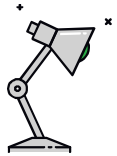
Employee Experience: Nuestra experiencia

Marzo 2018

Chiesi
People and ideas for innovation in healthcare

¿De Dónde Venimos?

Cultura con Gran Orientación hacia las PERSONAS



- IDEAS
- RESULTADOS
- PERSONAS
- YO

Sean adultas, actúen con optimismo, aprendan continuamente y consigan resultados.

top EMPLOYERS INSTITUTE

6 AÑOS CONSECUTIVOS

NIVEL COMPROMISO 2017

97 %

¿Cómo Seguimos Mejorando?

Chiesi

¿Qué Objetivos nos marcamos?

Entender la **experiencia que viven nuestras personas**, y poder sentar las bases para construir un **modelo de relación con gran impacto y resultados**, así como crear una **imagen de marca** que pueda **ser atractiva para atraer a personas con talento.**

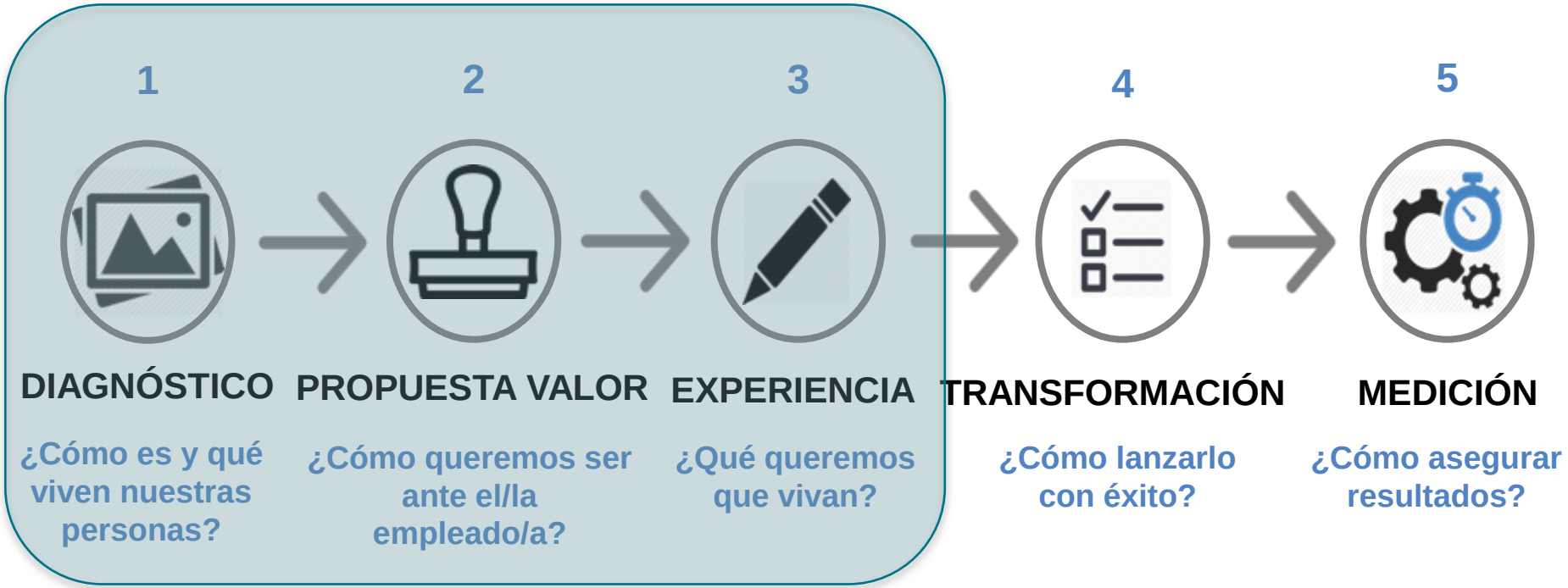
También queríamos conseguir:

- Identificar la **percepción actual** sobre los elementos que **forman parte de la oferta de valor**
- **Entender los momentos críticos** de la **experiencia que vive cada persona**
- **Desarrollar una oferta de valor con mayor impacto e individualizada para los colectivos clave.**
- **Identificar las bases *del* modelo de relación con las personas para lograr un mayor impacto.**
- **Individualizar las acciones en base a la experiencia deseada por cada colectivo identificado**
- **Implantar un modelo de gestión cuantitativo y centrado en las necesidades clave de las personas**

Chiesi

¿Qué Hemos Realizado?

Comenzamos a desarrollar un **modelo de gestión de experiencia de emplead@ integral** con el que poder responder a las siguientes cuestiones.



Diagnóstico

Para poder entender bien que piensan y sienten las personas de **Chiesi** hemos realizado:

10 Entrevistas con los miembros del Comité de Dirección

1 Workshop con el área de Personas

1 Focus Group con el colectivo de Managers

2 Focus Group con una selección de Empleados

+40 Empleados involucrados

Revisión de información: Voices y políticas de personas asociadas a los momentos

Diagnóstico

¿Cómo son y qué viven nuestras personas?

ARQUETIPOS

Perfil: El Lanzado - El Impulsor

CÓMO SOY

- Optimista
- Arriesgado/ de marcarme retos
- Innovador
- Siempre soy voluntario/ levanto la mano
- Ágil

QUÉ ES IMPORTANTE EN MI VIDA

- Tener un objetivo/ reto
- Poder aportar/ que cuenten con mi opinión.
- Crecimiento
- Reconocimiento
- Aprendizaje continuo

QUÉ OBJETIVO TENGO

- Seguir creciendo, aprendiendo de los demás
- Poder mejorar mi entorno
- Conseguir más resultados
- Sentirme reconocido

QUÉ ME GUSTA DEL TRABAJO

- Tener retos/ objetivos
- Buenos jefes/ que me aportan
- Novedad/ innovación
- Poder ir más allá
- Aportar, sentir que me escuchan

QUÉ ESPERO DE CHIESI

- Libertad para crecer
- Espacio para probar/ ir más allá.
- Entorno y Oportunidades en el que aprenda/ crezca
- Reconocimiento

QUÉ ME PREOCUPA

- La mediocridad
- El status quo
- No aportar
- Que no me aporten
- No seguir aprendiendo
- Caer en la comodidad

EMPLOYEE JOURNEY

ENTRADA

Conozco la compañía → Proceso de selección → Selección (manager) → Me seleccionan → Me acogen → Primeros meses → Empiezo a ser autónomo

ADECUACIÓN

El mánager me pone objetivos / Pongo objetivos → El día a día → El día a día con el mánager → Tengo dudas sobre mis gestiones → Evalúan mi desempeño → Uso los beneficios sociales → Cobro la nómina

CRECIMIENTO

Revisión salarial → Cambio de posición → Me dan el bonus → Me forman → Desarrollo profesional → Hay cambios organizativos → Momentos especiales en mi vida

CRECIMIENTO → **FIN**

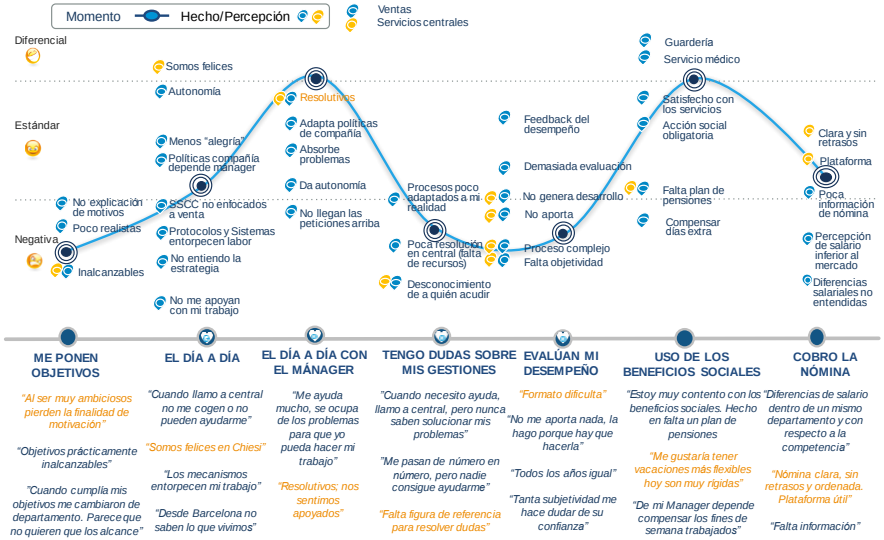
Premios de reconocimiento → Recibo/ busco comunicación de la compañía → Hay un conflicto → Salgo de la compañía → Post-salida / / Imagen de la compañía

Copyright © LUKKAP

Chiesi

¿Cómo son y qué viven nuestras personas?

CURVA DE EXPERENCIA ACTUAL



Propuesta de Valor

¿Cómo queremos ser ante nuestros/as empleados/as?

MODELO DE RELACIÓN

EMPLEADOS	FORTALEZAS	TENDENCIA	OBJETIVOS		OPORTUNIDADES
Lo que nos piden nuestros empleados	Lo que ya hacemos muy bien	Lo que nos gusta de otros	Lo que nos interesa a nosotros	=	Lo que nos puede diferenciar
EJE 1: JUNTOS CRECEMOS					
El empleado busca soporte en su desarrollo	Foco en el empleado como pilar de la compañía	Empleados en el centro – Adaptación / Individualización	Foco en el desarrollo individualizado y con un papel protagonista del empleado		COMPROMISO MUTUO DE CRECIMIENTO CON NUESTRO EQUIPO
EJE 2: VALOR PARA EL CLIENTE					
El empleado busca seguridad y soporte para aportar valor	Confianza y libertad: Soporte en la distancia	Gestión con datos que dan soporte y agilizan las decisiones	Crecimiento solido que lleve a una mejora sostenible		VALOR AL CLIENTE COMO BASE DE NUESTRO NEGOCIO
EJE 3: CONVERSAMOS					
El empelado busca ser tenido en cuenta y aportar valor	Cercanía y soporte continuado "Gran Familia"	Participación de los empleados en las decisiones de la CIA	Visión de innovación y mejora continua en base a la visión de los empleados		CONVERSACIONES QUE NOS AYUDEN A MEJORAR E INNOVAR

Propuesta de Valor

¿Cómo queremos ser ante nuestros/as empleados/as?

COHERENCIA

JUNTOS CRECEMOS

COMPROMISO MUTUO DE CRECIMIENTO (COMO YO CREZCO TÚ CRECES)

PROTAGONISTA **DE NUESTRO CRECIMIENTO**

MAPA DE **TRAYECTORIAS** DE CRECIMIENTO **COMUNIDAD DE LIDERAZGO**

VALOR PARA EL CLIENTE

APORTAR VALOR AL CLIENTE INTERNO Y EXTERNO, INCLUYENDO AL PACIENTE COMO BASE DE NUESTRO NEGOCIO

PROTAGONISTA **DE LA RELACIÓN Y VALOR AÑADIDO AL CLIENTE**

CADENA DE VALOR PARA EL/LA CLIENTE

CONVERSAMOS

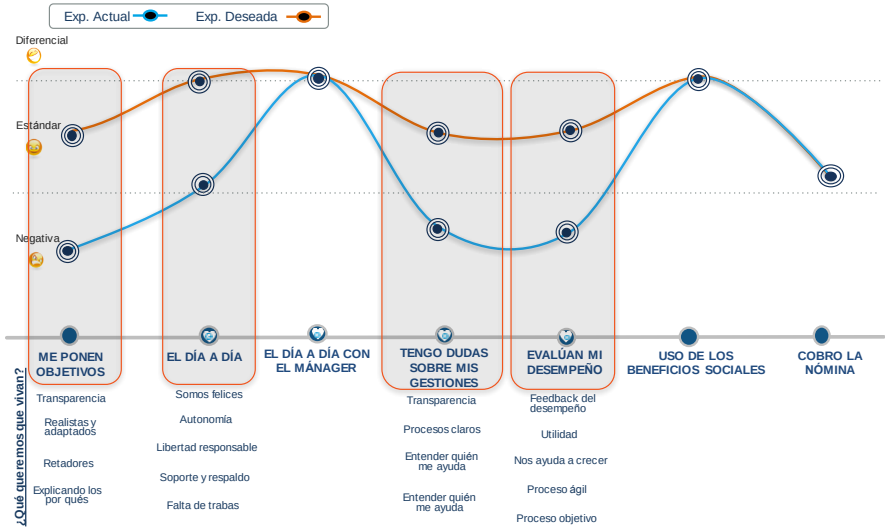
CONVERSAR PARA ACTUAR: ESCUCHAMOS DENTRO Y FUERA DE CHIESI, Y ACTUAMOS APORTANDO INNOVACIÓN

PROTAGONISTA **DE LA INNOVACIÓN E INTRAEMPENDIMIENTO**

PLAN DE **COMUNICACIÓN INTERNA**

Experiencia Deseada

¿Qué queremos que vivan nuestras personas?



Próximos Pasos

¿En qué punto estamos ahora mismo?

1	2	3	4	5
DIAGNÓSTICO	**PROPUESTA VALOR**	**EXPERIENCIA**	**TRANSFORMACIÓN**	**MEDICIÓN**
¿Cómo es y qué vive nuestro empleado?	¿Cómo queremos ser ante el empleado?	¿Qué queremos que viva el empleado?	¿Cómo lanzarlo con éxito?	¿Cómo asegurar resultados?

Transformación

En este momento estamos:
Creando de **Grupos de Proyecto** que lideren las acciones planificadas
Governance
Trabajando la **Comunicación**

GOVERNANCE

LLEVAR A CABO LAS ACCIONES PLANIFICADAS

P Reunión presencial | R Reunión a distancia | X Desarrollo interno

Definición de los propositos (los porqués de los puestos)	**Sesiones Workshop** con grupos de 15 personas Co-Creando a través del **Desing Thinking** el **proposito de las areas y puestos**
"Colaboración 360º" Mapa de colaboración y ayuda entre diferentes personas en Chiesi	**Sesiones Co-creación Interdepartamentales** (aprox. 15-20 pax) y Facilitadas por RRHH en las que se trabaje **El mapa de Relaciones y Soporte entre areas y puestos.**
Customer Focus Cadena de Valor al Cliente Definir y clarificar el papel de cada puesto en la aportación de valor al cliente	**Sesiones de trabajo Interdepartamentales** En base al foco del cliente Utilizar técnicas de **Visioning Pintar la cadena de valor** y el papel de cada area y puesto.
Comunidad de práctica de Managers	**Desarrollo de una comunidad con los managers** de Chiesi que de manera **autogestionada** debatan sobre retos y oportunidades de mejora y planteen acciones a implantar
Grupos de trabajo mixtos Implantación de mejoras contínuas	**Creación de grupos de trabajo mixtos** (SSCC + Field Force) para definir retos y diseñar soluciones en **base a metodología Agile**
Trivial Chiesi	Envío de un cuestionario sobre las preguntas y respuestas.
FAQ -Resolución de principales dudas internas	Crear con un equipo de trabajo interdepartamental **el equipo de diseño del Trivial.**
	Crear un **concurso con equipos** de diferentes areas que **compitan en el Trivial.**
Programa "Ponte en mis zapatos..."	**Crear parejas de personas** (SSCC + Field Force) para que se conozcan mas pasando un día en la realidad del otro Aumentando el conocimiento y la visión desde otras areas **Creación de testimonios** sobre la experiencia.
"Feedback como palanca de mejora continua"	**Crear una encuesta de valoración** de la experiencia de **Clientes Externos y Clientes Internos** Construir un **plan de acción en base a los resultados.**

NOMBRE DEL COMITÉ	MISIÓN	RESPONSABILIDADES	MIEMBROS	PERIODICIDAD
COMITÉ DE DIRECCIÓN	VALORAR EL GRADO DE AVANCE DEL MODELO Y TOMAR DECISIONES DE IMPACTO PARA LA ORGANIZACIÓN	* CONTROLAR EL GRADO DE AVANCE. * ENTENDER LOS PRINCIPALES INPUTS DEL PROYECTO * CONTRASTAR LA INFORMACIÓN DE LA EVOLUCIÓN DE LA EXPERIENCIA. * TOMAR DECISIONES DE ALCANCE GLOBAL. * VALIDAR NUEVAS ACCIONES EN COLECTIVOS CONCRETOS.	* COMITÉ DE DIRECCIÓN * DIRECTOR DE EX LUKKAP	UNA AL Q
COMITÉ DE COORDINACIÓN - PLAN DE EX	DOTAR UNA VISIÓN GLOBAL AL PLAN DE ACCIÓN - ALINEANDO LAS ACCIONES CON LOS OBJETIVOS DEL MODELO DE EXPERIENCIA DE EMPLEADO.	* REVISAR EL PLANNING Y VALORAR POTENCIALES CAMBIOS O DESVIACIONES CON RESPECTO A LO ESTABLECIDO. * VELAR POR EL CORRECTO CUMPLIMIENTO DE LAS DIFERENTES ACCIONES PLANTEADAS EN EL PLAN DE ACCIÓN. * ANALIZAR LA INFORMACIÓN SOBRE LA MEDICIÓN DE LOS MOMENTOS Y DEFINIR ACCIONES. * CONTROLAR EL PLAN DE COMUNICACIÓN Y DEFINIR	* EQUIPO DE PERSONAS * RESPONSABLES DE ACCIONES (SI ALGUIEN NO FUERA DEL EQUIPO DE PERSONAS) * JEFARUTA DE PROYECTO LUKKAP	QUINCENAL - O BAJO DEMANDA
COMITÉ DE EXPERIENCIA WOW	CONTRASTAR LAS ACCIONES Y EL IMPACTO DEL MISMO EN EL DÍA A DÍA DE LAS PERSONAS.	* DAR SU VISIÓN SOBRE LAS ACCIONES Y SU IMPACTO * PLANTEAR MEJORAS O ALTERNATIVAS * IDENTIFICAR ASPECTOS DEL DÍA A DÍA A TENER EN CUENTA EN EL PLAN DE ACCIÓN * SERVIR DE IMPULSORES DEL CAMBIO * SER PARTÍCIPES DE ACCIONES CONCRETAS - ROL ACTIVO EN EL PLAN	* EQUIPO DE EX (SELECCIÓN DE PERSONAS DE DIFERENTES ÁREAS) * JEFATURA DE PROYECTO LUKKAP * ÁREA DE PERSONAS	MENSUAL

RES																		
LK+																		
LK																		
LK																		
CH																		
CH																		
CH+																		
CH+LK	Reunión telefónica	Equipo Proyecto	X															
CH+LK	Reunión presencial	Comité dirección de Proyecto		P														
		Equipo Proyecto	X															
		Equipo Proyecto		X	X			X			X	X				X		
		Equipo Proyecto	X															

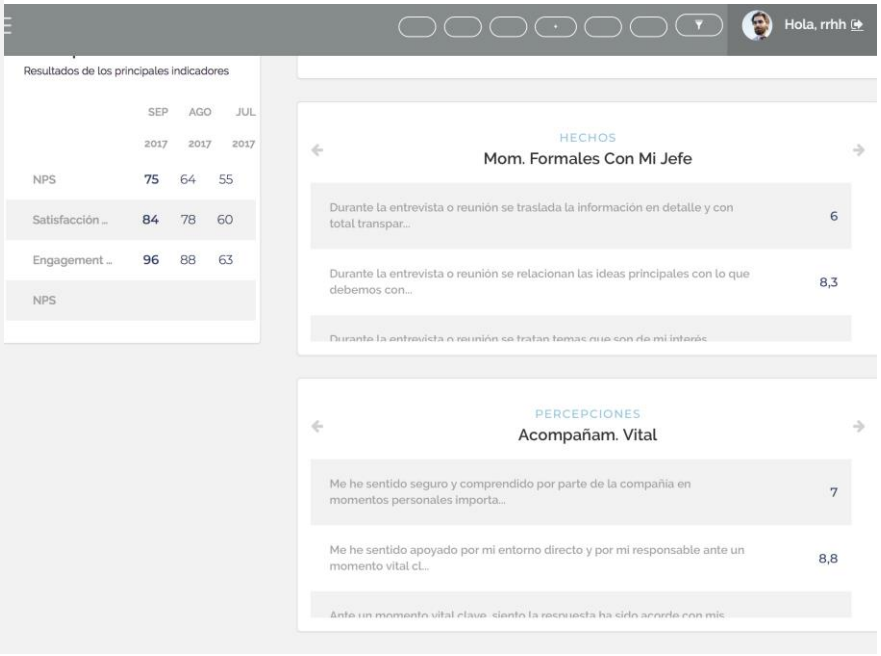
Chiesi

Medición

Modelo de Medición y Mejora Continua

CREAR CAMPAÑAS DE MEDICIÓN POR MOMENTO

ANALIZAR LOS DATOS Y CREAR ACCIONES DE MEJORA



Somos Chiesi

https://www.linkedin.com/company/chiesiespaña

@Chiesi_es

@mariaibanezgran