

Experiencia de empleado hasta el último momento



Jesús López,
manager de Lukkap

Experiencia de empleado: la vivencia que tiene una persona en su compañía, de los hechos y momentos importantes (incorporación, formación, promociones, despido) y de las sensaciones que vive en esos momentos. Así de fácil y así de complejo.

La diferencia entre lo que antes hacíamos y lo que ahora hacemos es notoria, porque nos permite dar un salto cualitativo en nuestra forma de medir, pasamos de preguntar por satisfacción genérica a preguntar por lo que realmente importa, los detalles, indagando en los mismos; este cambio de medida nos permite diseccionar con la precisión de un bisturí los hechos y sensaciones que afectan en positivo y negativo en la experiencia de nuestros trabajadores y, a partir de ahí, poder construir una mejor experiencia, teniendo en cuenta la visión de la compañía, sus valores y las necesidades de las personas.

Esta forma de indagar en las tripas de la organización nos va a permitir a su vez, conocer y tener palancas de cambio que mejoren la experiencia de los trabajadores y su aportación a la compañía, así como mejorar nuestra oferta de valor de cara al exterior y al interior de la organización (atracción y compromiso) no es cualquier cosa, teniendo en cuenta la fuga de talento en los últimos años y el *collage* de comportamientos, anhelos y creencias que diferentes generaciones de personas introducen en las organizaciones.

¿Hasta aquí todos de acuerdo?

¿Cómo construir una verdadera Experiencia de empleado? ¿Por dónde empezar? Empecemos preguntando. Uno de los principales errores que cometemos a la hora de querer mejorar la propuesta de valor de las compañías es incorporar pájaros y flores en las mismas: futbolines, salas de descanso, billares; por lo general, las incorporamos a la oferta de valor de las empresas, a veces, por pura imitación, si lo hacen en Silicon Valley... o aplicando nuestro propio sistemas de creencias, ¡esto le va a gustar a todo el mundo! Puede que acertemos en alguna acción, pero fallamos en la forma y a veces puede ser contraproducente, porque una buena experiencia de empleado comienza con los higiénicos y lo que inicialmente se hace para mejorar la experiencia de las personas, termina convirtiéndose en algo contraproducente,

porque fallamos en lo básico, en lo que realmente importa.

Abordar un proyecto de estas características es bastante complejo, y además su alcance es prácticamente ilimitado. Por dónde empezar:

- 1.- **Revisemos nuestra metodología de medición**, ampliémosla y enriquezcámosla, no tengamos miedo a preguntar, ni a generar debate, sobre todo si hemos tomado la decisión de hacer las cosas bien.
- 2.- **Construyamos un Employee Journey** que nos permita tener una visión amplia del camino que recorre una persona a lo largo de todo su viaje en una empresa, esto nos ayudará a comenzar por lo básico, para ir construyendo a lo más complejo.

- 3.- **Revisemos nuestra actual oferta de valor**, hagámosla coherente teniendo en cuenta los valores y misión de la compañía y las necesidades vitales de los trabajadores, establezcamos un

modelo de relación basado en nuestro ADN y en la vivencia de las personas.

- 4.- **Volvamos a medir para ver qué tal ha ido.**

Un caso real: *outplacement* para el último momento. Uno de los momentos más dolorosos e incómodos que se puede producir en una compañía es un ERE, una medida que afecta a las personas que se marchan, y que genera, en muchos casos, incertidumbre, miedo, ansiedad, depresión, desconcierto, rabia... los que permanecen en la empresa no quedan psicológicamente mucho mejor, es habitual percibir una disminución en su productividad, un empeoramiento del clima laboral y una sensación de incertidumbre en aumento, que no ayuda a remontar ni normalizar la situación generada.

Es una situación devastadora desde un punto de vista de gestión de las personas, porque todo el trabajo realizado se va al garete, promociones, aumentos salariales, buen ambiente laboral, formaciones... Un ERE mal gestionado es un tsunami que afecta a los que se marchan, a los que se quedan y al corazón de la marca.

El *outplacement* es un final bien gestionado, es un gracias por tu aportación, un estoy a tu lado en este duro momento y me preocupo por ti, es el comienzo de una nueva forma de relación, auténtica y genuina experiencia de empleado.

¿Empezamos?

Es importante mejorar nuestra oferta de valor de cara al exterior y al interior de la organización

Pernod Ricard estrena oficinas en su proceso de digitalización

Tras más de 10 años en la antigua sede, los 200 colaboradores de **Pernod Ricard España** en Madrid se han trasladado recientemente a sus nuevas oficinas. La llegada a la nueva sede es mucho más que un simple cambio de ubicación: es un paso más en el proceso de integración digital que la compañía ha emprendido hace tres años, y es el reflejo de su mentalidad digital y de su decidida apuesta por la innovación.

“Las nuevas oficinas destilan los valores y la filosofía de Pernod Ricard España, son nuestra mejor tarjeta de visita para los públicos de interés”, afirma Eric Laborde, CEO de la compañía. Laborde lo explica como “una evolución natural para seguir estando a la vanguardia de las nuevas necesidades del entorno y crear una experiencia de empleado a la altura de las expectativas de nuestros colaboradores, que viven la innovación como parte de su día a día”. Pernod Ricard España ha cambiado los parámetros de la oficina convencional para escenificar los valores de la cultura corporativa –responsabilidad individual, transversalidad e innovación– como un paso necesario en la transición a la mentalidad digital.

En cuanto a la organización del trabajo, se ha apostado por el modelo flexible que favorece la creatividad y el compromiso, y supone una ventaja competitiva a la hora de retener y atraer talento. Con una estructura mucho más plana –la eliminación de despachos ha contribuido a materializarla– se impone la transversalidad entre áreas y equipos de trabajo, fomentando la cultura del desempeño y la gestión por proyectos en un entorno innovador.

