

LA FIDELIZACIÓN DEL CLIENTE INTERNO

Las empresas, en un mercado tan competitivo como el actual, no pueden permitirse el lujo de perder a los mejores empleados. Atraer y retener a los trabajadores más eficaces y rentables, supondrá una verdadera inversión de futuro. Las empresas que realmente tratan a los empleados, como los activos más importantes que poseen, tienen una gran ventaja competitiva sobre las que no lo hacen. Los empleados o clientes internos son una herramienta de marketing importantísima, porque se ocupan de las relaciones entre la empresa y sus clientes, y son el reflejo de los valores de la empresa en el exterior, ya que de los trabajadores depende en gran medida el grado de fidelización de los clientes.

EL EMPLEADO A FIDELIZAR

Existe un perfil de empleado muy habitual, en las empresas de hoy en día, al que hay que prestar una atención especial. Se trata de la gente, que posiblemente no vayan a dejar mañana mismo o quizá en unos meses la empresa, pero están constantemente indagando en las ofertas de empleo, dejando curriculums y esperando una oportunidad. Esto representa un auténtico riesgo para la empresa, ya que estos empleados con edades comprendidas entre los 30 y 44 años, son los que potencialmente serán los futuros líderes de una organización.

Con tantas oportunidades de empleo disponibles para la gente válida y eficaz, los trabajadores intentan conocer qué es lo que ocurre en el mercado laboral.

Es por esto que las empresas deben plantearse muy en serio, el realizar un esfuerzo importante en mantener a sus empleados contentos. Es hora de trabajar duro y tratar de retener a los que realmente merecen la pena.

LA ACTITUD DE LA EMPRESA

La empresa debe buscar cómo satisfacer las necesidades específicas de cada trabajador. Y los directivos preocupados por ello demuestran humanidad y lealtad hacia el empleado.

Está comprobado que, un empleado con una actitud positiva en su trabajo y en las relaciones con los clientes, está menos predispuesto a abandonar la empresa, porque su vinculación con ella es mayor. Al igual que ocurre con los clientes de una empresa, es mucho más costoso seleccionar y formar nuevos candidatos que retener a los empleados actuales. Hay incluso clientes que son verdaderamente fieles al empleado y no tienen ningún inconveniente en seguir al mismo si éste cambia de empresa.

Como dicen James C. Collins y Jerry I. Porras, "Una ideología clara y bien expresada atrae a la empresa a personas cuyos valores personales son compatibles con los valores centrales de la misma. Y la inversa; repele a aquellos cuyos valores personales son incompatibles".

Es necesario fomentar una relación fluida entre el empleado y su superior directo, ya que esta relación es la que realmente sopesará su permanencia futura en su lugar de trabajo.

FIDELIDAD PREMIADA

Frederick Reichheld afirma que, "Sin unos empleados leales es imposible mantener una base de clientes leales", pero, ¿cómo conseguir la fidelidad del empleado?

Las empresas deben incrementar los esfuerzos para retener a sus empleados y para que sean productivos y se realicen. Aunque los beneficios en forma de dinero, como altos salarios, bonus, planes de pensiones, etc. son importantes, los empleados también valoran cada vez más los beneficios no monetarios.

Las recompensas no monetarias hacen la vida del empleado mejor y más cómoda, de este modo se logra una mayor lealtad. La empresa debe ser creativa en la forma de encontrar motivaciones de este tipo, cuyo objetivo sea la retención del empleado.

Diferentes acciones que la empresa puede realizar para incrementar la fidelidad pueden ser:

Desarrollar, fomentar y premiar la formación de los empleados, reuniones y contactos periódicos en los que se potencie la autoestima y pertenencia a la empresa, el reconocimiento público y privado de sus logros, cuidar los pequeños detalles, agradecimiento de los esfuerzos extra, flexibilidad en los horarios, proveer de oportunidades para la mejora profesional, mejorar las prestaciones sociales, ayuda comprensiva en los problemas personales, agradecimientos puntuales por escrito, promoción por rendimiento, incluir a los trabajadores en las decisiones y en la información, dotar a la empresa de instalaciones deportivas, comedores, servicios médicos, de guardería, etc., facilitar ordenador o teléfono móvil para uso personal, valorar las opiniones expresadas por los trabajadores, crear un buen ambiente de trabajo entre compañeros, difundir acciones de comunicación interna por todo tipo de canales y medios (revista, foro, boletines, Intranet,...), sorprender con viajes personales o en grupo, la creación de un Programa de Incentivos que premie sus logros y objetivos tanto individuales como en equipo, etc...

Actualmente, ya no se trata de premiar sólo al empleado de forma individual, hoy en día se fomenta el trabajo en equipo y es una práctica cada vez más extendida por los beneficios que produce, tanto en la organización como en los propios empleados.

A la recompensa individual se une la de todo el equipo, así, el trabajador tiene una mayor predisposición a trabajar en grupo. Esto no quiere decir, que se deje de premiar e incentivar al empleado de manera individual, ya que cada persona es única y tiene sus propias necesidades, sino que se deben integrar los reconocimientos dentro del equipo que forma, para incentivar la colaboración entre los empleados como grupo y predisponer el trabajo en equipo.

LA FLEXIBILIDAD EN EL TRABAJO

Entre las acciones que la empresa puede realizar para fidelizar a sus trabajadores, hay que prestar especial atención a la flexibilidad laboral. Hay que lograr un equilibrio entre la vida personal y laboral, porque todos los empleados tienen sus propias necesidades. Conseguir este equilibrio, significaba antes una compatibilidad entre ambas, pero sin mezclarse. Sin embargo, actualmente este equilibrio se ha traducido en una conciliación, es decir, al trabajador tal vez le interese en ciertas ocasiones, canjear horas de la jornada laboral por horas en el tiempo libre. De este modo la empresa deberá buscar un equilibrio entre la flexibilidad que esperan los empleados y la que ella puede permitir para seguir ofreciendo un buen servicio a sus clientes.

En la actualidad, un trabajo se considera algo más que un lugar donde ganar dinero y más que una serie de tareas a realizar. El sueldo ya no es lo más importante, la presión y el reconocimiento del trabajo son los factores clave en la satisfacción del empleado. Mientras que un sueldo puede ser mejorado por la competencia, los otros factores son los que la diferencian de las demás y las que consiguen que los empleados sean leales a la misma.

Los empleados buscan cada vez más una flexibilidad entre la vida laboral y la personal, y las empresas que sepan ofrecer este valor, tendrán mayor capacidad para retener a sus empleados.

Las empresas deben motivar y estimular constantemente y de manera creativa a los empleados para así cuidar y aumentar día a día su fidelidad. Y lo debe hacer, atendiendo a las diferentes necesidades de cada empleado, para suministrarle el beneficio adecuado a través de una verdadera creación de valor. El reto consiste en la creación de experiencias innovadoras para la fidelización y retención de los empleados.

En conclusión, la gente no es realmente fiel a la empresa, la gente es fiel a lo que la empresa representa para ellos y a los valores que ésta sea capaz de ofrecerles.