

5 pasos para optimizar la **Experiencia del Empleado** en tu organización



Verónica Traynor

Innovación en Gestión de Talento Humano

Abril 2024

Índice



Introducción

¿Por qué es clave la Experiencia del Empleado?	Pag. 2
¿Qué es el Diseño de Experiencia del Empleado?	Pag. 4
¿Cuál es nuestra filosofía de trabajo?	Pag. 6

5 pasos para comenzar

Definimos el propósito y los sellos de experiencia	Pag. 8
Elegimos en qué momento del Viaje del Empleado nos queremos enfocar	Pag. 9
Creamos arquetipos para empatizar con sus diversas motivaciones y necesidades	Pag. 10
Planteamos el “sunny day” y el “rainy day” de cada arquetipo	Pag. 11
Y avanzamos desde la co-creación aprovechando la inteligencia colectiva	Pag. 12
Conclusión	Pag. 13



¿Por qué es clave el Diseño de Experiencia del Empleado?

Muchas organizaciones ofrecen una experiencia laboral sin una estrategia lo cual que genera:

- Desconexión emocional de las personas con la organización
- Falta de iniciativa y proactividad
- Y falta de productividad

“Las burocracias desaniman a sus empleados; quienes, al no tener ninguna influencia real, desconectan emocionalmente del trabajo.”

Gary Hamel y Michaelle Zanini
“Humanocracia”



¿Y cuál es el impacto?

- Las personas con mayor talento se van
- Las personas que se quedan están emocionalmente desconectadas
- La imagen positiva de la organización disminuye, la atracción de talento disminuye
- Y los clientes no perciben calidad en la experiencia recibida

“

La típica empresa mediana o grande infantiliza a sus empleados, impone un aburrido conformismo, frena las iniciativas, hace que sus empleados se ciñan a desempeñar unas funciones limitadas, frustra el crecimiento personal y trata a las personas como si fueran meros recursos

Gary Hamel y Michaelle Zanini
"Humanocracia"

”





¿Qué es el Diseño de Experiencia del Empleado?

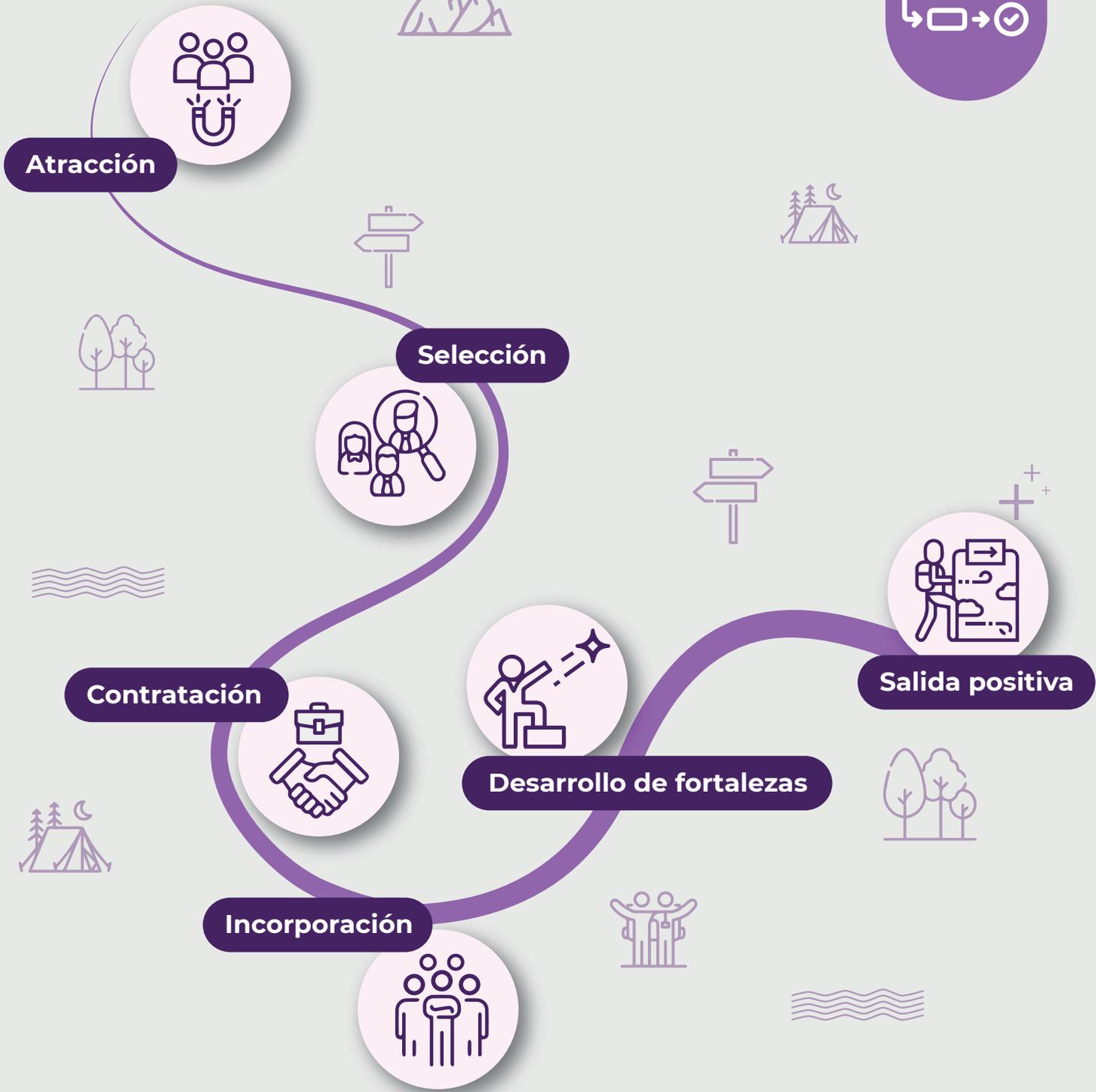
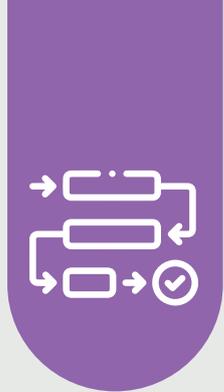
El Diseño de Experiencia del Empleado es la disciplina que busca asegurar un entorno laboral que potencie positivamente el desarrollo integral de las personas.

Y una de las herramientas principales es visualizar un Viaje del Empleado con sus distintos momentos para poder tomar conciencia de cada uno de ellos y optimizarlos; por ejemplo: atracción, selección, contratación, incorporación, desarrollo de fortalezas y salida positiva.

“Una buena experiencia del empleado genera fidelización, compromiso y accountability al reducir los índices de rotación y las tasas de ausentismo (...) Aumenta la calidad del trabajo realizado y de los entregables (...) Y mejora las relaciones con los clientes.”

Juan Antonio Gómez
“33 Ideas para innovar en HR”





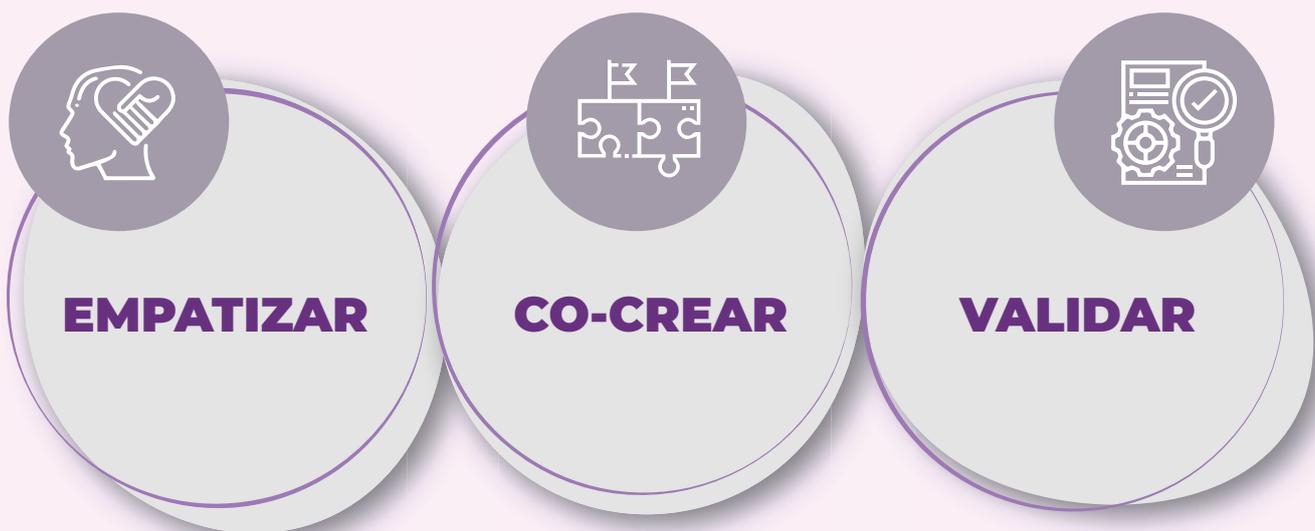
VIAJE DEL EMPLEADO



¿Cuál es nuestra filosofía de trabajo?

El Diseño de Experiencia del Empleado implica un abordaje profundamente humanista y una de las formas de abordarlo es a través de la filosofía de Diseño Centrado en las Personas, llamado por la empresa IDEO “*Design Thinking*”; junto con un paradigma de “Agilidad”.

En pocas palabras, el *Design Thinking* es una filosofía de trabajo que nos invita a avanzar a través de 3 grandes pasos principales:



¿Cuáles son los beneficios de esta filosofía?

- **Comprender** en profundidad las motivaciones y necesidades de las personas antes de buscar soluciones.
- **Llegar** a mejores ideas aprovechando la inteligencia colectiva.
- Y **disminuir** riesgos porque avanza a través de pequeños pilotos iterativos.

“

El Design Thinking es un método de resolución de problemas que consiste en comprender las necesidades de las personas, generar ideas, crear pilotos y realizar pruebas para llegar a una solución.

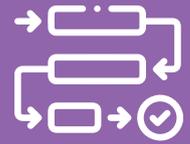


Teacup Lab

Consultoría Global de Usabilidad y UX Research

”





Paso 1

Definimos el propósito y los sellos de experiencia



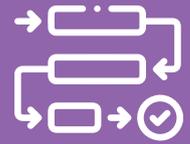
"Los "Sellos de Experiencia" son una definición estratégica que, a lo largo del viaje del colaborador, establecen las expectativas del servicio según nuestra propuesta de valor. Se viven de manera tangible en cada interacción, representando nuestra cultura y forma de hacer las cosas.

Por esto, es fundamental que en el diseño de la experiencia, aseguremos que este distintivo se haga evidente en cada momento de verdad que experimentará el colaborador a lo largo del viaje en nuestra organización"

Francisca Welkner,
Jefa Desarrollo de Talento, Achs Chile

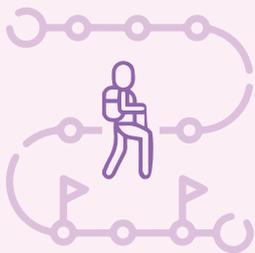


Contar con un propósito claro nos dará el Norte para crear una estrategia consistente. Y definir los "sellos de experiencia", por ejemplo: "cercanía", "autenticidad", "expertise", nos permitirá asegurar una misma esencia en cada momento del Viaje del Empleado.



Paso 2

Elegimos en qué momento del Viaje del Empleado nos queremos enfocar



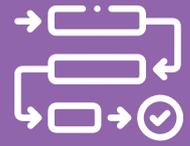
“Avanzar con agilidad significa abrazar el cambio continuo y progresar a través de pequeños pasos, cada uno llevándonos más cerca de nuestro objetivo final.”

Verónica Traynor
Innovación en Gestión de Talento Humano

Nuestra forma de trabajar se basa en avanzar poco a poco, centrándonos en temas específicos. En vez de querer abarcar todo de una vez, preferimos empezar con pequeños pasos.

Por ejemplo, si queremos mejorar la experiencia de nuestros empleados, podríamos comenzar por algo tan crucial como el proceso de onboarding, quizás enfocándonos en un solo tipo de empleado primero.

Esta aproximación nos permite avanzar con seguridad y precisión, reduciendo al mínimo los riesgos y obteniendo resultados de mayor impacto para nuestro equipo.



Paso 3

Creamos arquetipos para empatizar con sus diversas motivaciones y necesidades



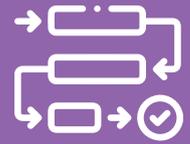
"El paso número uno es comprender para quién esto es un problema... y ahí aparecen las necesidades y los deseos de las personas que están involucradas"

Ailén Marino
Innovation and Strategic Design

Los arquetipos son una herramienta de empatía que ayuda a evitar el “diseño chicle” o el “diseño autorreferencial” cuando diseñamos experiencias.

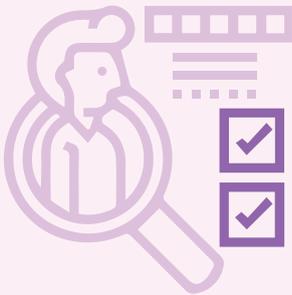
Por ejemplo, si hablamos de “Juan el ordenado”, podremos comprender mejor lo que busca tener, saber y sentir en un onboarding. Mientras que si pensamos en “Marcela la idealista” nos damos cuenta que sus necesidades son otras.

Tener distintos personajes ficticios nos ayudará a **empatizar con la diversidad de las motivaciones, necesidades y contextos** de las personas en nuestra organización y así crear mejores experiencias.



Paso 4

Planteamos el “sunny day” y el “rainy day” de cada arquetipo



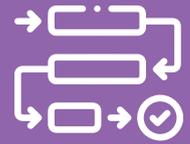
"Nos alejamos de nuestra propia mirada para intentar ver el mundo de las personas que están involucradas en ese problema. Abrimos bien el panorama y entendemos qué les pasa a las personas para que lo que diseñemos les de realmente valor a sus vidas"

Ailén Marino
Innovation and Strategic Design

La siguiente herramienta de empatía que utilizamos es formular cómo sería un “sunny day” vs. un “rainy day” para cada uno de los arquetipos en un momento determinado del Viaje del Empleado que buscamos optimizar.

¿Cómo sería un “rainy day” de un *onboarding* para “Juan el ordenado”? ¿Cómo sería un “sunny day” para “Marcela la idealista”? Imaginarnos estos escenarios nos ayudará a empatizar.

Para lograrlo es clave hacer **investigación organizacional ágil y respetuosa**, la cual nos permitirá obtener hallazgos profundos y accionables de cómo está siendo la experiencia en cada caso.



Paso 5

Y avanzamos desde la co-creación aprovechando la inteligencia colectiva



"Si incluimos a las personas les estamos diciendo que importa su opinión para el resultado, que son tomadas en cuenta y que son capaces. Y una persona empoderada va a poder aportar de distintas formas porque importa"

José Luis Quintana
Consultor de Gestión del Cambio

Incluir a las personas en los procesos de innovación nos permitirá comprender mejor las necesidades, tener mejores ideas y alcanzar mayores resultados.



"Prueba tu primera idea que tengas y evoluciona a través de la iteración"

Gerard Fernández Bonet
Estrategia de Producto y Liderazgo Ágil

El abordaje de Design Thinking + Agilidad nos invita a empatizar con las necesidades de las personas, co-crear con inteligencia colectiva y avanzar a través de pilotos para obtener aprendizajes en una cultura de experimentación para la mejora continua.

Conclusión

El Diseño de Experiencia del Empleado requiere un compromiso profundo con el propósito y los sellos de experiencia.

Y sobre todo, nos impulsa a realizar investigaciones organizacionales ágiles, tanto cuantitativas como cualitativas, para comprender el impacto de nuestras acciones.

Este enfoque humanista nos permitirá:

- Fortalecer la conexión emocional de los empleados con la organización y su propósito.
- Mejorar la coherencia y alineación de los valores con la cultura real de la empresa.
- Facilitar la comunicación y abrir espacios para conversaciones difíciles.
- Obtener resultados superiores.
- Mejorar tanto la experiencia del empleado como la del cliente.



#WeLoveEmployeeExperience

Ya que todo lo que hacemos en el diseño de la **Experiencia del Empleado** repercute directamente en la **Experiencia del Cliente**.





¿Necesitas un acompañamiento para transformar la Experiencia del Empleado en tu organización?



Verónica Traynor

Innovación en Gestión de Talento Humano

Escríbeme a hola@veronicatraynor.com

Conoce más www.veronicatraynor.com

Alianzas



Consultoría Global de Usabilidad y UX Research

José Luis Quintana Villa

Consultor de Gestión del Cambio

María José del Castillo

Consultora de Marcas y Franquicias