

POTENCIA EL PODER DE LA EMPATÍA

Mayor rentabilidad a través de experiencias memorables

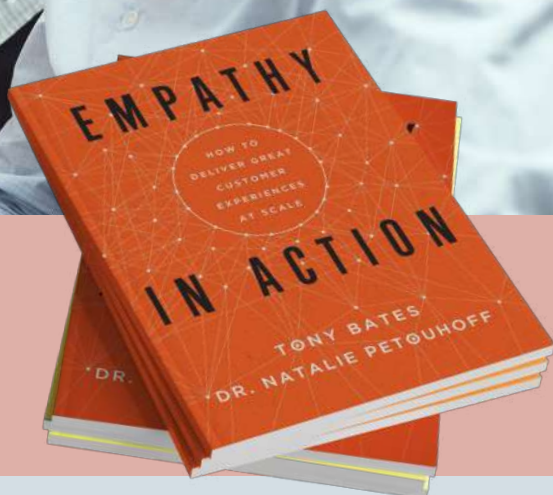
Contenido inspirado en el libro
“Empathy in Action” de Tony Bates y Dra. Natalie Petouhoff

EXTRACTOS es un esfuerzo educativo para estimular el desarrollo personal. Extraemos la esencia útil de libros en inglés y escribimos una guía de aplicación práctica en español



EXTRACTOS

www.extractodelibro.com



Este contenido es producto de una interpretación independiente y análisis propio de los editores de EXTRACTOS, respetando las leyes de propiedad intelectual. Cada extracto es una creación original protegida por derechos de autor. Está prohibida la reproducción y distribución abierta de este contenido sin autorización expresa



EN ESTE EXTRACTO:

- Cómo se vinculan experiencia del cliente con rentabilidad
- Elementos que generan lealtad en los consumidores
- Mejores prácticas para asegurar una buena experiencia del cliente
- Estrategias para aumentar la motivación de tus trabajadores

Muchas veces se piensa de forma errónea que no hay espacio para las emociones en los negocios. Sin embargo, numerosas investigaciones han demostrado que ignorar el factor emocional y operar con frialdad conducen al fracaso

El mundo empresarial está urgido de empatía, la cual se entiende como la habilidad de comprender las emociones tanto de los clientes como de los empleados de cualquier organización

Cuando una persona se siente entendida, escuchada y respetada, estará más dispuesta a adquirir un producto o servicio. Lo mismo sucede con un[a] empleado[a]. La empatía en el lugar de trabajo genera motivación para ofrecer un buen servicio

El CEO Tony Bates y la Dra. Natalie Petouhoff volcaron su experiencia como directores para formular una guía que coloca a la empatía como motor de la implementación de innovaciones, cambios organizacionales y nueva tecnología

Bates es el presidente y director ejecutivo de Genesys. Dirige la empresa en más de 100 países y supervisa un equipo de más de 5000 empleados. La Dra. Natalie Petouhoff es consultora y estratega en experiencia del cliente

INNOVACIÓN Y EMPATÍA



La mayoría de las compañías establecen objetivos basados en métricas de negocios. Sin embargo, el éxito de esas métricas depende de los clientes y los empleados

Por tanto, no olvides que la experiencia humana es lo más importante para atraer clientes. Los negocios más exitosos destacan por dos cosas:
innovación y empatía

LA EMPATÍA: NUCLEO DE CONEXIÓN



La empatía te permite comprender las emociones y perspectiva de otras personas. En los negocios, esta sirve como herramienta para lo siguiente:

- Transformar la experiencia de los clientes cuando interactúan con tu negocio
- Establecer un modelo centrado en tus empleados y tus clientes
- Definir nuevos roles, procesos, estrategias, finanzas y métodos de liderazgo
- Adaptar tecnología para mejorar eficiencia sin descuidar la calidad del servicio

Los consumidores basan el 90% de sus decisiones en sus emociones, por lo tanto, el éxito de un negocio no solo depende de la calidad de un producto o servicio, sino de las emociones que experimenta un cliente en la interacción con tu empresa

“ Cuando me detengo y veo el panorama completo, veo un mundo que necesita desesperadamente más empatía ”

Tony Bates

“Antes de ir a buscar nuevos clientes, adopta una nueva manera de pensar sobre ellos”

Tony Bates y Dra. Natalie Petouhoff

5 PASOS PARA ACTIVAR LA EMPATÍA

-  Escucha con genuino interés la opinión de tus clientes
-  Compréndelos a fondo para poder anticiparte a sus necesidades
-  Usa toda tecnología e información para mejorar la experiencia
-  Trata de aprender de toda la retroalimentación que recibes
-  Repite los pasos continuamente para seguir mejorando la experiencia

LA TECNOLOGÍA TRAICIONA

La experiencia y numerosos estudios demuestran que cuando sustituyes el factor humano con tecnología para recortar gastos, te expones a los siguientes riesgos:

- Estancamiento del negocio
- Cansancio laboral
- Rotación frecuente de empleados
- Molestias no atendidas en los clientes
- Migración y deslealtad de los clientes



3 FACTORES QUE VALEN ORO

01.

Empatía

Conoce a ciencia cierta cómo es la experiencia de adquirir un bien o servicio en tu negocio a través de los ojos de tus clientes y empleados

02.

Confianza

Motiva a tu compañía a velar por la satisfacción del cliente y construir confianza en el equipo, para que todos sientan seguridad

03.

Lealtad

Procura seguridad laboral en tu equipo y ofrece una buena experiencia de forma consistente a tus clientes para crear lealtad

10 FORMAS DE CREAR EXPERIENCIAS GRATAS



Tu organización debe asegurar que los clientes o usuarios se sientan apreciados(as) y cómodos(as) para que deseen volver. Utiliza estas prácticas:

- 1-Ayuda a los clientes antes de que se presente un problema
- 2-Demuestra que los conoces antes de establecer contacto
- 3-Empatiza con sus situaciones específicas y personales
- 4-Demuestra que valoras su esfuerzo y su tiempo
- 5-Escucha, entiende y luego intenta predecir lo que necesitan
- 6-No les hagas tener que repetir lo que han dicho; presta atención
- 7-Presenta soluciones incluso a problemas que no sabían que tenían
- 8-Atiende todo tipo de situación y no te retires hasta que esté resuelta
- 9-Siempre verifica que todo está bien y aprende de las experiencias
- 10-Mantén protegida la información personal de tus clientes

7 CARACTERÍSTICAS DE EMPRESAS EXITOSAS

1

> Ofrecen experiencias agradables y altamente personalizadas

Son relevantes respecto al contexto y el entorno [se actualizan]

2

3

> Adoptan tecnologías en función de mejorar la experiencia del cliente

Valoran la calidad de la experiencia tanto como la calidad de la oferta

4

5

> Entienden a sus consumidores y adaptan la experiencia a la medida

Están listas para adaptarse a cambios imprevistos del mercado

6

7

Ajustan su modelo de negocio con base a la retroalimentación del cliente

7 FORMAS DE PERDER CLIENTES



Una de las principales razones de deterioro de la rentabilidad de un negocio son las experiencias negativas de los clientes. Evita estas 7 prácticas:

- 1-Vender o compartir la información personal de los clientes a terceros
- 2-Información o procesos confusos en precios [que pueden crear malestar]
- 3-Aprovecharse de la información personal para bombardear con ofertas
- 4-Priorizar la "eficiencia" y el volumen por encima de la calidad y personalización
- 5-Intentar aprovecharse de los clientes en lugar de ofrecerles más beneficios
- 6-Descuidar o desproteger la información privada de los consumidores
- 7-Desperdiciar oportunidades de dar un servicio memorable por ahorrar costos

EMPLEADOS FELICES, CLIENTES FELICES

- Cultiva una cultura interna de empatía para que tu personal de un buen servicio
- Existe una correlación entre empleados comprometidos y clientes leales
- Una compañía desinteresada por sus empleados les drena la energía y la pasión
- Empleados que no se sienten valorados típicamente no dan un buen servicio

4 FORMAS DE AUMENTAR EL BIENESTAR INTERNO

- 1-Mejora el proceso de contratación e integración a los equipos
- 2-Incorpora las opiniones de empleados en la operatividad del trabajo
- 3-Utiliza métricas y sistemas de reconocimiento enfocados en la empatía
- 4-Brinda entrenamiento y herramientas para mejorar el desempeño

4 CLAVES PARA MEJORAR LA CULTURA



1-Respeto

Implica asegurar un entorno de respeto para tus empleados. Hay estudios que indican que toma ocho horas recuperarse después de un maltrato o falta de respeto

2-Empatía

La ciencia ha demostrado que la empatía (o falta de empatía) afecta nuestra capacidad de desempeño, el enfoque, la creatividad y los niveles de estrés

3-Liderazgo

Crear una cultura [que depende de los liderazgos] donde se fomenta la colaboración, la comunicación, el buen trato y la facilitación de herramientas adecuadas

4-Confianza

Una cultura libre de miedo, donde las personas sientan la confianza de expresarse y opinar, abre nuevas perspectivas, ideas y riqueza de puntos de vista

CÓMO CREAR LEALTAD

- 1-Presta atención a los detalles y haz que las personas se sientan importantes
- 2-Actualiza y renueva la experiencia para que sea relevante y novedosa
- 3-Provee una experiencia personalizada [es un reto hacerlo a gran escala]

“La empatía y la tecnología pueden convertirse en fuerzas complementarias para el éxito y la rentabilidad”

Dra. Natalie Petouhoff

TECNOLOGÍA DESDE EL FRENTE DE BATALLA

Los empleados saben mejor que nadie lo que más les ayudaría a mejorar su trabajo y a brindar un mejor servicio al cliente. Ellos están en el frente de batalla

Las tecnologías sugeridas por las áreas de tecnología o directivos que no están en contacto con el cliente tienen alta probabilidad de fracasar

Sigue estos pasos para que la tecnología tenga sentido y ayude a la rentabilidad en la medida que facilite el trabajo y mejore la experiencia del cliente:

- 1 Escucha las ideas y opiniones de tus empleados [sobre todo los que están en contacto con el cliente] para ofrecer una mejor experiencia y servicio
- 2 Implementa tecnologías y facilita información que ayuden a tus equipos a ofrecer un mejor servicio y gratas experiencias al cliente
- 3 El diseño de procesos y adopción de tecnologías que toman en cuenta cómo hacen su trabajo los empleados resultará en una buena experiencia para los clientes
- 4 Captura de forma objetiva [investigación de mercado hecha por terceros] las vivencias y opiniones de los clientes antes de invertir en tecnología