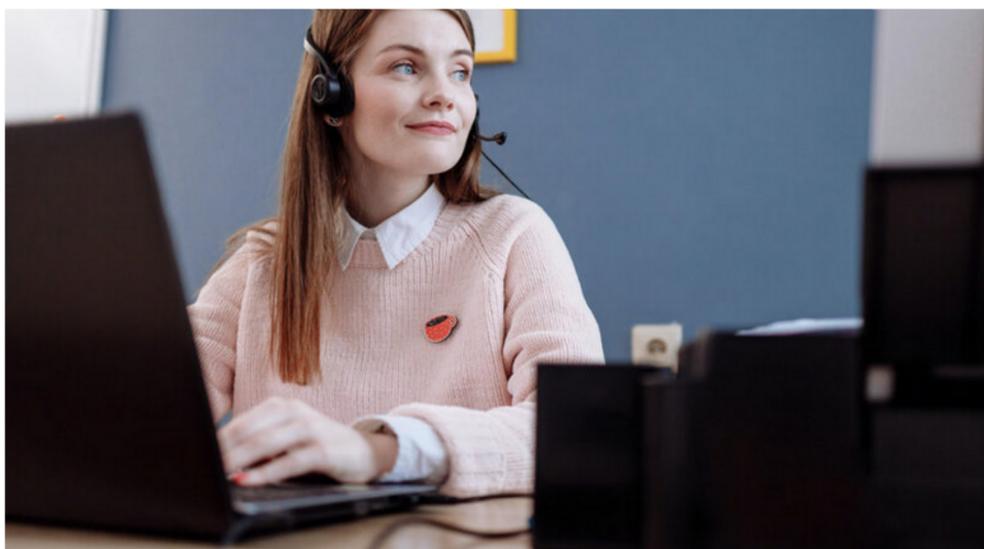


MARKETING

Mario Taguas (DEC): «Vocación continua por las experiencias»

"Cuando en marzo de 2014, un grupo de ilusionados profesionales nos unimos para crear una comunidad que ayudase a desarrollar e impulsar una disciplina en la que creíamos y sobre la que predicábamos, no me podía imaginar que en 2022 asumiría la presidencia de DEC -Asociación para el Desarrollo de la Experiencia de Cliente- sucediendo a Jorge Martínez-Arroyo". Un artículo de Mario Taguas, nuevo presidente de DEC, para IPMARK.



09/05/2022 experiencia de cliente



Hoy en día, la sociedad empresarial tiene claro el concepto de Experiencia de Cliente. Se trata del **recuerdo que se genera en la mente del consumidor como consecuencia de su relación con una marca**. Ya a finales del siglo pasado, algunas organizaciones entendieron que orientar la empresa al cliente era la forma más rentable y segura de crecer. Actualmente, la revolución digital no ha hecho más que empoderarlo. El consumidor ahora tiene más información para elegir y recomendar, de manera masiva, un producto o servicio. Pero además, inmerso en esta economía de la experiencia, demanda a su vez experiencias memorables, que influyen de forma decisiva en futuras compras y recomendaciones.

En los últimos años ha habido [un gran impulso de la Experiencia de Cliente](#) y todas las compañías tienen claro que se trata de una disciplina en la que tienen que desarrollarse. Pero es muy difícil de lograr si no se trabaja de la mano de la Experiencia de Empleado. Los dos años de pandemia, además de acelerar la transformación digital, han supuesto una revolución en el mundo laboral, donde muchos trabajadores han tomado conciencia de sus empleos y de los problemas de conciliación que suponían. Esto ha llevado a que **millones de trabajadores en EE.UU. hayan dejado su trabajo en busca de otro mejor y que en España, de acuerdo con un estudio de Microsoft, el 41% de los trabajadores esté pensando en cambiar de puesto**. Esta situación supone un problema para las organizaciones, que se enfrentan a importantes desafíos en materia de gestión de personas.



Es fundamental establecer una conexión entre ambas disciplinas para que la Experiencia de Empleado construya la Experiencia de Cliente

La Experiencia de Empleado ayuda a estructurar los procesos de recursos humanos de una manera integrada y es particularmente útil en proyectos de talento, cultura, transformación e innovación. Pero ¿qué entendemos por Experiencia de Empleado? Se trata de **una nueva función estratégica de negocio que actúa sobre las vivencias que los trabajadores experimentan dentro de una organización para beneficio de la creación de valor**. Pero desde un concepto mucho más amplio que la simple percepción que tiene un trabajador de su vida en la empresa. No se refiere solo a tratar bien a los empleados, ni se sustenta únicamente con programas de diversidad, bienestar corporativo o felicidad organizacional, que si bien son elementos muy bien considerados por los empleados y pueden ayudar a fomentar el compromiso, no se relacionan directamente con el interés de éstos por el cliente. Hay empresas con trabajadores muy bien atendidos que no destacan por su Experiencia de Cliente.

Es fundamental establecer una conexión entre ambas disciplinas para que la Experiencia de Empleado construya la Experiencia de Cliente. Y es que puede existir una significativa correlación entre la Experiencia de los Empleados y la de los Clientes. Está comprobado que un punto de incremento en el NPS de Empleado, puede suponer un incremento de hasta cinco puntos en el NPS de Cliente.



Está comprobado que un punto de incremento en el NPS de Empleado, puede suponer un incremento de hasta cinco puntos en el NPS de Cliente

No debemos confundir la Experiencia de Empleado con la "implicación de las personas" del *framework* la Onda del Cliente, pues la Experiencia de Empleado supone un paso más. Así, en la implicación se trata de conseguir el apoyo de la estrategia de Experiencia de Cliente por parte de los trabajadores, mientras que la Experiencia de Empleado persigue que vivan esa experiencia de marca en primera persona. Es decir, en el primero los empleados están al servicio de la experiencia, mientras que en el segundo son sus protagonistas, pues solo quien vive una experiencia está preparado para transmitirla.



Mario Taguas, presidente de DEC

Conscientes de todo ello, **en DEC hemos desarrollado la Onda del Empleado, al igual que hicimos con la Onda del Cliente**. Se trata de un marco de trabajo para guiar y ayudar a las organizaciones y profesionales a comprender todos los caminos que deben recorrerse en el desarrollo de la Experiencia de Empleado, facilitando además la implantación de una estrategia coherente de recursos humanos en cualquier organización. Este trabajo ha ido acompañado de la puesta en marcha del **primer Programa Superior en Experiencia de Empleado, y del lanzamiento del que esperamos sea el primer libro de referencia sobre esta disciplina, "Cómo construir la Experiencia de Empleado"**.

Por terminar, nuestro propósito en DEC no finaliza aquí, ya que hemos diseñado un ambicioso plan estratégico a abordar en los próximos años, que se va a sustentar sobre la imagen de la Asociación, la propuesta de valor, [el crecimiento de la comunidad DEC](#) y la Experiencia del Socio. Como asociación para el desarrollo de la experiencia, debemos ser un ejemplo en la experiencia que entregamos a nuestros socios y, por ello, estamos trabajando para comprender, en profundidad, la vivencia del socio e identificar las palancas clave que permitirán mejorar su experiencia a lo largo de su relación con la Asociación. Los asociados están viviendo en primera persona todo aquello que DEC preconiza. Están siendo partícipes de la transformación de Experiencia de Cliente y la Experiencia de Empleado que deberían impulsar en sus propias empresas.



+ POPULAR

- 1 Coca-Cola Intergalactic, la última innovación sin azúcar de Coca...
- 2 Los Premios DEC abren plazo para presentación de candidaturas
- 3 Nace Trace, herramienta para verificar campañas publicitarias e...
- 4 Correos homenajea a Clara Campoamor en el 50 aniversario...
- 5 Corona lanza un nuevo producto que no es cerveza: Corona Tropical