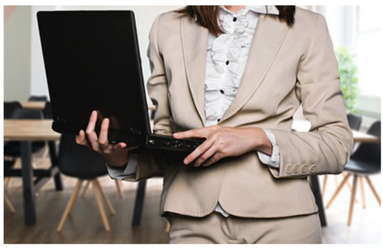

A fondo

Cómo cocrear con clientes y empleados

30 octubre, 2017

0 shares

El manual *La experiencia de cliente rentable* recoge los aspectos más importantes de esta práctica

La implementación de una estrategia de Experiencia de Cliente exige que todos los empleados de una marca, propios y de terceros, sean conscientes de todos los esfuerzos de la compañía que giran en torno al cliente, al que deben entregar una experiencia diferencial y única. Desde todas las áreas deben aportarse ideas para mejorar la Experiencia de Cliente y ésta debe integrarse como elemento fundamental en la política de Recursos Humanos de la empresa.

"Una óptima fórmula para involucrar a nuestros empleados es el escucharles y hacerles partícipes del diseño de nuestros productos y servicios, ya que tienen contacto continuo con él y son testigos en primera persona de sus opiniones", comienza uno de los apartados de un capítulo del Manual "La experiencia de cliente rentable", editado por DEC, donde se dan una serie de pautas sobre cómo cocrear con clientes y empleados.

Para los expertos en experiencia de cliente es necesario que las organizaciones establezcan sistemas de participación, individuales o colectivos, donde los empleados puedan proponer ideas o sugerencias para la mejora del producto o servicio, y fomentar la creatividad y la innovación. Pero aunque en un principio estos sistemas tienen una buena acogida, pueden perder el interés con el paso del tiempo; por ello, es fundamental realizar acciones destinadas a mantener viva esta relación.

En este sentido, es conveniente establecer campañas relacionadas con un tema sobre el que se quiere mejorar, de tal manera que los empleados pongan el foco en la generación de sus ideas. Esto permite que se pueda apoyar la campaña con una comunicación específica, de forma que focalice los esfuerzos tanto en tiempo y energía de las personas, como en los recursos que más adelante se inviertan en la implantación.

Asimismo, hay que adaptar los sistemas a los nuevos entornos, como por ejemplo transformar el buzón de sugerencias en un sistema social, donde los empleados pueden exponer sus ideas y que permita al resto que las marquen con un like, que añadan comentarios, que complementen la idea, que la enriquezcan o que la mejoren.

Por otro lado, integrar a otros grupos de interés aporta valor añadido e ideas desde otra perspectiva. No sólo pueden participar las personas de una organización que están en contacto con el cliente, sino además aquellas de otros departamentos para que ofrezcan su visión. A esto se suma el factor emocional, muy importante en la capacidad de involucración de estos sistemas, pues permite sentirse valorado por los compañeros, por los directivos y personal de otras áreas, generando sensación de reconocimiento y de utilidad.

"Un ejemplo de actividades que fomentan de forma real y creíble la participación y que enriquecen la búsqueda de soluciones, gracias a sus múltiples puntos de vista, son los workshops de cocreación. Además, permiten generar un ambiente propicio y relajado para que se comparta el conocimiento y se genere una mayor creatividad", afirma Jorge Martínez-Arroyo y añade: "éstos son dinámicas participativas entre clientes, empleados y expertos que sirven para identificar problemas, buscar soluciones y crear valor. Además, permiten generar un ambiente propicio y relajado para que la imaginación se dispare".

Cocrear con los empleados hace que puedan participar de primera mano en la consecución del éxito de la compañía. Pasan de ser meros espectadores a estar en primera línea, aportando ideas en el diseño de nuevos productos o servicios, además de observar directamente el impacto que producen las medidas adoptadas en los clientes.

El presidente de DEC concluye: "También estás técnicas nos sirven para identificar los distintos momentos de la verdad por los que pasa el empleado, sus expectativas y emociones, y de esta forma poder rediseñar su experiencia en la compañía. En definitiva, los empleados tienen la oportunidad de colaborar activamente en el diseño y resolución de nuevos retos para mejorar la experiencia de los clientes y de los propios empleados".

Tags: #cocreación #DEC #Jorge Martínez-Arroyo #La experiencia de cliente #workshops

ENTER KEYWORDS

ÚLTIMAS NOTICIAS

- Cómo cocrear con clientes y empleados
- Día Mundial del Veganismo

EL BLOG DEL DIRECTOR

- Quejarse es desperdiciar energía 17 octubre, 2017
  "María, no te lamentes más. ¡Deja de quejarte! Convierte ese problema en una nueva oportunidad. Empieza a vivir aquí y ahora". Así, le respondí hace unos días a mi amiga… The post Quejarse es desperdiciar energía appeared first on Manuel Bellido.

EL BLOG DE ANNA CONTE

- Españoles felices 7 septiembre, 2017
  En qué medida se considera Ud. una persona feliz o infeliz Por favor, utilice una escala de 0 a 10 en la que 0 significa que se considera 'completamente infeliz' y 10 que se considere 'completamente feliz' . Era una de las preguntas -la número 24- del último barómetro del CIS realizado a principios […]

KIOSKO

MANUEL BELLIDO

¡Ya a la VENTA!