

EDITORIAL



Chiara Baldoví

Cómo enfrentarse al networking en 7 pasos

RRHH Digital

El primer periódico online de Recursos Humanos

30.10.2017 - 13:23

HEMEROTECA

- PORTADA
- SECCIONES
- EDITORIAL
- ENTREVISTA
- SE RUMOREA
- THE ENGLISH CORNER
- FORMACIÓN EN RRHH
- EMPLEO EN RRHH

VOLVER

TAMAÑO DE LA LETRA

SECCIONES Actualidad

Cómo cocrear con clientes y empleados

POR RRHH Digital | 12:00 | 30 de Octubre del 2017



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”.

*Si te ha resultado interesante este artículo, te animamos a seguirnos en **TWITTER** y a suscribirte a nuestra **NEWSLETTER DIARIA**.

RRHHDigital



NOTICIAS RELACIONADAS:

EDP, reconocida como la compañía con la mejor atención al cliente en España
La Asociación Española de Expertos en la Relación con Clientes (AEERC) ha distinguido... **ampliar**

American Express encabeza el Ranking de satisfacción de cliente
American Express ha recibido la máxima puntuación en lo que respecta a la satisfacción... **ampliar**

Vídeo Marketing, una de las acciones más eficaces de captación de clientes para 2018
El Video Marketing se perfila como una tendencia en auge. Dentro del Marketing online... **ampliar**



Wolters Kluwer
DESCARGA NUESTRO EBOOK

¡Incrementa la productividad y mejora la conciliación laboral en tu organización!

Lo más leído

- 1 Idioms of the week
- 2 Las Mejores Empresas para Trabajar del Mundo
- 3 Spanglish alert!
- 4 España fue el décimo país de la UE donde menos parados encontraron empleo
- 5 Las empresas con más capacidad para atraer y retener el talento en España

cezanne
¿Buscas un software de Recursos Humanos, sencillo pero completo?
www.cezanne.com/es
+34 918 260 265

Un único servicio para la gestión integral de horarios de su personal

Los lectores **Opinan**

¿Crees que la "posible" declaración unilateral de independencia de Cataluña va a afectar a lo laboral?

Sí, absolutamente

No, de ninguna manera

Solo a a las empresas con sede en Cataluña

Votar **Ver Resultados**

Patrocinado por **QENDITA**

Ver más encuestas

EL MAYOR EVENTO PROFESIONAL SOBRE DIVERSIDAD, IGUALDAD Y GÉNERO
14 NOVIEMBRE 2017 - MADRID
TEATRO GOYA

factor **W** PART