

Mag. Aleksandra Brank, svetovalka za Celostno izkušnjo strank (CX; Customer Experience)

Dobrodošli v dobi HX-a

Življenje na Zemlji se nam je vsem spremenilo v trenutku. Če bi vas pred pol leta vprašala za top 3 krizne situacije, ki se lahko zgodijo, dvomim, da bi komu sploh prišel na misel en majhen droben mikroskopski virus, ki bo imel tako megalomanske razsežnosti in popolnoma obrnil na glavo vse, kar obstaja, ter popolnoma ustavil ta bezljajoči svet.

Svet se vseeno vrtil dalje in ljudje smo se postavili v novi »modus operandi« - smo zelo prilagodljiva vrsta, pa tudi od vseh ostalih se razlikujemo po tem, da imamo razum. V tej novi dobi skušamo vsi prilagojeno delovati dalje, a naše prioritete ter navade so se še kako spremenile. Organizacije niso še nikoli prej tako resno in hitro dojele pomena digitalizacije, številke spletnega nakupovanja rušijo vse rekorde, elektronska video komunikacija je postala nekaj vsakdanjega, kljub maskam in razdalji med nami smo si bližje in bolj povezani kot kdajkoli.

Naše navade in potrebe so se čez noč spremenile – hitreje kot kadarkoli v zgodovini človeštva. Napovedovati prihodnost bi bilo skoraj prevzetno, dejstvo pa je, da navade in vedenja strank, ki s(m)o jih imeli, ne bodo več nikoli enaki.

Kaj torej lahko za svoje stranke (in zaposlene) naredimo?

Svet hibernira. Vaše stranke in zaposleni niso bili še nikoli bolj dovzetni za vaše dražljaje. Ampak – pozor! Če so bili v preteklosti (še) dovzetni za vaše besede in trditve, potem so danes še kako dovzetni za vaša dejanja in najbolj pomembno – kako so se ob tem počutili in kakšna čustva so jih prevevala – bolj kot kdajkoli podzavestno težijo k čustvenemu udobju. Na vas pa je, da bolj kot kdajkoli znate uporabiti najbolj pristne (srčne) vrednote CX-a, ki nastopajo v akronimu H.E.A.R.T. (slov. srce) – pokažite ga torej svojim strankam in zaposlenim:

- Be Honest (bodite pošteni)
- Be Ethical (bodite etični)
- Be Authentic (bodite avtentični/pristni)
- Be Responsible (bodite odgovorni)
- Be Transparent (bodite transparentni)

Pokažite torej, da kot organizacija imate srce – da razmišljate z glavo, a delujete s srcem. Kot primer navajam nekaj izjemnih ljudi kot Voditeljev z veliko črko V in njihova srčna dejanja v zadnjem mesecu:

- Predsednik uprave Delta Air Airline Ed Bastian se je odpovedal svoji polletni plači, da se bodo čim bolj izognili odpuščanju delavcev. Hkrati pri Delta Air-u za medicinske prostovoljce omogočajo brezplačni letalski prevoz v New York.
- Irski premier Leo Varadkar je obnovil svojo zdravniško licenco in v svojem prostem času (kolikor ga sploh ima) pomaga tako v zdravstvu. Irski je tudi uspelo v zelo kratkem času pridobiti 50.000 neaktivnih zdravstvenih delavcev (zdravniki in medicinske sestre v pokoju, študenti ...) in irski premier je eden izmed njih. Lahko napovemo, da je naslednje volitve že dobil.:)
- Predsednik uprave Atlantic Grupe Emil Tedeschi je že pred časom uvedel t.i. »Coffee with CEO« (kava kot eden top produktov Atlantic Grupe je tudi metafora za druženje, sprostitvev in prijazen klepet.) V začetku ukrepov so tako neko nedeljo imeli e-kavo in na najbolj prijeten način so se zaposleni z Emil Tedeschijem pogovarjali o vsem; kako obdržati delovna mesta,

kako delovati od doma ... No, za konec je delil s svojimi zaposlenimi tudi priporočila glede ogledov filmov.:)

Kakšni so bili torej vaši občutki ob prebiranju zgornjih zgodb?

Oziroma naj vam torej odgovorim in naredim zaključek na naslov tega članka – Dobrodošli v dobi HX-a. Kaj je torej HX?

Če je veljala povezanost, da ni dobrega CX-a (Customer Experience; celostne izkušnje strank) brez dobrega EX (Employee Experience; izkušnje zaposlenih) in da smo v zadnji eri živeli v obdobju strank, potem smo pravkar naredili odločen premik v obdobje HX-a (Human Experience-a; človeška izkušnja). Tisti, ki bodo znali delati s srcem bo njihova vrednost, kredibilnost in zaupanje tako v njih osebno, organizacijsko in tudi v samo blagovno znamko s strani ljudi največja naložba za v prihodnost.