

# IMPLICACIÓN DE LAS PERSONAS:

El colaborador como  
primer embajador de la  
marca



Viernes DEC

Agosto 2020

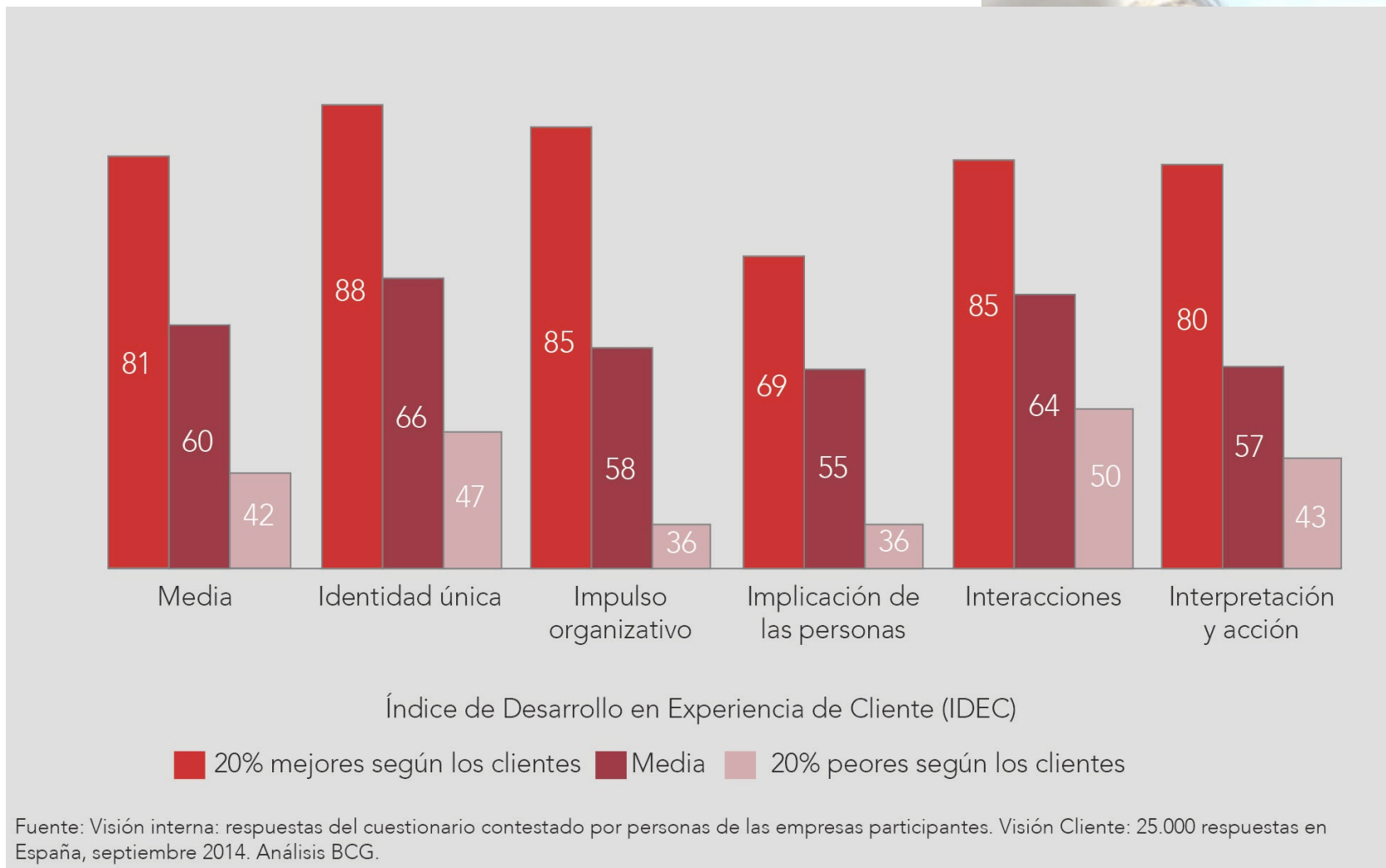
**DEC** CI



- **Movilizar al conjunto de la organización – todos los empleados, propios y terceros – para impulsar un compromiso con la Experiencia del Cliente**



# La implicación de las personas es la “i” más descuidada por las empresas...



# ... pero tiene un impacto muy significativo en los resultados

## Los datos lo avalan:

Las empresas líderes en implicar a sus empleados tienen

**50% mayor valoración del cliente**

Engagement sobre 65%

**22% mejora en resultados**

Engagement bajo el 45%

**28% peores resultados**

Las 3 empresas con mayor engagement de empleados tienen resultados

**3,4 veces mayores que la media**



# ¿Qué necesitamos para trabajar la implicación del empleado?

## COMPROMISO DE LA ORGANIZACIÓN



- Todos los empleados, propios y de terceros, y no sólo los que tienen relación directa con el cliente, deben estar comprometidos con el proyecto y con la Experiencia de Cliente.

## VÍNCULO EMOCIONAL DEL COLABORADOR



- Sólo desde ese estado psicológico se podrán alcanzar buenos niveles de desempeño.



# ¿Qué es y que supone la implicación de las personas?



Se trata de un estado psicológico con un fuerte componente **afectivo y emocional**.



Produce **conductas y comportamientos** claros que van desde la manera en la que expresamos nuestra idea de la empresa, hasta el esfuerzo discrecional o extraordinario que estamos dispuestos a realizar.



Esas conductas y comportamientos **impactan en unos niveles de desempeño y de productividad de gran valor para la organización**, ya que contribuyen a obtener mejores resultados de negocio y financieros



# ¿Cuáles son las palancas para implicar a nuestros colaboradores?



# Experiencia del empleado: nuestro colaborador como el primer cliente

- ✓ Considerar la experiencia del empleado como driver de la experiencia del cliente
- ✓ Conseguir que los empleados sean los primeros “fans”
- ✓ Crear y definir un “viaje del empleado”
- ✓ Asegurar coherencia organizacional





# Cocreación: la mejor forma de aumentar el engagement del empleado

- Hay que conseguir que el empleado se sienta “dueño” de la experiencia de los clientes
- Involucrar al empleado en la creación de la estrategia aumenta el engagement y el compromiso con la misma
- Un 37% de los trabajadores cree que sí puede contribuir a los objetivos de la empresa – solo un 18% se siente partícipe y actor relevante



# Comunicar y entrenar: "Profesionalizar" la experiencia de cliente



- Existen multiples herramientas para promover empleados centrados en el cliente:
  - ✓ Social learning
  - ✓ Programa "embajadores"
  - ✓ Gamification
  - ✓ Aprendizaje basado en la experiencia
  - ✓ Comunicación a través del "role modeling"
  - ✓ Formación con foco en el estilo del cliente



# Alinear las políticas de RRHH: Gestión de personas con foco en el cliente

Es importante dar relevancia a la experiencia de cliente en cada uno de los siguientes ambitos de la gestion de personas:

Selección e incorporación

Formación y desarrollo

Gestión del desempeño

Modelo de liderazgo

Compensación e incentivos

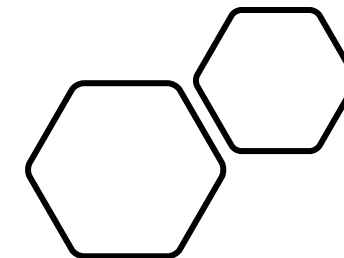


# Proveedores: Una pieza clave para la experiencia del consumidor



Para conseguir una experiencia memorable y sin fricción es necesario alinear proveedores y partners en una estrategia de Experiencia de Cliente común:





En resumen....  
¿Cómo deben  
abordar las empresas  
el trabajo de sus  
colaboradores?



# Conclusiones del modelo

Implicar y comprometer

La organización debe generar un alto **nivel de compromiso e implicación** de las personas que trabajan en la compañía.

Generar Exper. positivas

Dicho nivel de implicación empieza con una **experiencia de empleado muy satisfactoria.**

Crear Vínculos

Este vínculo emocional se consigue **cuando se responde a las expectativas individuales de los colaboradores,** y cuando se comparte y se les invita a participar en el proceso. Los managers son una pieza clave en esta dinámica

Alinear Comportamientos

Una vez conseguido un alto nivel de engagement, **debemos lograr que todas las prácticas de gestión de personas (selección, formación, compensación, etc.) generen comportamientos alineados con la experiencia** que deseamos entregar a nuestros consumidores.

Ser el espejo

En definitiva, nuestra empresa ha de funcionar como un espejo, Entregando a los clientes lo que se está generando internamente.

# IMPLICACIÓN DE LAS PERSONAS:

El colaborador como  
primer embajador de la  
marca

# GRACIAS

