

El futuro del engagement está en los empleados: el Employee Experience

Alberto Perez | diciembre 2, 2020 | 4:03 pm





Compra tus Décimos de Navidad

Elige y compra tus Décimos de Navidad, sin comisiones.




TuLoterero

Aplicado el mundo del marketing, el **engagement** es el grado de interacción de una cuenta con los seguidores en sus redes sociales. Si elevamos este concepto al mundo de la empresa, nos estamos refiriendo a la experiencia de cliente o, lo que es lo mismo, el término en el que tienen que trabajar las organizaciones actuales para ganarse la confianza de los clientes.

Los expertos en esta disciplina, la **Experiencia de Cliente**, empiezan a coincidir en que todo parte de la experiencia del empleado como raíz del éxito futuro de este engagement con los clientes. El camino empieza en la propia empresa y todo hace indicar que hay mucho trabajo por delante.

Y es que según un informe elaborado por **Gartner** en 2019, **solo un 13% de los empleados están ampliamente satisfechos con sus experiencias laborales**, frente a un 46% que dicen estar muy insatisfechos con la experiencia general que vive en su organización. Y en lo que respecta a las empresas, el 41,5% reconocen no disponer de ninguna herramienta que les permita saber qué están viviendo sus empleados, según un informe elaborado por **IDC Research España**.



Una herramienta para mejorar el engagement con los empleados

La **Asociación para el Desarrollo de la Experiencia de Cliente** es consciente de esta situación y por ello ha trabajado en una herramienta para facilitar la labor en las empresas. La **Onda del Empleado** es un marco de trabajo, una guía para poder alcanzar la excelencia en **Employee Experience**. Una guía en la que han tenido implicación marcas importantes como **Banco Santander**, CaixaBank, Cepsa, Google, Guudjob, Grupo BLC, IZO, Kiabi, Lukkap, Mahou San Miguel, Mapfre, Mutua Madrileña, Opticalia, Pompeii, Sanitas y Securitas Direct.

5 pilares en Employee Experience

- Escucha.** Tener un conocimiento profundo y comprensión de quiénes son los empleados implica escuchar qué es lo que esperan, qué es lo que viven en la relación completa con la organización y qué momentos son determinantes para definir la relación empresa-empleado. Para trabajar este pilar de forma continua será primordial establecer un programa de Voz del Empleado.
- Enfoque.** Es fundamental definir qué estrategia quiere seguir la compañía en la relación con sus empleados. En esta fase serán clave tanto la Propuesta de Valor como el Modelo de Relación, por lo que se deberán concretar los objetivos a conseguir con la Experiencia de Empleado y su relevancia en la estrategia de la organización, estableciendo el ROI esperado dentro de la misma.
- Extensión.** Un sentimiento corporativo debe recorrer la organización, donde cada miembro se sienta indispensable. Cobra especial relevancia en este apartado la necesidad de crear un Departamento de Employee Experience o la figura de Employee Experience Officer, para promover y consolidar una cultura orientada a la Experiencia de Empleado, con el objetivo de alinear personas, objetivos y expectativas.
- Entusiasmo.** Los empleados son el pilar de las organizaciones, constituyen la esencia de la marca. Conseguir que una compañía entusiasme a sus clientes solo es posible gracias a empleados implicados, promotores del "cómo" hacemos las cosas, por encima del "qué" hacemos. El empoderamiento y la participación activa de los empleados en los proyectos de la compañía serán fundamentales para la consecución de este pilar.
- Excelencia.** Si es importante motivar a los empleados, igualmente importante es reconocer los logros que alcanzan. Es primordial que este equilibrio exista. Es imprescindible entender qué necesitan los colaboradores para poder trabajar de forma óptima, asegurarse que son conocedores de lo que se espera de ellos y garantizar una evaluación justa y transparente en el reconocimiento de sus logros.



Kia XCeed
No busques más



Descúbrelo >



The Power to Surprise

Publicidad

SEMIFUSH

Descubre 3 formas de integrar PPC y SEO [Con consejos de expertos]



Alberto Perez



SEMIFUSH

Descubre 3 formas de integrar PPC y SEO [Con consejos de expertos]



Trending



The Banker premia a Santander como el mejor banco de España y América
3 diciembre, 2020



Blockchain y música, ¿cuál es su relación?
2 diciembre, 2020



Toni Nadal trata la experiencia del éxito y cómo reinventarse
2 diciembre, 2020



Correos Market diseña las mejores cestas de Navidad de la mano de los hermanos Sandoval
2 diciembre, 2020

Publicidad