



La **medición del EX**  
y su economía.

La **Experiencia del Empleado (EX)** es ese punto diamante que puede hacer que la lealtad de tus clientes se maximice y logre hacer que tu empresa crezca, pero ese crecimiento debe ser conjunto, si ellos crecen, tú lo haces.

En el eBook [“Empleados con poder, negocio creciente. Employee Experience EX”](#), se definió como **todo aquello que tus colaboradores perciben cuando interactúan antes y durante la ejecución de su trabajo**, desde el proceso de contratación, hasta la separación del cargo.

Ahora bien, en este tomo se responderán preguntas tan importantes como: ¿Cómo lo mido adecuadamente? ¿Qué gana una empresa aplicando medición y acciones a favor de la **Experiencia del Empleado?**

Comencemos.

## ¿Cómo mido adecuadamente el Employee Experience actual?

Ya lo dijimos: Si tienes un equipo de trabajo bien conformado, con confianza mutua y con lealtad a la marca, se desempeñará mejor para no defraudar a los demás, antes que a sí mismos, generando una **Experiencia del Cliente única**. Para lograrlo necesitas una buena Experiencia de tus **Empleados (EX)**, medirla y fortalecerla.

Recordemos que la **Experiencia del Empleado** es medible desde el primer contacto para la contratación, hasta la separación del cargo.

Pero, ¿cómo se puede medir adecuadamente el **EX Employee Experience?** Veamos los siguientes puntos para hacerlo.



## Compromiso

Tus empleados necesitan sentir que hacen la diferencia en su trabajo, que su esfuerzo tiene resultados, que puede crecer y desarrollarse.

Para este punto, el corporativo DecisionWise, con base en su experiencia de más de 20 años y con una base de datos de más de 12 millones de encuestas realizadas a empleados, propone enfocarse en M.A.G.I.C. (**M**eaning, **A**utonomy, **G**rowth, **I**mpact, **C**onnection). Lee un poco más acerca de ello.



### Meaning (significado)

¿Tus empleados saben y sienten que hacen la diferencia en su trabajo? ¿Significa algo para la empresa que ese empleado sea parte y se lo comunican adecuadamente?



### Impact (impacto)

¿Tus empleados se sienten como si tuvieran éxito laboral? ¿Ven que su esfuerzo contribuye al éxito de la organización?



### Autonomy (autonomía)

¿Tus empleados tienen la libertad y capacidad para tomar decisiones? ¿Les das la confianza para hacerlo?



### Connection (conexión)

¿Tus colaboradores tienen una conexión personal con sus compañeros? ¿Están conectados con su jefe, le tienen suficiente confianza para acercarse? ¿Están conectados realmente con su trabajo?



### Growth (crecimiento)

¿Les proporcionas oportunidades de desarrollo? ¿Los desafías positivamente para que crezcan y mejoren en el ámbito personal y laboral?



## Viajes y momentos. Employees Journey

Este punto se refiere al ciclo de vida del empleado, recorriendo todo el proceso, pasando por todos aquellos momentos que marcan la diferencia en su satisfacción o insatisfacción.

El ciclo de vida del empleado (Employees Journey) tiene los siguientes puntos objetivo:

1

### Reclutamiento

¿Los atienden con amabilidad desde que dejan su solicitud de empleo? ¿Se le da seguimiento ordenado? ¿Se le atiende a tiempo en su entrevista de trabajo? ¿Tienen los elementos necesarios para su proceso de selección? Etc.

2

### Desarrollo

¿Los capacitan adecuadamente? ¿Existe una persona o equipo de trabajo que esté disponible para cualquier duda o aclaración en el proceso? ¿Les es mostrado el proceso de trabajo adecuadamente? ¿La capacitación es suficiente? ¿Se tienen diversas opciones de capacitación para el desarrollo laboral y personal?

3

### Cuidado

¿Se les apoya con información o dinámicas de integración al equipo de trabajo? ¿Tus empleados se sienten protegidos dentro de su trabajo? ¿Les proporcionas las instalaciones y condiciones de seguridad necesarias? ¿Se resuelven sus necesidades laborales cuando lo requieren?

- 4 **Habilitación**  
¿Están cien por ciento listos para tomar decisiones a favor de tus clientes? ¿Cuentan con todas las herramientas necesarias para hacer su trabajo? ¿Tienen oportunidades de crecimiento personal y laboral?
- 5 **Involucramiento**  
¿Les proporcionas la confianza para poder tomar decisiones y proponer mejoras en la atención al cliente y su actividad laboral? ¿Se siente tranquilo al hacer amigos y tiene confianza en sus superiores? ¿Se siente realmente parte de la empresa, su equipo y de la marca?
- 6 **Separación**  
¿Se cumple lo planteado inicialmente al separarse del cargo? ¿El proceso de separación es transparente y de forma respetuosa? ¿Es rápido y sin “trabas”?

## Ideas

En este punto, tus colaboradores pueden generar lealtad con tu marca, dando mucho más por su equipo de trabajo y, por ende, por tus clientes. Aquí se resuelve la pregunta: ¿Qué podemos hacer para mejorar la experiencia del cliente?



**Trata a tus empleados como clientes. Escúchalos. Genera un programa de Voz del Empleado** en el que puedas escuchar qué es lo que consideran que pueda mejorarse para la excelente atención al cliente; esto incluye quejas, experiencias, sugerencias y propuestas de mejora.

Una vez que los hayas escuchado, inicia un proceso en el que puedan generarse cambios a favor de las políticas centradas en la atención al cliente. Este puede variar de acuerdo a cada empresa, pero en general se propone que sea de la siguiente manera:

- 1 Empleado genera idea / propuesta
- 2 Es escuchado
- 3 Envía idea a tomador de decisión
- 4 Revisión de calidad y viabilidad de la idea
- 5 Aprobación de la idea
- 6 Priorización
- 7 Resolver / implementar



## Servicios

Aquí, tus empleados deben tener la certeza de que cuando tienen un problema para hacer su trabajo o necesitan ayuda dentro de la empresa, se resuelve. Esto incluye servicios internos, recursos humanos, herramientas, tecnologías, oficinas, etc.

Por ejemplo, si a uno de tus empleados se le descompone su computadora o su impresora no funciona, ¿es atendido prontamente, sin trabas y sin “luego lo checo”?

O si requiere unos guantes para proteger sus manos al realizar algún tipo de trabajo, ¿el proceso de solicitud, aprobación y entrega es rápido y fácil? ¿Los sanitarios son dignos, limpios y tienen suministros necesarios?

Todo lo que pueda desviar la atención en su trabajo, ponerlo en riesgo, impedir sus actividades o incluso elevar su nivel de estrés laboral, puede ser detectado y minimizado con estas acciones.

“Solo hay un jefe, el cliente. **Los clientes pueden despedir a todo el mundo en la empresa**, desde el presidente hacia abajo, simplemente gastando su dinero en otro lado”.

**Sam Walton**, fundador de Walmart.

El ciclo de vida del empleado (Employees Journey) tiene los siguientes puntos objetivo:

- 1 Deseo de atender a la gente**  
No trabajes por trabajar, ven a hacerlo para crear excelencia personal y laboral.
- 2 Estar en el momento**  
Haz consciente cuando entregues una experiencia positiva a un cliente, pon atención a lo que estás haciendo y busca siempre maneras de mejorar.
- 3 Desde y hasta**  
Conoce a la perfección el objetivo a alcanzar y hasta donde puedes llegar a atender a tus clientes. No cruces esa línea.
- 4 Aprendizaje continuo**  
Nunca dejes de aprender, busca siempre mayor capacitación, conocimiento y crecimiento.
- 5 Reconocer la increíble responsabilidad**  
Todos generamos impacto en la vida de otras personas. Si tú les das lo mejor a tus empleados y ellos a tus clientes, la cadena de excelencia continúa.

“Cuál es tu razón para querer dar lo mejor de ti? ¿Qué te inspira a ser lo mejor que puedas ser? **Cuando lo descubras irás a trabajar para ser el mejor**”.

**Horst Schulze**, Ritz Carlton.

Como leíste, esta nueva cultura de atención enfocada en el cliente comienza con un enfoque organizacional de **Experiencia del Empleado**, y los empleados con voz tienen mayor poder a la hora de crear **Experiencia del Cliente**. Tiende puentes no solo fuera de tu organización, sino dentro de ella.

**En Inbox podemos ayudarte a medir, gestionar y generar experiencias** dentro y hacia el exterior de tu organización.

## La economía detrás del EX

Es necesario abrir un campo de visión aún más amplio en el tema de la **Experiencia del Empleado (EX)** para poder entender la importancia dentro del ámbito empresarial y el mundo de los negocios. Veamos algunos datos que dan cuenta de los cambios logrados por aquellas organizaciones que ya pusieron “primero, primero” a sus empleados.

Empresas con empleados altamente comprometidos superan a sus competidores en un 147%... ¿te parece poco? Para las personas afines al fútbol, no es lo mismo ver a un jugador que patea el balón solo porque le pagan, a uno que siente y ‘vibra’ la camiseta de su equipo.

Al ver a ese último dar el todo por el todo, se genera un impacto superior hacia el jugador y el equipo, convirtiéndote en aún más fan...

El 87% de la afinidad de los clientes hacia Starbucks (una marca más que posicionada), se debe a la forma en como trata a sus empleados. Los mismos ex-empleados de esta marca dan cuenta de ello.



Beneficios desde tomar dos bebidas al día completamente gratis, aguinaldo superior, regalos, tener los mejores diseños de vasos y termos antes que nadie, los regalos al ser empleado del mes, entre otras muchas cosas, hacen que los empleados se sientan lo máximo.

“El término empleado no existe en Starbucks, nos nombran partners [...] así nos sentimos según nuestro rango:

Barista y supervisor - dueño de la marca; Coffee Master - dueños del mundo”

Implementar políticas que tengan impacto positivo en tus colaboradores, mejorará el rendimiento de los mismos. Por ello:

- 1 | Haz participes a tus empleados
- 2 | Diseña planes de capacitación
- 3 | Alinea las políticas de Recursos Humanos
- 4 | Crea una cultura laboral agradable y profesional
- 5 | Comunica
- 6 | Dale valor a tus empleados
- 7 | Reconócelos
- 8 | Sé un líder, no un jefe

Ahora bien, si tienes un programa bien medido y alineado de **Employee Experience**, tendrás resultados impactantes en el de **Consumer Experience (Experiencia del Cliente)**, ya que los empleados harán lo necesario por y para su empresa.

Según una encuesta Gartner, el 89% de las empresas planean competir principalmente en función de la experiencia del cliente, ya que el 67% del éxito de las marcas depende de ella.

Viéndolo desde los ingresos económicos, el 83% de los clientes están dispuestos a pagar más por un producto o servicio si sienten una conexión especial con la marca, además de que las empresas con equipos altamente comprometidos experimentan un crecimiento del 19.2% en sus ingresos anuales.

Ahora que nos ha quedado más claro el tema desde la perspectiva económica, es momento de poner manos a la obra para tener personal contento, satisfecho y comprometido con la marca.

**Recuerda**, “si quieres poner a tus clientes primero, tendrás que poner a tus empleados ‘primero primero’”. **Si cuidas a tus empleados, ellos cuidarán de tus clientes.**



### México

Bosques de Duraznos 61, 3er piso,  
Bosques de las Lomas, C.P. 11700.  
(55) 5985 9710

### Querétaro

Senda del Carruaje 29, 3er piso,  
Milenio III, C.P. 76060.  
(442) 213 0313

### Pachuca

Bldv. Valle de San Javier 215,  
4to piso, Valle de San Javier,  
C.P. 42086.  
(771) 717 4900

[hola@inbox.mx](mailto:hola@inbox.mx)