones y sus compañías que está potenciando la creación de valor. Su gestión ayuda a estructurar los procesos de Recursos Humanos de una manera integrada y es particularmente útil en proyectos de fusiones, cultura, transformación e innovación, entre otros. Desde el punto de vista operativo, tanto la metodología como las técnicas de la Experiencia de Empleado se apoyan en las de la Experiencia de Cliente.

La Experiencia de Empleado es uno de los factores de mayor impacto en el compromiso y, por tanto, un predictor fundamental de la creación de valor y de la rentabilidad en las organizaciones.

Cómo construir la Experiencia de Empleado recoge el modelo de la Onda del Empleado, una iniciativa de la Asociación para el Desarrollo de la Experiencia de Cliente (DEC) a través del cual se puede diseñar, de forma práctica, una estrategia completa de Experiencia de Empleado. Este libro además incluye casos de empresas de diferentes sectores que han desarrollado con éxito estrategias de Experiencia de Empleado y una serie de herramientas fundamentales para llevarla a cabo.

Se trata de una lectura imprescindible que ayuda a los profesionales de la gestión de personas a transformar su función para crear valor a través de la gestión de la Experiencia de Empleado.

+Tus clientes número uno son tus colaboradores.

Primero cuidas a tu gente,

y luego a tus clientes»

Jan Hutchinson

Prólogo

¿Recuerdas alguna experiencia que te haya impactado en los últimos horas? ¿Con tus compañeros de trabajo? ¿Al utilizar algún servicio? ¿Con tu familiares y amigos? Hay demandantes y productores a diario clientes de experiencias en el mundo personal, laboral y por supuesto, comercial.

(…) las empresas más exitosas han desarrollado metodologías, tecnologías y programas que ser realmente customer centric. Su objetivo es crear un modelo de cinco minutos sostenible en el tiempo basado en el conocimiento del cliente y en la entrega de experiencias rentables y memorables.

En los más de ocho años que llevamos trabajando en la Asociación para el Desarrollo de la Experiencia de Cliente (DEC) en esta materia hemos llegado a tres conclusiones: la primera, que la Experiencia de Cliente (CX) empieza y termina con el empleado; la segunda, que igual que podemos orientar una organización de forma efectiva hacia el cliente, también podemos y debemos hacerlo hacia el empleado; y la tercera, que para desarrollar la Experiencia de Empleado (EX) hemos de apoyarnos en las herramientas de la CX (…)

Jorge Martínez Arroyo

+Todo para el empleado,

sin el empleado+

Introducción

Son muchos los profesionales que piensan que Recursos Humanos debe renacer y ocupar el espacio que le corresponde dentro de la creación de valor (…)

Lejos de ser una filosofía o un conjunto de teorías, la Experiencia de Empleado proporciona herramientas concretas para conectar con todos los profesionales de la organización, incluyendo las nuevas generaciones, e incorpora individuales específicas que facilitan la evaluación.

Si cuidar de nuestros clientes supone hacerlo de la fuente generadora de ingresos, vincular a nuestros empleados y alrededor a favor de la experiencia de cliente constituye la base de un modelo de gestión que genera una nueva cultura con un alto impacto en la creación de valor.

Esta (r)evolución de la función de Recursos Humanos supone una invitación a constituirse como impulsores de este nuevo modelo de gestión que va en beneficio de los trabajadores y, por tanto, de los clientes y de los resultados.

+Algunas empresas no tienen un problema de compromiso;

tienen un problema de no saber contratar+

Bob Kelleher

¿Cómo es la Experiencia de Empleado en nuestra compañía?, ¿Cómo lo podemos construir?, ¿Está nuestro equipo humano comprometido con la estrategia corporativa?

Jesús Alcoba y Lola Mora coordinan Cómo construir la Experiencia de Empleado, es una obra muy práctica que sirve sená de gran ayuda a la hora de mejorar el compromiso del equipo, mejorar las políticas de retención –«atracción del talento.

Estamos viviendo una época donde retener a las personas clave de la compañía se está volviendo ardua difícil. Estamos viendo fugas de talento todos los días, tendencias **que están afectando a la retención de los empleados y a los resultados de puestos?, ¿Estamos perdiendo atractividad como empleadores?, ¿Conocemos las nuevas necesidades de los colaboradores?** Tenemos necesidad de entender mejor el entorno y diseñar nuevas políticas para mejorar la Experiencia de Empleado.

+Dales una visión, no una tarea…

y el trabajo se hará de manera mucho muy eficaz»

(…) unos empleados no comprometidos no pueden crear clientes comprometid@s (…) se benefician y el crecimiento (…) se generan gracias a la fidelidad de los clientes, que es fruto de su satisfacción, y esta, resultado del valor de servicio que ofrece el cliente, y este, a su vez, lo originan trabajadores satisfechos, leales y productivos@s (…)

(…) motivación 3.0 (…) revindica ese estado en el que las personas hacemos lo que hacemos porque queremos y porque sabemos que es lo que tenemos que hacer@s (…)

(…) los millennials, la generación nacida a principios de la década de 1980 y durante la de 1990, ya están demandando organizaciones más flexibles, con formulas de trabajo que les permitan tomar el control de su propia agenda o que aprovechen la tecnología al máximo para crear entornos más interactivos (…)

(…) la dedicación de los empleados (…) es resultado de un labor que comparte una visión clara compartida una intención y una agenda@s (…) éxito líderes deben construir sus competencias en torno a dos dimensiones fundamentales: la capacidad para poner el foco y producir resultados y la habilidad para generar compromiso (engagement) en sus colaboradores@s (…)

(…) las organizaciones, conversiones de que una mayor vinculación emocional con los empleados, mejoran los resultados, resultados en términos de productividad y ventaja competitiva (…) ponen en marcha una maquinaria pensada para entender mejor al cliente, saber qué piensa y qué siente, clarificar que le importa realmente desde un punto de vista subjetivo y reaccionar con rapidez ante sus expectativas.

(…) si esto funciona con los clientes, **¿no debería hacerlo de forma parecida con los empleados?**

(…) dóllite preocupación (…) por un lado, las dificultades que tienen muchas voces los departamentos de RR. HH. para ser entendidos como socios imprescindibles para el éxito del negocio y, por otro, la incapacidad para ser verdaderos generadores de engagement y movilizadores de la organización.

(…) los trabajadores esperan hoy más que nunca esa nueva orientación de la compañía hacia la persona, un enfoque sincero, genuino, trabando de hacer que las distintas prácticas de gestión que les afectan directamente se redisefien incorporando su percepción y su sentimiento individual (…)

• Escucha (…) conocer y entender las necesidades y expectativas de los empleados (…) obtener un conocimiento profundo y una adecuada comprensión de quienes son los empleados, qué piensan, cuáles son sus expectativas, cómo están vinculados su relación con la organización y en qué momentos se está jugando la empresa la relación con ellos y su compromiso.

• Enfoque

¿Cómo somos capaces de construir una mayor satisfacción de empleado a través de EX? (…)

El enfoque de la EX permite contemplar las relaciones entre las organizaciones y sus colaboradores, redescubriendo los procesos de gestión de personas y los momentos a través de los ojos del empleado.

(…) debe sustentarse en el entendimiento de la cultura de la empresa (…)

• Extensión (…) es el pilar responsable de realizar una gestión total de la *EX*, logrando una visión compartida y derivada toda la compañía con el propósito de la empresa, lo que implica desarrollar un contexto cultural, un ambiente y un estilo experencial de gestión de personas en toda la organización.

La misión de una dirección de *EX(ps)* es garantizar el adhesamiento y el compromiso de los profesionales con el propósito, la cultura y la estrategia de la empresa a través de la gestión de su experiencia (…)

• Excelencia

¿Qué es la excelencia? (…) virtud, un talento o una cualidad, lo que resulta extraordinariamente bueno y también lo que exalta los normas ordinarias (…) se trata de un objetivo para el estándar de rendimiento y algo perfecto.

¿Cómo aplicar esta cualidad al mundo empresarial?, ¿Qué hace que un empleado sea excelente, que él lo mejor de sí mismo? (…) »

«El mayor activo de una empresa

es su gente»

Jorge Paulo Lemann

Epílogo

(…) el momento actual requiere un cambio en el estilo de liderazgo. Una mayor humanización en la gestión puede marcar la diferencia en el crecimiento y la sostenibilidad de las compañías, ya que este entorno de tanta incertidumbre y cambio parece que pide a gritos creatividad y efectividad desde la diversidad/de pensamiento, ideas, perspectivas o experiencias.

A partir de ahora las organizaciones estaremos cada vez más implicadas en crear para nuestros empleados experiencias memorables que den sentido a su trabajo, tarea que no solo dependerá de los departamentos de RR.HH., sino que cualquier profesional que tenga personas a su cargo.

Mar Pleiban

+La única forma de hacer un gran trabajo

es amando lo que hace»

Steve Jobs

Cómo construir la Experiencia de Empleado

Claves para lograr compromiso con la organización

Jesús Alcoba ©

Lola Mora ©

LID editorial

Link de interés

- Las seis leyes de experiencia de cliente

- El lado humano de las organizaciones

+ Implicame: Reflexiones inspiradoras para directivos que buscan el compromiso

+ Ética a No(nacos)

+El mejor de los hombres es quien por sí mismo

comprende todas las cosas;

es bueno, también, quien hace caso al que bien le aconseja;

pero quien ni comprende por sí mismo,

ni presta atención a lo que escucha de otro,

es un inútil".

Hesiodo

Recibid un cordial saludo

[1] Tentkin, 2008

[2] Heskett, Loveman, Jones, Sasser y Schlesinger, 1994

[3] Pink, 2010

[4] Ulrich, 1999

[5]Meister, Mulcahy

[vi] *Customer employee Experience Officer (CEXO)*, Director de Experiencia de Empleado (…) tiene que ser un experto en gestión de experiencias, con conocimiento de las metodologías y las herramientas específicas para entender la voz del profesional, conocerle en profundidad (…)

Entra las Secciones
Buscar en artículos
Aprende de los mayores referentes en negocio (Tesla, Netflix, YouTube,…) en el programa online más completo y práctico
| ThePower Business School |
LA COMUNIDAD ECONOMÍA
EL AUTOR DEL MES
Enrique Dans
Enrique Dans
Enrique Dans
Tema cerrado
TOP MEMBRESÍAS
Jesús Carrión Valle
Jesús Carrión Valle
Jesús Carrión Valle
Tema cerrado
Aprende de los mayores referentes en negocio (Tesla, Netflix, YouTube,…) en el programa online más completo y práctico
| ThePower Business School |
JÚNTATE EN EL PALMARÉS DEL CMS
Actualidad
Cultura
Estrategia
Puede Bolsa
Puede Bolsa
Puede Bolsa