

El papel de los recursos humanos en la experiencia cliente

Además de la transformación digital, de lo que se habla ahora es de la experiencia del cliente.

“Si cuidas a tus empleados, ellos cuidarán a tus clientes”. Richard Branson, fundador de Virgin, tiene claro cuál es el secreto de su éxito: convertir a sus empleados en embajadores de su marca. Tratarles con respeto, mimando el entorno y las personas. Eso es, en el fondo, lo que se conoce como customer centricity o estrategia de la experiencia del cliente.

Grass Roots y Up SPAIN , han analizado en un desayuno informativo la importancia de esta estrategia para el éxito de las empresas en el mercado actual, y han concluido que si los clientes evalúan a las empresas con características humanas, deben ser los empleados quienes las humanicen.

Sonsoles Martín, directora excelencia de Grass Roots, advierte de que el cambio, aunque necesario para muchas compañías, requiere un conocimiento profundo del “entorno, del cliente y de las personas”.

El entorno

La pirámide organizativa ha funcionado hasta que, en la década de 1990 expertos en recursos humanos aseguraron que había que orientarse al cliente. Pero este modelo ya no vale. “Ahora ya no hay que poner delante al cliente, hay que cocrear la compañía con él”, asegura Sonsoles Martín.

Además, en un mercado tan abierto como el de ahora es frecuente que las compañías decidan unir sus fuerzas para mostrarse al cliente como entidades más eficaces. Algo que se conoce como inteligencia colectiva y que ahora también es frecuente dentro de las mismas empresas. Ya no es raro, por tanto, que el departamento de Recursos Humanos esté en contacto con el de marketing.

El cliente

El cliente ahora es bipolar, diverso y digital. Ahora lo habitual es encontrarse con clientes que vuelen en Ryanair y se hospeden en un hotel 5 estrellas.

Las personas

El departamento de Recursos Humanos tiene ahora más responsabilidad. Su re evolución implica una nueva misión para gestionar el talento y la diversidad y potenciar las fortalezas.

Recursos Humanos tiene que estar donde están las conversaciones y éstos están donde está el cliente. Para el éxito de esta empresa hay tres claves:

Autenticidad y consistencia
Feedback y cultura del error
Competencia y validez.

Datos de contacto:

Departamento de Comunicación

Nota de prensa publicada en: [Madrid](#)

Categorías: [Comunicación](#) [Marketing](#) [Emprendedores](#) [Recursos humanos](#) [Digital](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>