

Tendencias

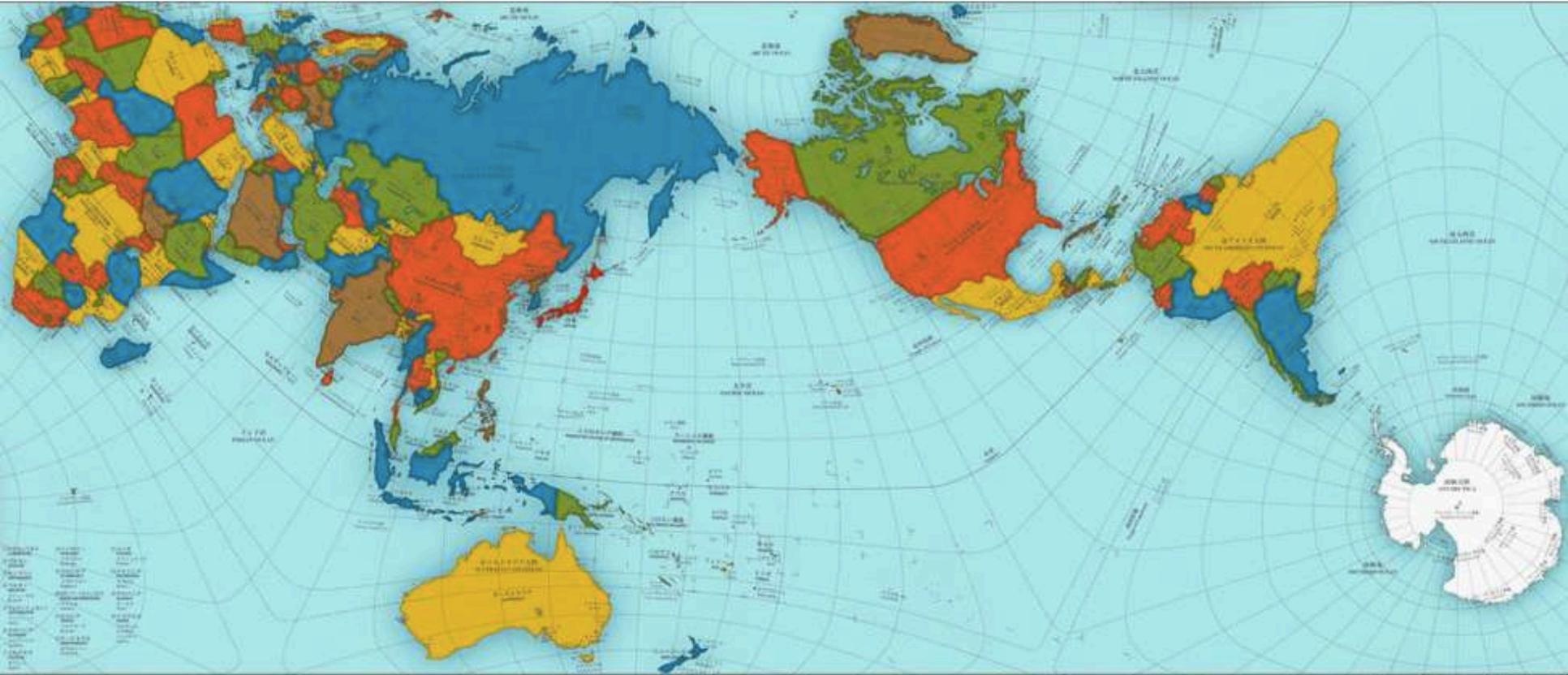
2017

Experiencia Empleado

[www.lukkap.com](http://www.lukkap.com)







Reducción de la  
jornada de trabajo  
**6 horas**

Establecimiento de una  
**renta básica universal**

Empleos primarios o  
secundarios.

Ocupación de las  
personas mayores o  
incluso jubilados

**Flexibilización** del marco  
**regulador** de las relaciones  
laborales estables o **indefinidas**

Regular el uso de las  
**tecnologías** de la  
comunicación para garantizar  
el respeto del tiempo de  
**descanso** y de las vacaciones.

Semanas de 4 días  
laborables.





¿Cómo se gestiona  
esto como  
Directores de  
Recursos  
Humanos?





**¿Te gusta conducir?**





SERIE



0 0 0 0 0

6€

**11/11 DE LA ONCE**  
**11.000.000€**  
+ 11 PREMIOS DE 1.000.000€

11 NOV. 2016

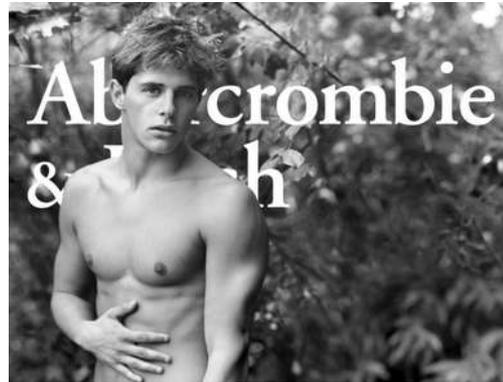


000000000000000000000000000000





Prestigio



Deseo



"Cool"



Momentos



Estilo de Vida



Placer

Emoción y Sensación mueve a las personas

# generations



Cada generación cambia las reglas del juego...

## Baby Boomers

1945 - 60  
Juventud  
**Liberada**

Cambio social  
Youth Lifestyle  
Comunidad  
Idealismo  
Eras parte de un grupo o de otro

## Gen\*X

1960 - 80  
Juventud  
**Competitiva**

Estereotipos  
Grandes Ídolos  
Boom Marketing  
Individualidad a través del consumo  
Tribus urbanas

## Gen\*Y Millennials

1980 -  
Juventud  
**Global**

Barreras culturales  
Lenguaje 2.0.  
Sobre-exposición  
Multitarea  
Conciencia colec.  
Avatares

¿Mismas políticas transversales para todos?

¿D.P.T?

¿Clasificación profesional?

¿Retribución por bandas?





## La experiencia de empleado es...

Modelo de gestión integral que parte de lo **que viven y sienten los empleados** para **mejorar la relación entre los empleados y la estrategia**, a través de la identificación de los **momentos clave** y llevando al día a día una **experiencia diferencial**

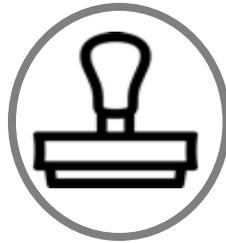
# ¿Cómo desarrollar un modelo de EE?

1



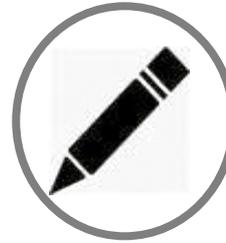
¿Cómo es y qué vive nuestro empleado?

2



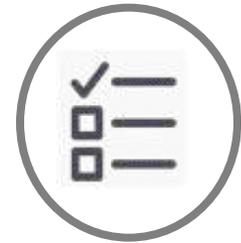
¿Cómo queremos ser ante el empleado?

3



¿Qué queremos que viva el empleado?

4



¿Cómo asegurar resultados?

# 1. ¿Cómo es y que vive nuestro empleado?

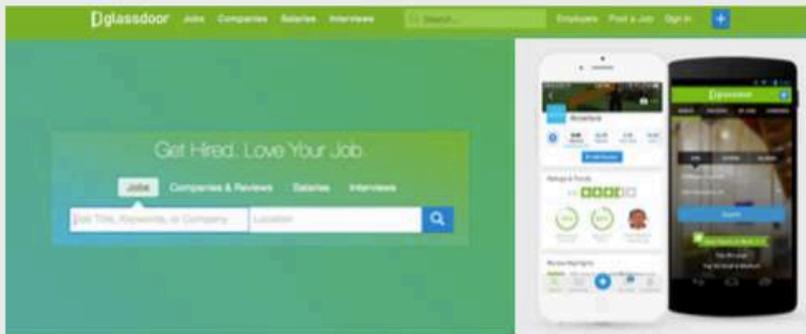
The infographic is composed of several key elements:

- Top Header:** A dark grey bar with a graduation cap icon on the left and three light blue rectangular boxes on the right.
- Checklist:** A vertical list of seven items, each with a checkbox. The first six are checked, and the last one is unchecked.
- Brain Diagram:** A stylized profile of a human head with a brain. Seven numbered callouts (1-7) point to different regions of the brain.
- Callout List:** A vertical list of seven numbered circles (1-7) corresponding to the brain diagram.
- Contact Icons:** A dark grey bar with a phone icon on the left and an envelope icon on the right.
- Research Partners:** A light grey box containing four dark grey bars with the following text: Silver Stork Research, Dunkin' Donuts, Agnew, Carter, McCarthy PR, and Y-Access/Triple Dot /Alloy.

# 1. ¿Cómo es y que vive nuestro empleado?

## GLASSDOOR · SALARY.COM

DISCOVERY / BACK STAGE



SEAT  
15B



EL MUNDO TRANSPARENTE

# GLASS DOOR SALARY.COM

### LAS BUENAS HISTORIAS COMBINAN RAZÓN Y EMOCIÓN

*Las marcas que no tienen un contacto directo con el cliente deberían aprovechar esos espacios de marca para interactuar y conocer al futuro talento.*

Resulta complicado traspasar las puertas de una compañía y saber cómo son las cosas "en realidad" si no conoces a nadie dentro. Portales como glassdoor.com y salary.com te lo ponen fácil, ya que te desvelan todos los secretos de las compañías, desde cuánto cobran los empleados, los ratios de promoción, pasando por la

dificultad de sus procesos de selección (incluso comentarios de candidatos sobre las entrevistas o la amabilidad del entrevistador)... ratings de los empleados, etc. Salary.com te indica "tu valor" en el mercado, en base a tu experiencia, formación y demanda de profesionales, y te ofrece pautas para negociar con las compañías.

Por su parte, las compañías disponen en estas plataformas de un espacio para dar a conocer su cultura y su programa de beneficios, con una interfaz muy amigable, videos de 1 minuto... y pro si fuera poco, pueden ser reconocidos con el galardón "Best Place to Work", pero en esta ocasión, concedido por los propios empleados.

# 1. ¿Cómo es y que vive nuestro empleado?

## GETAGREATBOSS

DISCOVERY / BACK STAGE

SEAT  
23F



## GATEA GREAT BOSS

**UNA WEBSITE PERMITE A LOS EMPLEADOS PONER "NOTA" A SUS JEFES...**

*Geatagreatboss ayuda los candidatos a encontrar jefes que encajan con ellos.*

Esta iniciativa, desarrollada en Sudáfrica en 2009, contó con la colaboración de los Departamentos de RRHH y managers de todo el país.

Invitaron a los empleados a evaluar a sus superiores en base a una serie de preguntas, que eran traducidas a un índice (score).

Pero lo más curioso es que los managers debían pagar una suscripción mensual de 10 dólares si querían mantener activo el link a su rating, por ejemplo, si querían insertarlo en sus perfiles profesionales o CV'S.

## 2. ¿Cómo queremos ser ante el empleado?

### COMPROMISO MUTUO

Caminos a la medida de cada persona

Let's  
Build  
Something  
Together!



### APOYO SOSTENIDO

Nos reforzamos los unos a los otros



### SMARTWORKING

Entornos que estimulan



Carreras personalizadas

Cohesión interna

Espacios adaptados

Autoresponsabilidad

Feedback y Reconocimiento

Tu horario lo marcas tú

Sostenibilidad y progreso

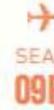
Claridad y transparencia

Co-creación de soluciones

## 2. ¿Cómo queremos ser ante el empleado?

### OFICINAS LEGO

SMART WORKING / HOME OFFICE



## OFICINAS LEGO

### OFICINAS QUE CAMBIAN EN FUNCIÓN DEL MOMENTO Y LAS PREFERENCIAS DEL EMPLEADO

*Mix de espacios abiertos y cerrados, mesas que se transforman según las necesidades, mobiliario adaptado a las nuevas herramientas de trabajo como los dispositivos móviles... la nueva oficina se abre paso...*

En los últimos años hemos experimentado un salto de las oficinas "industriales", concebidas para la división y especialización del trabajo, a los espacios diáfanos sin mesas individuales, puestos fijos sin ni paredes basándose en la premisa de que esto obligaría al empleado a trabajar en equipo. Pero nos olvidamos de que, en la sociedad del conocimiento, el empleado necesita buscar la inspiración. Tal vez por eso el 87% de las ideas tienen lugar fuera del lugar de trabajo. Este tipo de nuevos espacios no invitan a la reflexión, ni a la concentración ni a la desconexión de las distracciones.

Por eso, las oficinas del futuro nos harán sentir como en casa, con diferentes "rooms" y ambientes en función del momento del día y del nivel de (des) conexión que la tarea requiera. El mobiliario será más humano, más cálido, y se adaptará al uso que queramos hacer de él (elevación, inclinación, etc) y a la herramienta de trabajo que estemos utilizando en ese momento.

Un empleado se podrá aislar del ruido en cualquier momento y lugar y adaptar la luz a sus preferencias [hay empleados que son más innovadores de noche, y otros a plena luz del día]. Los muebles serán una extensión de nuestras herramientas de trabajo, reconocerán a cada empleado y cuidarán de su salud. Es el turno de la oficina Lego, de los espacios multiuso, de los muebles adaptables que cierran el espacio sólo cuando se requiere "En definitiva, se trata de crear oficinas que faciliten cualquier tipo de trabajo y que se adapten a las preferencias de cualquier tipo de empleado". Serán oficinas líquidas.

## 2. ¿Cómo queremos ser ante el empleado?

### ZAPPOS

DISCOVERY / BACK STAGE

The screenshot shows the Zappos Insights website. At the top, there's a navigation menu with links for About, Tours, Training, Q&A Sessions, Speaking, Membership, Webinars, Blog, and Contact. Below the menu is a large image of a group of people in a theater setting, with the text "Begin Your Culture Journey" overlaid. Underneath the image are five buttons: "Tour the Zappos HQ", "Q&A Sessions", "Live Events", "Speaking", and "Membership". Below this is a section titled "Select Your Tour Experience" with five circular icons representing different tour options:

- Zappos Tour Experience
- Zappos Rig Package Tour Experience
- Zappos Tour Experience + Culture Q&A
- Zappos Tour Experience + Department Q&A
- Zappos Chew and WOW Tour Experience

SEAT  
04E



# ZAPPOS

#### PAGAR PARA SENTIRSE COMO UN EMPLEADO ZAPPOS

*Pocas compañías en el mundo han logrado las personas están dispuestas a pagar por sentirse empleado durante un día.*

Zappos organiza diferentes tours por sus "headquarters" de Las Vegas (Nevada) y experimentar en vivo su afamada cultura corporativa y los sorprendentes rituales que tienen lugar en el backstage.

En excursiones de 90 minutos uno puede ponerse en los zapatos de un "Zapponiano", conocer a sus equipos de Merchandising, Human Resources, Customer Loyalty

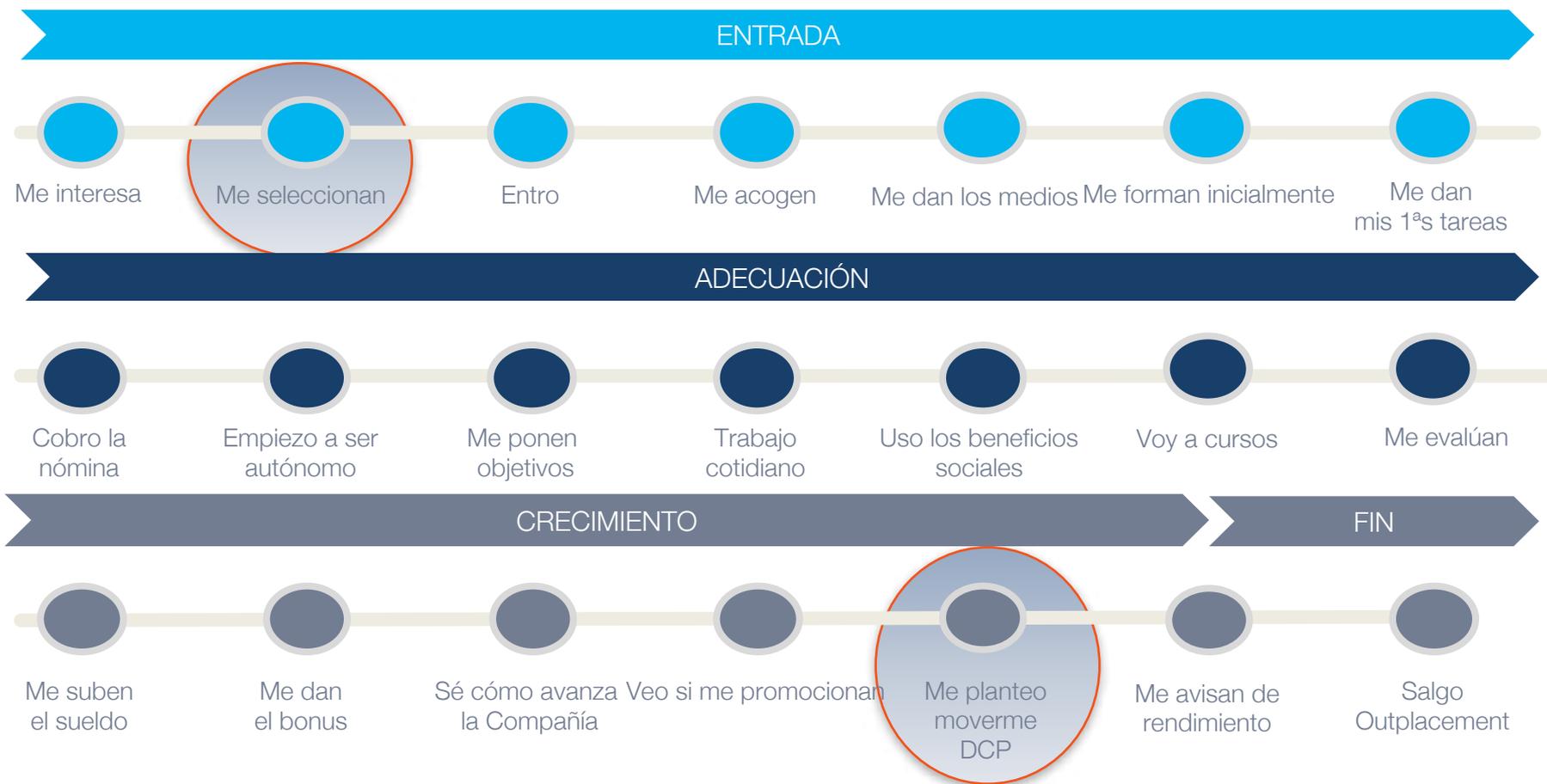
Team, etc. ver como trabajan (y se divierten). Durante el tour organizan sorpresas y actividades con los empleados, y dan algunas de las claves de su éxito.

También puedes formular preguntas a un departamento específico (Departamento Q&A session), incluyendo su Zappos Coach, Employee Engagement, Training,

User Experience y Marketing. Hay tours que llegan a costar 700 dólares, y todos los grupos reciben al día siguiente una presentación que recoge los principales momentos del tour y los Nightlights que deben recordar.

### 3. ¿Qué queremos que viva el empleado?

#### Ciclo de Vida del empleado: momentos clave para cada colectivo



# 3. ¿Qué queremos que viva el empleado?

## FORECAST

### DISCOVERY / SKILLS SCANNER



SEAT  
220

## FORECAST

### EN EL 2020 ...

*La oficina dispondrá de labrooms en los que pondrás a prueba las habilidades, competencias y personalidad de los candidatos en entornos de trabajo simulados.*

Imagina que estás en la sala de espera de una empresa de gran reputación. Llevas 20 minutos esperando, y empiezas a impacientarte... De repente se te acerca una joven muy sofocada pidiendo tu ayuda - "Sólo serán 5 minutos"-. Su jefe necesita urgentemente que lun ejercicio tipo google, de ingenio), pero ella no sabe cómo.

Tras un momento de indecisión, te pones a ayudarla, sin saber que al otro lado del cristal te está observando la reclutadora y el psicólogo conductual que ha diseñado el experimento ad hoc para evaluar tu encaje con el puesto. Sin saber que acabas de pasar la primera prueba, te hacen pasar a una sala con otros candidatos para realizar una serie de ejercicios.

"El clásico Assessment", piensas. Pero en realidad quienes están sentados a tu lado son tus futuros compañeros de trabajo, jefes y subordinados, que después de la sesión harán una evaluación 360 ° de tu desempeño.

El primer ejercicio es muy extraño. Van mostrado líneas numeradas de diferente longitud en una pantalla, y los participantes tienen que decir qué líneas son del mismo tamaño.

Como las repuestas van por orden, tú eres el último en contestar. Uno a uno, van diciendo la misma solución: 1, y 5. Tu pestañas los ojos.

"¿Acaso veo mal?". Cuando llega tu turno, no sabes que contestar. ¿Digo lo que veo, o lo que dicen los demás?. Optas por decir lo que ves, y el ejercicio se repite una y otra vez, hasta que al final la presión de grupo puede contigo y acabas claudicando. ¿Qué líneas son iguales? "1 y 5". Al final de ésta y otras pruebas, aparece uno de los candidatos, revelando que en realidad es el responsable del departamento y te muestra una infografía con tus resultados, los requerimientos de la compañía y la media de candidatos entrevistados hasta la fecha: Honestidad 10, Resiliencia 20, Creatividad 18, Procrastinación, 12, Flexibilidad 5. Encaje global: 85% con los valores de la compañía y 76% con las skills requeridas. "¿Qué te parece si hablamos un rato de cómo te sentiste y qué pensaste en cada prueba?"

### 3. ¿Qué queremos que viva el empleado?

## CONSTRUYE Y DESARROLLA TU CARRERA PROFESIONAL

*"Soporte profesional en tu búsqueda de  
un nuevo trabajo"*

**SER DUEÑO DE TU VIDA Y DE TU CARRERA PROFESIONAL  
HOY EN DÍA NO ES FÁCIL:**

01



02



03



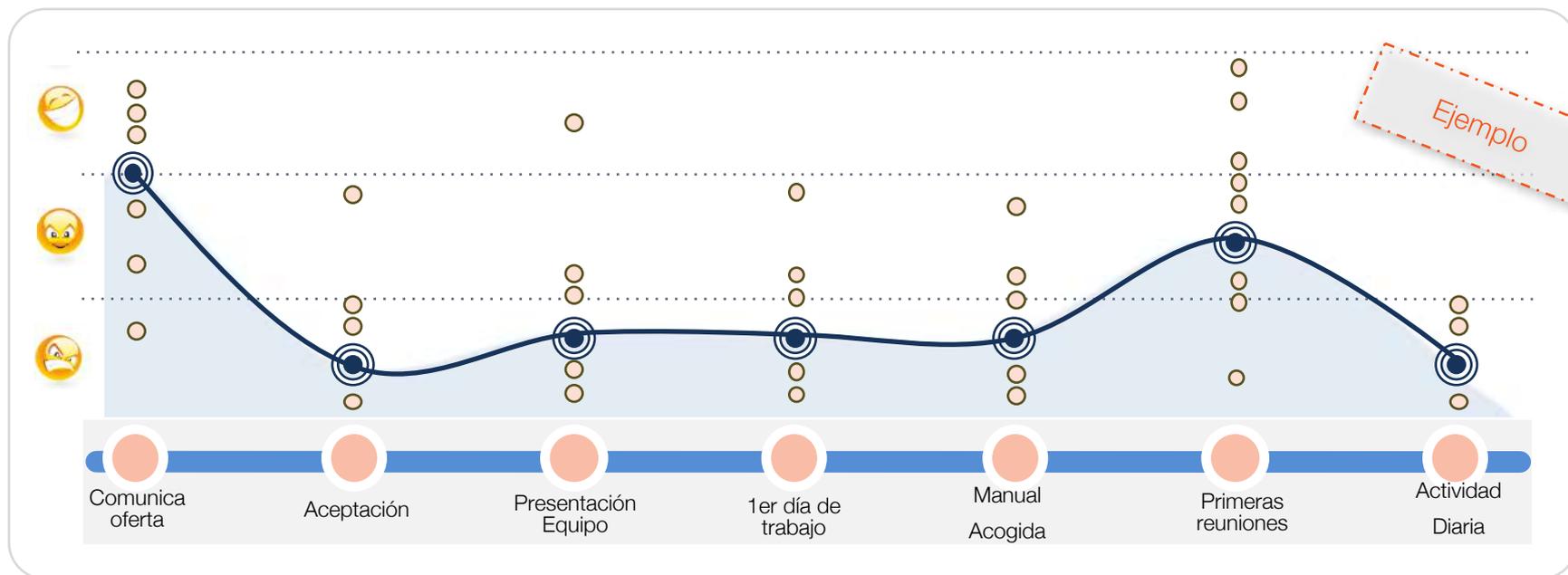
04



## 4. ¿Cómo nos aseguramos los resultados?

Entender que vive y siente la persona en cada momento, para acercarnos a lo que desea vivir con la compañía.

### Medición de emociones y sentimientos



Partir de la Persona para Llegar al Persona

## 4. ¿Cómo nos aseguramos los resultados?

### INSIGHTS & COLD FACTS

DISCOVERY



## IKEA VALENCIA

**RECIBIÓ 40.000 SOLICITUDES**

CONTESTÓ TELEFÓNICAMENTE A TODAS ELLAS

According to Workforce 2020, a 2014 report by Oxford Economics, nearly half of executives say that difficulty recruiting employees with base-level skills is impacting their workforce strategy.

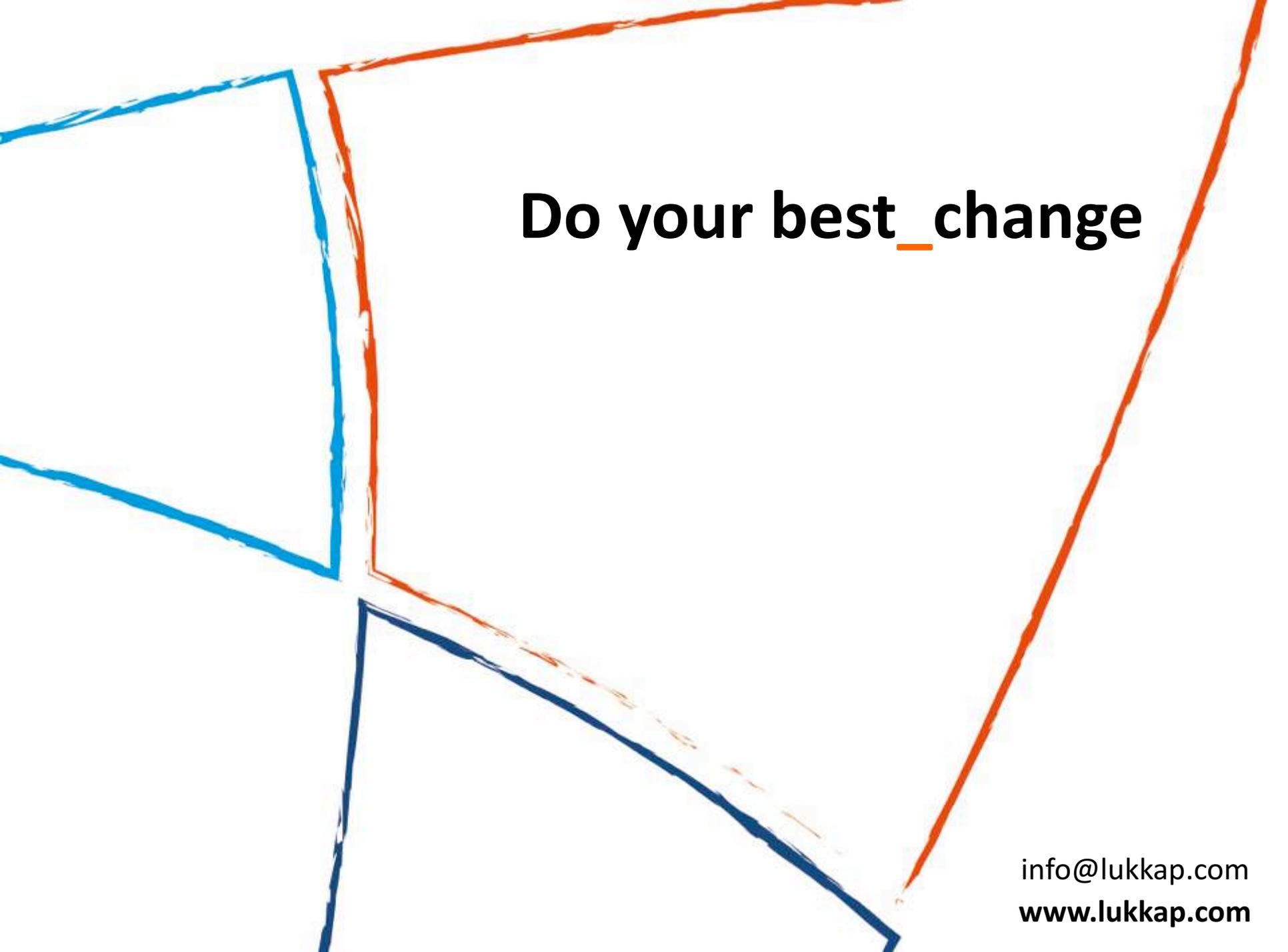
# Resultados de EE

Deseabilidad de Marca  
y Compromiso

Dirección de Recursos  
Humanos más  
estrategicas

Personalización  
y mayor productividad  
(+ EBITDA)





**Do your best\_change**

info@lukkap.com  
www.lukkap.com