



Trabajos de operarios de Multianau. s.e.

Multianau recibe el sello "Igualdad en la Empresa"

El ministro de Sanidad comunica la distinción a la compañía

D.A.

HUESCA.- Multianau S.L., una empresa de servicios especializada en la limpieza y mantenimiento de superficies y cuya sede central está ubicada en la localidad de Graus, acaba de recibir el prestigioso distintivo "Igualdad en la Empresa", que otorga el Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad, por destacar de forma relevante y significativa en la aplicación de políticas de igualdad de trato y de oportunidades con su plantilla.

Multianau, integrada en la Asociación de Empresas de Limpiezas de la Provincia de Huesca y que logró en 2010 el Premio Empresa Huesca, se ha caracterizado por su Sistema de Gestión Integrada basado en la Calidad, la Prevención, el Respeto Medioambiental y la Responsabilidad Social Corporativa.

El distintivo "Igualdad en la Empresa" es una marca de excelencia que reconoce a las entidades que aplican medidas y políticas de igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres en el ámbito laboral mediante la implementación de las medidas que integran sus planes de igualdad. La concesión se instrumentaliza mediante convocatorias en las que pueden participar cualquier empresa o entidad que destaque, de forma integral, en las medidas desarrolladas en cuanto a las condiciones de trabajo, en los modelos de organización de su entidad y en otros ámbitos como los servicios, productos y publicidad de la empresa.

El distintivo se convoca anualmente y tiene una vigencia de tres años, aunque, en cada uno de ellos, el Instituto de la Mujer y para la Igualdad de Oportunidades

solicita un informe anual de actividades relacionadas con la igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres. El informe es evaluado para constatar que las entidades distinguidas mantienen el nivel de excelencia en materia de igualdad por el que fueron merecedoras del distintivo "Igualdad en la Empresa".

Este reconocimiento ha sido obtenido por la empresa grausina en el marco de la convocatoria de 2014, y junto a ella se ha reconocido a otras 30 entidades en todo el territorio nacional.

Además, por el hecho de haber obtenido esta destacada distinción, Multianau pasa automáticamente a formar parte de la Red DIE, Red de empresas con distintivo "Igualdad en la Empresa". La integran actualmente 122 empresas en toda España y tiene como objetivo principal el intercambio de buenas prácticas en materia de igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres en el ámbito laboral, a través de

>Aplicación de políticas de igualdad de trato y de oportunidades

>El distintivo tiene una vigencia de tres años desde su concesión

todos los medios de que disponen, entre los que destacan la celebración de jornadas técnicas presenciales y el resultado del trabajo de grupos de empresas en el análisis de temas concretos que interesan a la propia Red, siempre dentro de la igualdad de oportunidades de mujeres y hombres en el empleo. La web temática que da cobertura a las actividades de la Red DIE es www.igualdadenlaempresas.es.

El ministro de Sanidad, Alfonso Alonso se dirigió por escrito al gerente de Multianau, Ramón Cosculluela, para felicitarle. En dicha misiva el Ministro le da la enhorabuena por "el respaldo y compromiso decidido que desde la dirección de su entidad se ha tenido con dichas políticas, sin los cuales no se hubiera podido llegar a los niveles de calidad en relación a la Igualdad de Oportunidades que con este distintivo se le reconoce públicamente".

Alfonso Alonso añade que "aprovecho esta grata ocasión para trasladarles que esta distinción no solo pone en valor la situación actual de su entidad, en la materia que nos ocupa, sino que también debe representar un desafío frente al futuro por el compromiso que supone mantener y desarrollar dichas políticas durante el período de vigencia de esta distinción, que se concreta en tres anualidades".

Desde su creación en 1999, ha pasado de una organización familiar a una empresa integrada por una plantilla que supera los 1.300 empleados. Cuenta con 5 delegaciones fijas en las provincias de Huesca, Zaragoza, Barcelona, Madrid y Santa Cruz de Tenerife y de diferentes Jefes de Servicio en provincias como Lérida, Tarragona y Gerona.

Cuestiones sobre la gestión de la experiencia de cliente

"La gente olvidará lo que dijiste, olvidará lo que hiciste, pero nunca olvidará como le hiciste sentir"

Maya Angelou,

poetisa, novelista y activista por los derechos civiles

Consideramos experiencia a todo tipo de interacción que se produce entre una empresa y sus clientes, cualquiera que sea el lugar, el ambiente, los medios o las situaciones en que la misma se produce. Por lo tanto debemos conseguir que todos estos contactos sean positivos, memorables y dignos de ser contados.

Hemos comentado en muchas ocasiones que la improvisación es el camino más corto al fracaso. Las actividades de marketing experiencial, aunque al cliente le parezcan espontáneas, deben ser debidamente planificadas para que alcancen los resultados esperados.

A la hora de implantar un sistema de gestión de la experiencia del Cliente se plantean las siguientes cuestiones que son fundamentales para conseguir el éxito en nuestra tarea.

1- OBSERVAR - Estudio y análisis de las experiencias de los clientes:

- ¿Cómo lo estamos haciendo ahora?
- ¿Quiénes son nuestros Clientes?
- ¿Cómo interactúan con nosotros?

Se trata de obtener la máxima información sobre las percepciones del cliente en su interrelación con la empresa en la actualidad.

• Identificar al Cliente - Conocer a fondo a nuestro Cliente (Mapas de empatía)

- Comprender fases de la relación - Identificar los puntos de contacto
- Incorporar todos los procesos internos que se desarrollan.

2- DISEÑAR- Diseño y planificación de las experiencias.

- ¿Cómo podemos eliminar los aspectos negativos?
- ¿Cómo podemos sorprender a nuestros Clientes?

Se trata de ofrecer soluciones a las percepciones negativas que hacen que la experiencia no sea satisfactoria y establecer elementos que sorprendan al cliente y mejoren la relación,

3- ACTUAR - Estructuración del contacto o encuentro con los clientes:

• Pongámonos en marcha, rediseñemos todo el proceso y pasemos a la acción.

• ¿Conoce nuestra gente el proceso y cómo actuar en los momentos de la verdad?

- Ponle un toque de pasión.

Llevaremos a la práctica la conjunción de todos los elementos (personas, productos, procesos, comunicación...) que determinarán el tipo de experiencia que proporcionará la empresa a sus clientes. Bajaremos al terreno lo establecido y comunicaremos al personal interno la forma de actuar en los momentos de la verdad.

En este apartado es vital la formación e información que recibe el personal de la empresa. La capacidad de la organización de dotar a los empleados de los conocimientos, habilidades y herramientas necesarias.

4- MEDIR - Establece indicadores que permitan valorar si vamos por el buen camino.

- ¿Cuál es el grado de satisfacción de nuestros Clientes?
- ¿Nuestra prestación supera sus expectativas?

Estableceremos indicadores que definan el grado de satisfacción de nuestros Clientes y nos permitan mejorar de forma continua. Una posible herramienta es el NPS o la Red de Promotores Netos definida por Fred Reichheld en su libro la "La pregunta decisiva"

Utilizaremos la realimentación de nuestros Clientes (externos e internos) para compartir los puntos de vista del cliente y reforzar continuamente la experiencia.

EN DEFINITIVA

La "experiencia del cliente" debe ser concebida desde un punto de vista integral, en la que se incluyen todos los elementos que si son bien gestionados aportarán una experiencia positiva y memorable al cliente.

La empresa que pretenda enriquecer su propia oferta, de forma que se perciba como única, tendrá que convertirse en una "creadora de experiencias". Siendo capaz de involucrar al cliente a nivel emotivo, físico, intelectual e incluso espiritual.

SERGIO BERNUÉS CORÉ

Director de Marketing de Pymes Consultores.

www.marketingdepymes.com

www.sergiobernues.com

Twitter: @sbernues