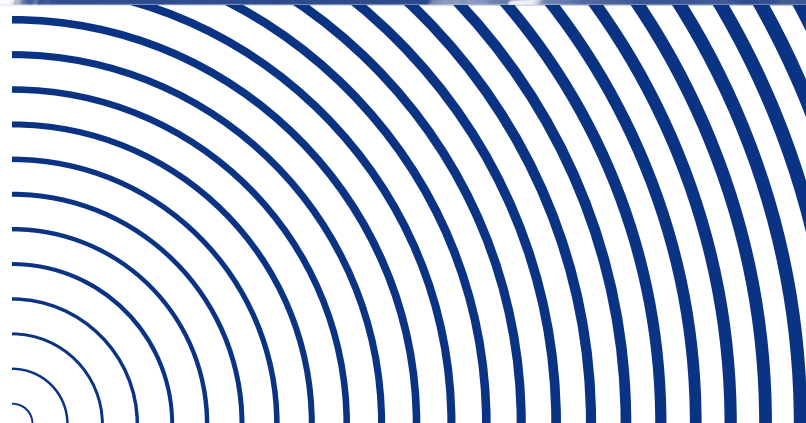




**Emprende
UP**
Universidad
del Pacífico



TALLER

EMPLOYEE EXPERIENCE

**CUANDO LA EXPERIENCIA DEL COLABORADOR
DISEÑA LA EXPERIENCIA DEL CLIENTE**

I. DESCRIPCIÓN DEL TALLER

Hoy las organizaciones y startups están empezando a ser más conscientes de que para afrontar el crecimiento económico y asegurar su capacidad innovadora necesitan contar con el **talento adecuado** y una **cultura trascendente** que **enriquezca la vida del colaborador** a través de una experiencia que deje una profunda huella.

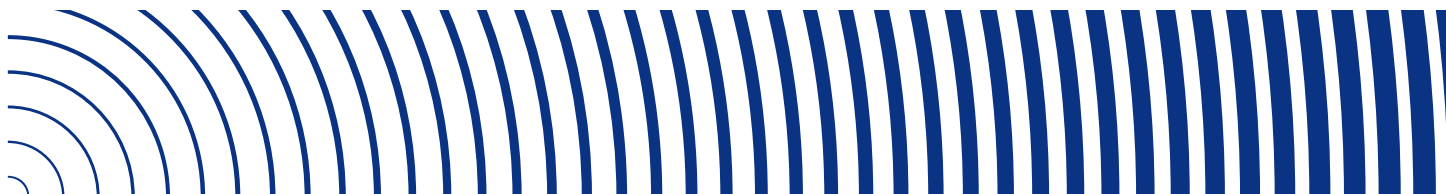
Diseñar una **experiencia memorable** que active la **cultura**, otorgándole a ella el papel de ser uno de los **activos estratégicos más importantes del negocio** que recorra todos los puntos de contacto, garantiza que **colaboradores inspirados y comprometidos** se transformen en los **principales embajadores de la marca** y que **consumidores conectados con el propósito de la empresa** se transformen en **clientes, fans y defensores leales**.

Esto significa el **punto de inflexión** que marca el camino hacia una **evolución** en la relación entre la **tríada: empresa - colaborador - cliente**, lo cual impacta directamente en la **rentabilidad y crecimiento** de las organizaciones y startups, **contribuyendo positivamente al desarrollo de la sociedad** por su amplio efecto transformador y en este punto es donde las empresas se convierten en un **catalizador de cambio positivo en la sociedad**, asumiendo entonces una **misión trascendental**.

Pero es primordial saber gestionar de manera eficiente esta **tríada: empresa - colaborador - cliente**. Esta gestión debe ser real y vivencial, es decir, **experiencial** y partiendo de una verdad simple pero poderosa: **para diseñar una experiencia de cliente (CX) relevante primero se debe construir una experiencia de colaborador (EX) sólida que la preceda y sostenga**, con foco en lo esencial. Entender y aplicar esta verdad nos ahorraría retroceder en este camino de experimentación porque lo que vendrá después, si aprendemos cómo **avanzar de manera ágil y acertada**, se presenta sumamente **seductor y retador**.

Employee Experience (EX) es un paso evolutivo que inicia por un **viaje experiencial** que te brindará las herramientas que tu empresa necesita para abordar los retos del presente y del futuro, bajo una metodología ágil: **Employee Experience Path™ (EXP)** que facilita el proceso de creación, evolución e innovación de la **experiencia del colaborador: el punto de partida para diseñar la mejor experiencia del cliente**, descubriendo juntos lo que sucede cuando esta evolución parte de adentro y se irradia hacia afuera.

¡Decídete a ser parte de esta r-evolución en los negocios! Aprende, experimenta y aplica la estrategia **Employee Experience (EX)** bajo la metodología ágil: **Employee Experience Path™ (EXP)** testeada y mejorada a lo largo de 10 años con casos de éxito que marcaron y marcan un precedente en el Perú y a nivel global.



II. OBJETIVO DEL TALLER

- Preparar a los participantes para innovar a través de la implementación de una estrategia de negocio centrada en las personas y vinculada al diseño, implementación y medición de la experiencia del colaborador teniendo como paraguas la cultura corporativa.
- Brindar las herramientas necesarias a los líderes de organizaciones y startups en el diseño de la experiencia del colaborador y en la creación o relanzamiento de sus culturas como uno de los ejes centrales para iniciar la aceleración y el camino hacia el crecimiento en el caso de las startups, y de fortalecimiento y consolidación en el caso de las organizaciones.
- Diseñar una experiencia del colaborador (EX) sólida que preceda y sostenga el diseño de una experiencia del cliente (CX) eficiente, rentable y relevante.
- Incrementar las habilidades de los participantes para crear nuevas ofertas de valor para el cliente interno y para el cliente externo.
- Ser un catalizador de transformaciones positivas en startups y organizaciones, contando con las herramientas para inspirar y activar la transformación y evolución.
- Entrenar las habilidades del participante para liderar y colaborar en proyectos de diseño ágiles, con una metodología simple y profunda: Employee Experience Path™ (EXP).
- Participar de un proceso de humanización y sensibilización personal y grupal relacionado a propósitos humanos positivos.
- Sacudir mentes.

Beneficios del taller para el participante:

- El participante podrá diseñar la experiencia del colaborador (EX) o ayudar a mejorarla en su organización, siendo capaz de trabajar de la mano con la estrategia de experiencia del cliente (CX).
- El participante podrá asumir un rol de influencia positiva en la organización a través de un liderazgo transformador capaz de transmitir y contagiar visión y confianza entre sus equipos de trabajo. No existe formación formal similar en Perú por lo que este taller es un diferencial potente para el participante y ayudará a impulsar su crecimiento profesional y personal de manera exponencial.
- El participante podrá ayudar a preparar a la empresa para los múltiples retos del futuro, desde la transformación cultural - como eje transversal a toda la organización - pasando por la transformación digital - como eje paralelo - y en el centro de este proceso integral siempre están las Personas.
- El participante adquirirá también una nueva forma de hacer las cosas a través de una metodología innovadora, ágil y profunda.
- El participante estará listo para asumir retos de innovación y transformación personal y organizacional.

III. CONTENIDO

UNIDAD DIDACTICA I: INTRODUCCIÓN A EMPLOYEE EXPERIENCE. CASOS DE ÉXITO

Presencial | Teórico:

- Introducción a la estrategia Employee Experience™
- Metodología: Employee Experience Path™ (EXP). METODOLOGÍA PROPIA. Una ruta de 4 pasos:
 1. DeepEX™
 2. EssenceEX™
 3. DoEX™
 4. ReckonEX™
- EX = CX: para diseñar una experiencia de cliente (CX) relevante se debe construir una experiencia de colaborador (EX) sólida que la preceda y sostenga.
- La cultura startup: influencia positiva para las grandes empresas
- Especificaciones experiencia grupal final, formación de grupos y elección de casos

A distancia (experiencias a trabajar para presentar en la siguiente sesión):

- Experiencia grupal presencial (introducción).

UNIDAD DIDACTICA II: PASO 1 - DEEPEX™

Presencial | Teórico:

- Desde lo profundo: etnografía tradicional – etnografía digital
- Identificación de universos y subculturas, micro segmentación y perfiles
- Deep Knowledge: conozco marca y consumidor profundamente
- Identificación de conductas y comportamientos existentes y deseados
- Data science y data analytics
- Human Insights – Brand Insights
- Identificación de indicadores
- Casos de éxito
- Debate

A distancia (experiencias a trabajar para presentar en la siguiente sesión):

- Avance 1 DeepEX™ – experiencia grupal en vivo (10 min por grupo).



UNIDAD DIDACTICA III: PASO 2 - ESSENCEEX™

Presencial | Teórico:

- La esencia de la experiencia del colaborador: diseño de la experiencia del colaborador. Buenas prácticas y experiencias de marca interna medibles. Experiencias en vivo, vivencias. Cómo registrarlas durante la experimentación
- Propuesta de valor del colaborador (PVC), identidad de marca interna y marca empleadora
- Storytelling Culture
- Redondear el Mensaje Superior
- Clima Laboral: construcción, sostenibilidad y medición.
- Casos de éxito
- Debate
- Presentación Avance 1 DeepEX™- experiencia grupal en vivo (10 min por grupo)

A distancia (experiencias a trabajar para presentar en la siguiente sesión):

- Avance 2 EssenceEX™- experiencia grupal en vivo (10 min por grupo).

UNIDAD DIDACTICA VI: PASO 4 - DOEX™

Presencial | Teórico:

- Hacerlo: implementación de la experiencia del colaborador
- Levantar el impacto inmediato para realizar correcciones durante la ejecución y cambios de rumbo si es necesario o para reforzarlas
- Casos de éxito
- Debate
- Presentación Avance 2 EssenceEX™- experiencia grupal en vivo (10 min por grupo).

A distancia (experiencias a trabajar para presentar en la siguiente sesión):

- Avance 3 DoEX™- experiencia grupal en vivo (10 min por grupo).

UNIDAD DIDACTICA V: PASO 5 - RECKONEX™

Presencial | Teórico:

- Calcular y medir la experiencia del colaborador: herramientas de medición
- Innovación en herramientas, medios e instrumentos de medición
- Casos de éxito
- Debate
- Presentación Avance 3 DoEX™ - experiencia grupal en vivo (10 min por grupo)

A distancia (experiencias a trabajar para presentar en la siguiente sesión):

- Avance 4 ReckonEX™- experiencia grupal en vivo (10 min por grupo).



UNIDAD DIDACTICA VI: TENDENCIAS Y REVELACIONES

Presencial | Teórico:

- Masterclass: Cultura para transformar personas y comunidades (1 hora)
- Tendencias
- Revelaciones: conclusiones y aprendizajes
- Tareas pendientes y determinaciones
- Despedida

IV. METODOLOGÍA DE LA ENSEÑANZA

EXPERIENCIAL:

- La facilitadora presentará en las sesiones de clase el modelo de aprendizaje experiencial a través del cual los participantes adquieren el rol de socios del aprendizaje. Se combinará experiencia, percepción, cognición y comportamiento. Experiencia y reflexión juntas: una potente combinación. El conocimiento es sin duda alguna fundamental, sin embargo la experiencia es la que nos enseña al incorporar sensaciones, sentimientos, evidenciando valores, comportamientos y principios que marcan huellas.
- El facilitador incentivará de manera permanente la capacidad de análisis crítico y la aplicación del conocimiento ya que son más poderosos que la simple adquisición de conceptos teóricos.
- El taller aspira a ser un viaje experiencial que sacuda a participante y facilitadora.



V. BIBLIOGRAFÍA Y OTRAS REFERENCIAS RECOMENDADAS

- Sinek, Simon (2011), Start with Why: How Great Leaders Inspire Everyone to Take Action <https://www.amazon.com/Start-Why-Leaders-Inspire-Everyone/dp/1591846447>
- Sinek, Simon (2017) Find Your Why: A Practical Guide to Discovering Purpose for You or Your Team <https://www.amazon.es/Find-Your-Why-Simon-Sinek/dp/0241279267>
- Malone, Chris and T.Fiske, Susan (2013) The Human Brand: How We Relate to People, Products, and Companies. <https://www.amazon.com/Human-Brand-Relate-Products-Companies-ebook/dp/B00EFB44ES>
- Ward, Rose and Robison, John (2014) How to Build a Thriving Culture at Work, Featuring the 7 Points of Transformation. <https://www.amazon.com/Thriving-Culture-Featuring-Points-Transformation/dp/0990301109/>
- Maylett, Tracy and Wride, Matthew (2017) The Employee Experience: How to Attract Talent, Retain Top Performers, and Drive Results <https://www.amazon.com/Employee-Experience-Attract-Performers-Results/dp/1119294185>
- Morgan, Jacob (2017) The Employee Experience Advantage: How to Win the War for Talent by Giving Employees the Workspaces they Want, the Tools they Need, and a Culture They Can Celebrate https://www.amazon.com/Employee-Experience-Advantage-Employees-Workspaces/dp/111932162X/ref=sr_1_1?__mk_es_ataway&sprefix=the+employee%2Caps%2C265&sr=8-1



VI. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

SESIÓN	CONTENIDO	OBJETIVO	ACTIVIDADES	ENTREGABLES
I	<p>INTRODUCCIÓN A EMPLOYEE EXPERIENCE™ (EX). CASOS DE ÉXITO</p> <p>Introducción a la estrategia Employee Experience™ (EX) Metodología: Employee Experience Path™ (EXP) METODOLOGÍA PROPIA. Un viaje de 4 pasos:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. DeepEX™ 2. EssenceEX™ 3. DoEX™ 4. ReckonEX™ <p>EX = CX: para diseñar una experiencia de cliente (CX) relevante e debe construir una experiencia de colaborador (EX) sólida que la preceda y sostenga La cultura startup: influencia positiva para las grandes empresas Casos de éxito</p>	<p>.El equipo de participantes aprenderá el enfoque Employee Experience™ (EX) para el diseño de una experiencia memorable y trascendente.</p> <p>. El equipo de participantes repasará la metodología: Employee Experience Path™ (EXP)</p> <p>. El equipo de participantes identificará las razones por las que es importante que la experiencia del colaborador preceda y sostenga la experiencia del cliente.</p> <p>.El equipo de participantes identificará la influencia positiva de la cultura startup en las grandes empresas y además se expondrá lo que las startups pueden aprender de la cultura de las grandes empresas.</p>	<p>Presentación de facilitadora y participantes Formación de equipos Elección de casos por equipos Especificaciones Experiencia Grupal Final Experiencia grupal presencial</p>	<p>. Estrategia Employee Experience™ (EX) .Metodología: Employee Experience Path™ (EXP) Viaje 4 pasos .Debate a partir de los casos de éxito aprendizajes y reflexiones .A distancia: trabajo grupal introducción</p>
II	<p>PASO 1 - DeepEX™</p> <p>Desde lo profundo: etnografía tradicional – etnografía digital Identificación de universos y subculturas, microsegmentación y perfiles Deep Knowledge: conozco marca y consumidor profundamente Identificación de conductas y comportamientos existentes y deseos Data science y data analytics. Human Insights – Brand Insights. Identificación de indicadores. Casos de éxito Debate</p>	<p>.El equipo de participantes aprenderá el Paso 1 de la metodología Employee Experience Path™ (EXP)™:DeepEX™</p> <p>.Aprenderá a obtener información profunda .Identificará los universos y subculturas. Aprenderá a microsegmentar y a identificar perfiles .Pondrá en práctica el Paso 1:DeepEX™</p> <p>.Aprenderá el uso de Data Science y Data Analytics .Aprenderá acerca de insights: Human Insights y Brand Insights .Pondrá en práctica el Paso 1:DeepCulture™.</p>	<p>Aplica el Paso 1 de la metodología Employee Experience Path™ (EXP)™ DeepEX™ Trabajo grupal 1 hora final-asesoría presencial por parte de la facilitadora a todos los grupos</p>	<p>.Paso 1: DeepEX™ Asesoría presencial grupal (1 hora) .A distancia: Avance 1 DeepEX™ – experiencia grupal en vivo</p>
III	<p>PASO 2 - EssenceEX™</p> <p>La esencia de la experiencia del colaborador: diseño de la experiencia del colaborador. Propuesta de valor del colaborador (PVC), identidad de marca interna y marca empleadora Storytelling Culture Redondear el Mensaje Superior Clima Laboral: construcción, sostenibilidad y medición. Casos de éxito Debate Presentación Avance 1 DeepEX™- experiencia grupal en vivo (10 min por grupo).</p>	<p>.El equipo de participantes aprenderá el Paso 2 de la metodología Employee Experience Path™ (EXP)™:EssenceEX™</p> <p>.Aprenderá a diseñar la experiencia del colaborador (EX) activando el pensamiento estratégico y la creatividad desarrollando el proceso de sinapsis cerebral. .Desarrollará la capacidad de identificar los medios adecuados y los puntos de contacto Aprenderá a conectarlos y que se retroalimenten entre sí de manera armoniosa, eficaz y rentable generando un diálogo enriquecedor 24/7. .Desarrollo de la capacidad para contar historias que conecten con el corazón de los colaboradores para lograr influenciar, convencer e involucrar a la acción a nuestro grupo de interés.</p>	<p>Aplica el Paso 2 de la metodología Employee Experience Path™ (EXP)™ EssenceEX™ Trabajo grupal 1 hora final-asesoría presencial por parte de la facilitadora a todos los grupos</p>	<p>.Paso 2: EssenceEX™ Asesoría presencial grupal (1 hora) .A distancia: Avance 2 EssenceEX™ – experiencia grupal en vivo</p>

SESIÓN	CONTENIDO	OBJETIVO	ACTIVIDADES	ENTREGABLES
IV	<p>PASO 3 - DoEX™</p> <p>Hacerlo: implementación de la experiencia del colaborador Levantar el impacto inmediato para realizar correcciones durante la ejecución y cambios de rumbo si es necesario o para reforzarlas Casos de éxito Debate Presentación Avance 2 EssenceEX™- experiencia grupal en vivo (10 min por grupo). Debate</p>	<p>El equipo de participantes aprenderá el Paso 3 de la metodología Employee Experience Path™ (EXP)™:DoEX™ Vivir la experimentación planificada, innovar con riesgos controlados Observar el momento, la tangibilización del cambio o evolución. Aprender a observar y sentir el proceso de transformación de las conductas y comportamientos de las personas en la organización, de lo negativo a lo positivo.+D:D</p>	<p>Aplica el Paso 3 de la metodología Employee Experience Path™ (EXP)™ DoEX™ Trabajo grupal 1 hora final-asesoría presencial por parte de la facilitadora a todos los grupos</p>	<p>.Paso 3: DoEX™ Asesoría presencial grupal (1 hora) .A distancia: Avance 3 DoEX™ - experiencia grupal en vivo</p>
V	<p>PASO 4 - ReckonEX™</p> <p>Calcular y medir la experiencia del colaborador: herramientas de medición Innovación en herramientas, medios e instrumentos de medición Casos de éxito Debate Presentación Avance 3 DoEX™- experiencia grupal en vivo (20 min por grupo)</p>	<p>.El equipo de participantes aprenderá el Paso 4 de la metodología Employee Experience Path™ (EXP)™:ReckonEX™ .Encender la curiosidad por obtener medición en cada paso de innovación dado .Aprender a crear herramientas, medios e instrumentos innovadores de medición de medición siempre será uno de los desafíos más grandes de la estrategia. Si no se mide no existe.</p>	<p>Aplica el Paso 4 de la metodología Employee Experience Path™ (EXP)™ ReckonEX™ Trabajo grupal 1 hora final-asesoría presencial por parte de la facilitadora a todos los grupos</p>	<p>.Paso 4: ReckonEX™ Asesoría presencial grupal (1 hora) .A distancia: Avance 4 ReckonEX™ - experiencia grupal en vivo</p>
VI	<p>TENDENCIAS Y REVELACIONES</p> <p>Presentación experiencias casos grupales finales, incluyendo paso 4: ReckonEX™ y conclusiones (10 min por grupo) Masterclass: Cultura para transformar personas y comunidades (1 hora) Tendencias Revelaciones: Conclusiones y aprendizajes Tareas pendientes y determinaciones Despedida</p>	<p>El equipo de participantes recibirá un MasterClass que tiene el objetivo de dejarles un desafío a corto y mediano plazo. Además se compartirá las tendencias en estrategias de Experiencia del Colaborador y lo que se viene. Los equipos de trabajo expondrán en 10 min el paso 4 y conclusiones de la experiencia La facilitadora guiará al equipo a compartir revelaciones y aterrizar tareas pendientes a mediano y largo en a ejecutar al término del taller en sus empresas y áreas de influencia e impacto.</p>	<p>Retroalimentación de los casos grupales Evaluación del progreso Reflexiones Determinaciones Inspiración para el presente y futuro</p>	<p>Presentación grupal experiencia final Reflexiones Determinaciones</p>



VI. DATOS DEL FACILITADOR



WENDY LU

CEO, Culture Hacker, Customer
& Employee Experience
Manager de 247 Brand
Experience

Culture Hacker | Entrepreneurial Mindset | Human Centered Innovator | Sense Making | Knowmad | Transdisciplinary Strategist | Service Designer | Customer Experience | Brand Experience | Customer Insider | Human Insider

Es empresaria, emprendedora, intraemprendedora, investigadora, consultora y mentora. En la actualidad es Creadora, CEO, Culture Hacker y Customer & Employee Experience Manager de 247 Brand Experience, consultora & agencia - modelo híbrido - especializada en diseño de Experiencias de Marca con modelo de negocio único y metodología propia de innovación: Synesthetics® (2010), Culture Experience Path® (2011) y Culture Hacking Path® (2012) y Employee Experience Path® (2012).

Culture Hacker y Consultora especialista en Experiencia de Cliente y Colaborador - Cultural Branding, Comunicación Interna, Gestión del Cambio, Clima y Cultura Organizacional y Service Design; diseñando experiencias transformadoras con más de 14 años de trayectoria, siendo una de las consultoras pioneras en crear, impulsar e implementar este tipo de estrategias en Perú.

Retos abordados con gerentes generales, gestores de RRHH y Marketing de empresas que marcan el paso en sus sectores, generando transformaciones y provocando puntos de inflexión. La empresa como catalizador de cambio en nuestra sociedad:

- Humanizar marcas y conectar desde el interior de la organización (ADN).
- Transformar a través de cambios culturales.

Innovadora gestión en comunicación para el desarrollo, creando una estrategia de comunicación única para el movimiento de ayuda humanitaria más grande del mundo: Cruz Roja.

Consultora adhonorem para startups con modelo de negocio innovador y socialmente comprometidos pertenecientes a la industria de Comunicaciones y Marketing local y regional.

Sólido perfil innovador y estrategia transdisciplinar. Con amplia experiencia en innovación, investigación cualitativa, comunicación externa e interna para sector privado, público y organismos sin fines de lucro. Socialmente comprometida en generar cambios positivos en Perú y en el mundo.

Comunicadora para el Desarrollo (PUCP) y Publicista (IPP) con Especialización en Desarrollo de Nuevos Negocios (PUCP), Marketing de Servicios (ESAN), Marketing Digital (USMP), Design Thinking (Universidad de Virginia) y Neurociencias para el Éxito y la Felicidad (EIDHI International University).



Universidad del Pacífico
iLabUP - Universidad del Pacífico - Pabellón H
Jirón Sánchez Cerró 2121, Jesús María

emprendeup.pe