

Tema: Experiencia de los miembros

Introducción

Aunque sabemos que el porcentaje de miembros que participa activamente en RICS es inferior al 30%, tal como indica el documento de consulta sobre la *Participación de los miembros*, el porcentaje que interactuará con RICS para tareas de apoyo y de servicios básicos es mucho más elevado.

Por ejemplo, la Encuesta de la Profesión indica que, en un año medio, un 85% de los miembros visitará el sitio web de RICS y sabemos que el centro de contacto de RICS recibe cada mes un promedio de 9.000 llamadas y 8.000 correos electrónicos de miembros. Asimismo, cerca de 25.000 miembros adquirirán cada año un producto o servicio de RICS.

Sin embargo, sabemos que la experiencia de la que disfrutan los miembros a través de estos canales debe mejorar, pues solo algo más de un 50% de los miembros que respondieron a la Encuesta de la Profesión afirmó estar satisfecho con su experiencia al interactuar con RICS o acceder a sus productos y servicios.

El análisis de las respuestas de opinión también indica que la atención al cliente y la experiencia son, con diferencia, los ámbitos que los miembros valoran negativamente con mayor frecuencia. Las dificultades que experimentan al registrar su CPD y los problemas con el sitio web, con carácter más general, son los motivos que más mencionan los miembros para explicar su descontento con RICS.

También se deja claro que la forma en que se utiliza la comunicación por correo electrónico presenta algunos problemas, pues un considerable número de miembros ha indicado no querer recibir ningún correo electrónico de RICS salvo los relativos a servicios básicos. La Encuesta de la Profesión más reciente ofrece más información sobre este aspecto, pues un 70% de los participantes afirmó no hacer caso a los correos electrónicos de marketing de RICS y más de un 60% indicó no hacer caso a los correos electrónicos de RICS de cualquier tipo.

Por lo tanto, es un hecho reconocido que RICS debe introducir cambios importantes para mejorar la experiencia de la que disfrutan sus miembros en sus interacciones con la organización. Dichos cambios deberían abarcar todos los aspectos de la interacción central de los miembros con RICS, por ejemplo utilizar el sitio web o comunicarse con nosotros por correo electrónico o teléfono, así como cuando realizan tareas relacionadas con el mantenimiento de su categoría profesional o acceden a contenido, productos y servicios de manera más general.

Actividades en curso

RICS puso en marcha un importante programa de transformación digital en 2019, centrándose en ofrecer «una experiencia impulsada por medios digitales para miembros y otras partes interesadas que fuera igual de profesional que las normas que fijamos».

Este programa ya ha conseguido introducir cambios sustanciales en la infraestructura básica y pronto transformará significativamente nuestras plataformas principales con la migración a Microsoft Dynamics 365.

Para una organización como la nuestra, resulta esencial gestionar los datos adecuadamente. Históricamente, los datos se han almacenado en diferentes sistemas heredados y distintas bases de datos. Esto ha dado lugar a una serie de problemas, como las dificultades en las formas de utilizar los datos de forma efectiva para personalizar las comunicaciones y obtener información relevante de los miembros.

Estos problemas han sido abordados en el marco de nuestra transformación digital, y la implantación de un software moderno como Dynamics –unido a plataformas de comercio electrónico y contenido que formarán parte de nuestra nueva presencia digital, tal como se relata pormenorizadamente más adelante– garantizará que nuestros sistemas se integren plenamente y ofrezcan una fuente de información única y unificada.

La mayor parte de estos cambios han dado respuesta a problemas subyacentes cruciales y han sentado las bases para la siguiente etapa de la transformación. Sin embargo, todavía no han brindado ventajas tangibles a los miembros ni a otros usuarios.

Sin embargo, ya hemos avanzado bastante en la siguiente etapa del programa, centrada en el cambio de nuestra presencia digital, es decir, en la experiencia de la que disfrutaban los miembros y otros usuarios cuando interactúan con RICS por todo los canales. Esta es la fase más notoria de nuestra transformación digital y las ventajas se materializarán cuando se alcancen los resultados principales a lo largo de 2021 y en 2022.

En los últimos seis meses, RICS ha organizado una serie de talleres de detección, en los que han participado empleados, miembros y otras partes interesadas principales, destinados a identificar los componentes esenciales de la experiencia futura impulsada por medios digitales. En el marco de dicha labor, hemos examinado pormenorizadamente los elementos principales de las interacciones que mantienen los miembros con RICS durante las actividades tales como la inscripción, la renovación de su afiliación y el registro de CPD, así como cuando acceden a normas y directrices, compran productos y usan plantillas y formularios de solicitud. También hemos analizado ámbitos nuevos y más amplios como las contribuciones a estudios de investigación, comunidades interactivas, interacciones entre miembros, gestión de la carrera profesional y apoyo al bienestar.

Además del programa de transformación digital, recientemente hemos formado por primera vez un único equipo dedicado encargado de la participación de los miembros a nivel internacional, que se está centrando en gestionar todas las llamadas y los correos electrónicos que RICS recibe de cualquier parte del mundo. Para que quede claro, no se trata de un equipo central en Reino Unido sino de un único equipo virtual cuyos integrantes están en diferentes partes del mundo y abarcan todos los husos horarios. Independientemente del lugar en el que se encuentren, todos trabajan del mismo modo, usando los mismos sistemas y operando de acuerdo a la misma estructura de equipo.

Además de gestionar todas las comunicaciones recibidas, este equipo se encarga de la comunicación activa, por ejemplo de la renovación de las afiliaciones y de las campañas de recordatorio a los miembros cuando no se han cumplido los plazos, además presta una ayuda exclusiva a grupos como los candidatos de la *Assessment of Professional Competence* (APC) y los evaluadores.

Lo que podríamos hacer

Como parte de esta próxima etapa de mejora de la experiencia digital, actualmente estamos poniendo a prueba varias hipótesis y supuestos sobre las necesidades de los miembros y otros usuarios. Abarcan todos los aspectos, desde el deseo de los miembros de participar en interacciones bidireccionales, al análisis de las preferencias respecto a distintas formas de recibir notificaciones de RICS, pasando por la determinación del modo de mantener contactos y comunicarse con otros miembros. Estas pruebas se realizan por medio de talleres virtuales con una muestra de profesionales cualificados, candidatos y miembros potenciales en todas las etapas de su carrera profesional y de todas disciplinas en una serie de mercados principales.

Un componente esencial de nuestra visión de futuro que se está probando actualmente es myRICS: un portal unificado que ofrece una experiencia personalizada, integrada y fluida a los miembros y otros usuarios cuando interactúen con RICS por medios digitales. Se trata de una experiencia individual por medio de un inicio de sesión, en la que se adquieren conocimientos sobre las preferencias y los intereses de los usuarios y, por lo tanto, se hace uso de myRICS de forma pertinente y oportuna. Habrá procesos intuitivos para realizar las tareas cotidianas y se ofrecerá acceso a todo lo que un miembro y otros usuarios puedan necesitar en un único lugar.

Es un hecho reconocido que RICS ha asumido anteriormente compromisos respecto a las ventajas de un nuevo sitio web, pero que no han satisfecho las expectativas de los miembros ni mejorado de manera fundamental su experiencia. Nuestro enfoque del programa de transformación digital actual ha sido diferente, recurriendo a socios externos especializados con gran experiencia y amplia trayectoria profesional, y con la participación plena de los miembros en nuestro análisis y planificación.

Mejorar y facilitar la experiencia digital para los miembros como se señala anteriormente y posibilitar un autoservicio sencillo para las tareas básicas también permitiría al equipo de participación de los miembros gestionar consultas de manera mucho más eficiente y dedicar más tiempo a actividades de valor añadido, como animar a profesionales potenciales a asumir el compromiso de convertirse en empleados en prácticas o apoyar a candidatos de la APC y a los evaluadores. Hemos identificado algunas oportunidades para que la tecnología ayude a mejorar sustancialmente el desempeño de este equipo, y actualmente se está realizando un trabajo de análisis pormenorizado.

Preguntas

1. ¿De cuál de las siguientes formas ha interactuado con RICS en los últimos 12 meses? Seleccione todas las respuestas pertinentes.

- He visitado el sitio web de RICS para leer contenido
- He visitado el sitio web de RICS para realizar una tarea concreta
- He leído un correo electrónico de RICS
- He actuado en respuesta a un correo electrónico de RICS
- He accedido a un producto de RICS
- He llamado al centro de contacto de RICS
- He enviado un correo electrónico al centro de contacto de RICS
- He dejado un comentario para RICS en las redes sociales

2. ¿Cuál es su nivel de satisfacción con su experiencia al interactuar con RICS o acceder a sus productos y servicios? Responda respecto a cada una de las formas de interacción especificadas anteriormente, si es posible. Si no es posible, indique su nivel de satisfacción general en respuesta al siguiente punto (i).
- a) He visitado el sitio web de RICS para leer contenido
 - b) He visitado el sitio web de RICS para realizar una tarea concreta
 - c) He leído un correo electrónico de RICS
 - d) He actuado en respuesta a un correo electrónico de RICS
 - e) He accedido a un producto de RICS
 - f) He llamado al centro de contacto de RICS
 - g) He enviado un correo electrónico al centro de contacto de RICS
 - h) He dejado un comentario para RICS en las redes sociales
 - i) Satisfacción general
3. ¿Qué aspecto de esa experiencia de interacción le ha llevado a responder a la pregunta 2 del modo en que lo ha hecho?
4. Si ha enviado un correo electrónico o ha llamado a RICS en los últimos 12 meses, ¿por qué motivo lo hizo?
5. ¿Qué porcentaje de sus interacciones digitales con RICS se realizan a través de un dispositivo móvil y no a través de un ordenador portátil o de un PC de escritorio?
- 0-25%
 - 25-50%
 - 50-75%
 - 75-100%



6. ¿Sería más probable que interactuase con RICS si estuviese disponible toda la información pertinente en un solo portal de RICS personalizado que ofreciese formas intuitivas de realizar tareas cotidianas?

7. ¿Tiene algún otro comentario que quiera hacer para ayudarnos en la revisión de la experiencia de los miembros?

8. ¿Da permiso a RICS para que publique sus respuestas?

Si es posible, responda en inglés a través de nuestra **plataforma iconconsult**. Si prefiere responder en otro idioma, envíe por correo electrónico los formularios cumplimentados a review2021@rics.org