Cliente Interno

Un cliente interno es alguien que tiene una relación con la compañía, aunque puede no comprar el producto, por ejemplo, el talento.

El mercado laboral actual y la facilidad para acceder a diversas ofertas de empleo y cambiar de trabajo con un simple click hace que nuestros colaboradores dejen de ser empleados y se conviertan en clientes internos.
Así como marketing y ventas se encargan de atraer y fidelizar clientes externos para que sigan consumiendo los productos o servicios de una marca; nuestra labor como socios estratégicos de gestión de talento humano dentro de la organización es crear estrategias de marketing para atraer y fidelizar a nuestros clientes internos.
A este conjunto de estrategias se les conoce como Endomarketing y tiene como objetivo principal hacer que muchas personas quieran trabajar en la organización y que, las que ya trabajan contigo no quieran irse.
Por ejemplo, hay empresas que generan programas de puntos y de lealtad para sus clientes externos, donde al acumular N cantidad de puntos, la marca les da un obsequio; cuando hablamos de endomarketing podríamos implementar un programa de puntos pero para el cliente interno donde, al realizar diferentes tipos de actividad o cumplir determinadas metas acumulan puntos con los que podrán adquirir diversos productos que la empresa les otorgue.

Claro que hablar de enfoque a cliente interno no es solo hacer endomarketing, se deben tomar otro tipo de acciones como:

1. Medir los niveles de satisfacción del talento y tomar acciones
2. Implementar un proceso de retenciones
3. Generar planes de beneficios para las generaciones actuales
4. Hacer un cambio de cultura organizacional con sensibilización a los mandos medios de su nueva figura como proveedor
5. Y muchos movimientos más que poco a poco nos llevarán a esta cultura transformacional.

El enfoque a cliente interno es responsabilidad de todos los colaboradores: de los jefes, supervisores y gerentes, de las otras áreas y del Directos General, todos ahora somos proveedores de todos y todos somos clientes de todos, y es muy importante que tengamos en la organización este enfoque a cliente interno y que aseguremos que su experiencia dentro de la organización sea favorable, eso te permitirá acercarnos a más y mejores talentos y mantenerlos contigo!