

COMUNICACIÓN



Flor Cid, Directora de FlorCidComunicación.es.

TRANSFORMACIÓN DIGITAL APLICADA A LA EXPERIENCIA DEL EMPLEADO

La llamada era digital vino para quedarse, porque hace ya tiempo que está con nosotros. Su influencia no se detiene y afecta a nuestras vidas en sus diferentes facetas. Sin duda, en el panorama empresarial se están produciendo importantes transformaciones y, lo que es más importante, a una gran velocidad. Yo diría que la verdadera revolución ya no está en el cambio, sino en la rapidez con la que éste se produce.

En esta época no es fácil que alguien diga que este fenómeno le ha “pillado de sopetón” pues la introducción de las nuevas tecnologías en los distintos niveles que afectan a nuestras vidas, a nuestros desempeños y a la realidad empresarial no ha sido repentina. Es más, hace casi dos décadas que crecen los avisos y consejos entorno a su llegada, a su avance progresivo e imparable, a la incuestionable necesidad de adaptarse para acogerla y, casi me atrevería a afirmar, a mimetizarse con ella.

Esta necesidad de estar conectado de manera casi permanente requiere la revisión de los modelos de negocio de las compañías, con la digitalización como factor protagonista. Nuevamente, aquellas empresas “no nativas” digitales han de hacer un esfuerzo aún mayor y con más agilidad para adaptarse a las necesidades de esta nueva realidad.

Adentrándonos en comunicación interna, la experiencia del empleado tiene un papel protagonista. Partamos de la afirmación: la empresa tiene que adaptarse a la nueva era digital para proporcionar la experiencia más adecuada a su capital humano. Así lo afirman expertos como Mireia Ranera, Vicepresidenta y Directora Digital HR en INCIPY, compañía especializada en el acompañamiento a organizaciones y negocios en este proceso de transformación digital, y quien ha inspirado mi colaboración de este mes. Según afirma, se están reescribiendo todas las reglas del juego y el arma más competitiva y diferencial es la experiencia del empleado.

El trabajador digital es el reto de las empresas

Hoy, los departamentos de Selección y de Recursos Humanos de las empresas tiene un reto importante: acoger, integrar y hacer evolucionar a los trabajadores digitales. Desde Comunicación Interna, hay otro reto más: asumir dicha realidad y plasmarla de manera que sea más que evidente que el desempeño de los profesionales se ve indiscutiblemente afectado por las nuevas tecnologías, y que estas no solo son una realidad para el servicio al cliente, sino que también y especialmente para mejorar sus propias experiencias y conseguir que se traduzcan en un retorno positivo y beneficioso para la compañía.

La implicación del departamento de Recursos Humanos y la Comunicación Interna son, por lo tanto, esenciales para implementar esta gestión del cambio. ¿Cómo? Una de las opciones es, sin duda, la promoción de fórmulas de gestión por objetivos y evaluación del desempeño que faciliten el trabajo en remoto y la conciliación del trabajo con las aspiraciones personales del empleado. Pero esta temática la abordaré en una de mis próximas colaboraciones.

¿Por qué es clave promover desde Comunicación Interna la importancia de la experiencia del empleado?

Siguiendo con la mencionada referencia a Mireia Ranera, ella establece algunos puntos básicos con los que no puedo estar más de acuerdo tales como:

1. Hay una innegable relación entre la experiencia del cliente y la experiencia del empleado. De hecho, si las empresas no consiguen que la segunda sea adecuada, no será fácil crear una experiencia positiva para el cliente.
2. El empleado aspira a gozar de la misma experiencia que su empresa quiere para el cliente, sobre todo en lo que respecta a interactuar, tener capaz de opinar y tomar ciertas decisiones.
3. Las nuevas generaciones de empleados tienen deseos en consonancia con el desarrollo de las nuevas tecnologías y por los que hay que mirar: conectividad, flexibilidad, uso de aplicaciones móviles, etc.
4. Para mantener el talento es preciso fomentar la diferenciación, y esto solo se consigue dotando al empleado de la mejor experiencia posible, con el apoyo incuestionable de Comunicación Interna.
5. El mayor compromiso del empleado se traduce en mayores niveles de productividad y de satisfacción del cliente, y esto es algo que se logra también en una gran medida fomentando una correcta experiencia del profesional desde Comunicación Interna. ■