

Recursos Humanos

Hablamos en el anterior artículo de la importancia de la ventaja competitiva y el uso de los recursos humanos para hacer a nuestro equipo parte de esa ventaja. Los empleados no solo generan dinero, sino también innovan, aprenden y reaccionan a las necesidades de los clientes. Es importante escuchar a nuestro equipo regularmente así que se sientan apreciados, pero también porque pueden tener la siguiente gran idea.

Ahora intentaremos dar unas ideas de como hacer esto:

Un nuevo trabajo para una nueva gente:

1. Los cambios en las empresas no cuajan, a menos que incorporemos los cambios a la estructura. Por ejemplo, si tienes un veterinario que trabaja a tiempo parcial, tendremos que adaptar el horario, dejando saber a los dueños de los animales que ese veterinario (puede ser especialista) solo pasa consulta en ciertos momentos; y a menos que tengan una emergencia, deben venir en esos momentos solamente.
2. En la visión clásica de la empresa, se paga por el trabajo realizado. En un mercado actual de crisis y cambiante, la compañía puede fallar, incluso cuando todo el mundo realiza su trabajo. Es importante motivar a la plantilla, para que se sientan parte de la compañía y trabajen más de lo esperado. Otra vez con el ejemplo de la comida, si todo el mundo entiende los beneficios para los animales, así como para los ingresos, es más probable que se venda más que si solo se les da un objetivo de ventas.
3. Debemos dar libertad a los empleados para desarrollar sus carreras. Permitir (y financiar) que asistan a cursos y motivar a que compartan su conocimientos con el resto del equipo destinando una reunión semanal a ello. Necesitamos que la gente se sienta importante en la empresa, así que si la persona mejora, la compañía también lo hace.
4. Necesitamos entender el concepto de empleabilidad. Las personas quieren desarrollar sus carreras y si su trabajo no cambia y no se le ofrecen nuevos retos, se irán a otro sitio. Es importante que usemos la empleabilidad en nuestro beneficio. Si un asistente hace un curso de ecografía, es importante crear una tarde de consultas con precios especiales durante un tiempo, para que pueda usar sus habilidades y dar el servicio a conocer al tiempo que se practica las nuevas habilidades adquiridas en su campo de interés.

Este es el año de Charles Darwin y aparece a menudo en las noticias por su teoría de las especies. La principal idea de su teoría puede aplicarse a cualquier compañía moderna:

“Cómo hay más individuos que los que pueden sobrevivir, hay una necesidad de lucha por la supervivencia en cada caso, ya sea con individuos de la misma especie, o individuos de diferente especie, o el medio ambiente”

El mercado tradicional ha cambiado. El capital no es la principal fuente productora, la reducción de costes no es la principal ventaja competitiva y los clientes compran más, pero buscan servicios más especializados. Las nuevas tecnologías han cambiado los mercados, nuestros clientes tienen mayor acceso a la información sobre todo a través de Internet y vienen a nosotros con una idea preconcebida del tratamiento que esperan. Es importante que las clínicas asuman el cambio y lo usen en su beneficio.

¿ Cómo podemos hacer esto ?:

Relación diferente entre empleado y empleador: en estos días es más deseable contratar la cantidad necesaria de gente por el tiempo requerido (mayor uso del tiempo parcial, empleados solo en épocas de mayor volumen de trabajo, trabajo con agencias de contratación...) Tenemos que entender que nuestro equipo es nuestro mayor valor ya que son ellos los que producen los ingresos (no los clientes), y necesitamos, no solo, encontrar el adecuado, sino mantenerlo y crecer juntos (ofrecer asociación a alguien que lleva tiempo con nosotros, hace que nuestro negocio crezca y se evita la fuga de talentos).

Hemos hablado de lo que buscamos en nuestro equipo y es momento de aprender como conseguirlo. Estamos hablando de la *persuasión*. Este es un arte difícil de conseguir y dominar. La persuasión tiene que ser una herramienta que proyecte comportamiento ético. Podemos convencer a nuestro equipo de los beneficios de cierta dieta, pero sería poco ético hacer que hagan cirugías en animales que no las necesitan.

Existen 4 pasos en el largo camino de la creación de influencia:

1. Generar credibilidad

La credibilidad se basa en la relación personal. Credibilidad es un pilar del proceso y sin él, no tiene sentido seguir

2. Búsqueda de un punto de acuerdo

Necesitamos que todo el mundo vea los beneficios comunes y no sólo para la compañía.

3. Pruebas

No hay necesidad de explicar esto, cada vendedor de cada laboratorio siempre trae artículos y estudios que su compañía ha patrocinado para probar lo bueno que es el producto.

4. Conexión emocional

No podemos convencer a alguien de lo interesante de un producto, si no nos lo creemos nosotros mismos.