

9 claves para mejorar la experiencia de empleado

Mediapost, la compañía especialista en marketing relacional, define los pasos que las empresas deben seguir para mejorar las experiencias que ofrecen a sus empleados. Conocer a los empleados, sus preferencias, gustos y motivaciones, serán clave para la definición de un programa de incentivos permanente o de carácter temporal, como puede ser la campaña de Navidad

Hoy en día, los empleados de las empresas ya no solo buscan tener un buen salario, sino que su permanencia en el puesto de trabajo depende de factores vinculados con la vivencia de experiencias y que, por tanto, afectan directamente al compromiso del empleado y su motivación. Así, la pregunta es, ¿qué pueden hacer las empresas para trabajar en el ámbito de la experiencia de empleado? En realidad, esa experiencia debe comenzar a crearse desde la fase de búsqueda del candidato, continuar en la fase de contratación y de su incorporación a la compañía. Sin embargo, el calendario marca fechas señaladas en las que las empresas también pueden desarrollar y ofrecer esas experiencias como por ejemplo, el periodo navideño.

Terminado prácticamente el verano, las empresas comienzan a plantearse cuál será la employee experience de cara a Navidad, y son muchos los departamentos que se plantean varias preguntas: ¿y si se sustituye la tradicional cesta, idéntica para todo el mundo, por un regalo elegido por el propio empleado? ¿Cómo mejoraría su satisfacción? ¿Ayudaría a que el empleado se convirtiese en recomendador y embajador de la empresa?

Para dar respuesta a estas preguntas, Mediapost, compañía especializada en marketing relacional, ha elaborado un decálogo con los pasos básicos que una empresa employee driven debe seguir, para crear un programa de incentivos que motive a los empleados:

Definir los objetivos de los empleados. Solo así, los empleados podrán mejorar los procesos de trabajo, aumentar la productividad y comprometerse con la filosofía de la empresa.

¿Cuál es el perfil del empleado? Conocer cuáles son las motivaciones de los empleados es fundamental para establecer con éxito un plan de incentivos, así como los objetivos y recompensas que lograrán. La creación de los Employee Persona facilita la definición detallada del empleado tipo de la organización, y será este arquetipo de empleado, el que la empresa busque, desarrolle y fidelice.

Establecer una política de incentivos. Elaborar un plan de incentivos atractivo es una prioridad empresarial cuando una compañía quiere diferenciarse del resto de competidores. Este tipo de políticas, siempre basada en la consecución de objetivos, permite motivar a los empleados, facilitar su crecimiento profesionalmente, así como mejorar el clima laboral. Además, estos programas permiten motivar a los empleados de forma temporal, como en el caso de la campaña de Navidad, o de forma permanente.

Seleccionar y personalizar los premios. Cada empleado es único, por lo que sus inquietudes y motivaciones también lo son; por ello, es necesario seleccionar una amplia variedad de artículos que respondan a los intereses de todos los empleados y les motive a alcanzar los objetivos.

Apostar por una plataforma para el canje de los premios. Esta opción favorece que cada empleado tenga la libertad de elegir, en un catálogo, el regalo que prefiera y que se adapte a sus intereses.

Definir unos objetivos. Para ello, recuerda que antes de establecer los objetivos, estos deben de ser siempre específicos, medibles, alcanzables, relevantes y temporales (SMART). De este modo, se podrá medir el grado de éxito de la campaña realizada.

Analizar los resultados. El análisis de resultados es clave en cualquier campaña de marketing, pero también lo es en el caso de la experiencia de empleado. Permitirá guiar los próximos pasos a dar, evitar los errores cometidos y, así, lograr mejores resultados de las acciones futuras que se realicen.

Implementar mejoras constantemente. Tras el análisis de resultados de las acciones llevadas a cabo, es necesario valorar la implantación de posibles mejoras que impacten de forma positiva en los empleados en próximas acciones.

Buscar momentos experienciales para los empleados. La Navidad es, indiscutiblemente, una fecha señalada en el calendario, pero no la única. Cumpleaños y aniversario en la compañía pueden ser otras oportunidades para ofrecer una experiencia única a los empleados.

Datos de contacto:

Mireia Herrero

914115868

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

Categorías: [Nacional Marketing Recursos humanos](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>