



Universidad
Tecmilenio®





Servicio al cliente

Herramientas para medir
al cliente externo.

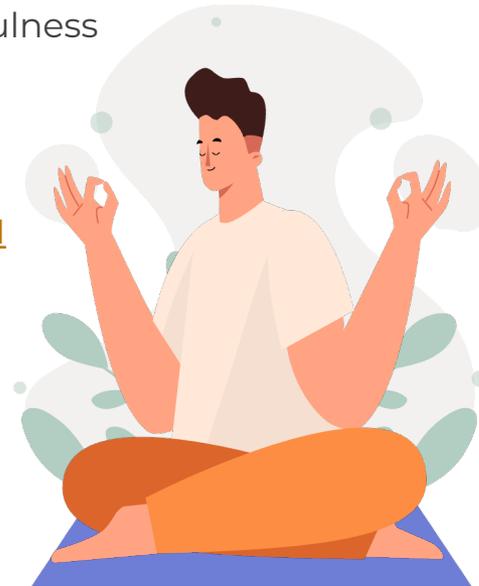


Semana 7

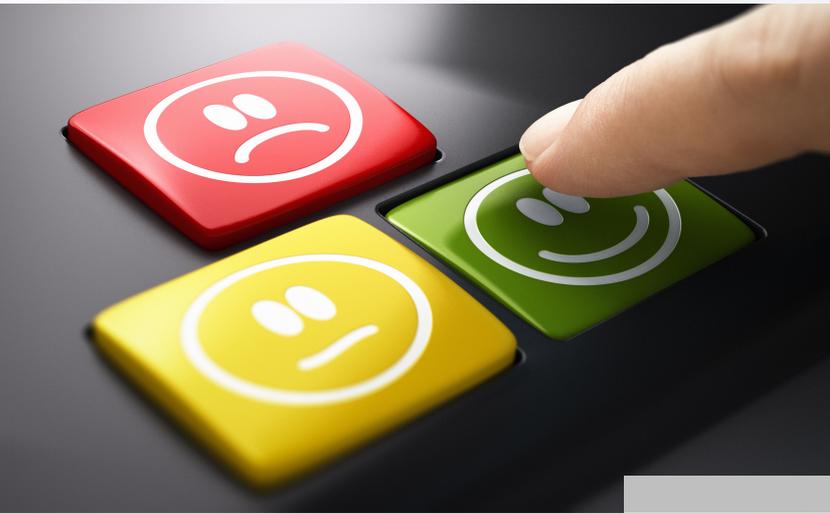


Te invito a realizar la siguiente actividad de bienestar-mindfulness antes de comenzar a revisar el tema:

<https://youtu.be/PALuphA1XqI>



El NPS, CSAT y otras herramientas de medición de satisfacción del cliente son comúnmente utilizadas por las empresas para identificar las áreas de mejora.



Unas nos permiten saber qué tan promotor o detractor es el cliente. Otras qué tan satisfecho se encuentra y si nos recomendaría o al menos volvería a probar nuestra empresa.

Estas herramientas te ayudarán a identificar áreas de mejora, para aplicar mejores estrategias que te llevará a ofrecer un servicio o producto aún mejor.



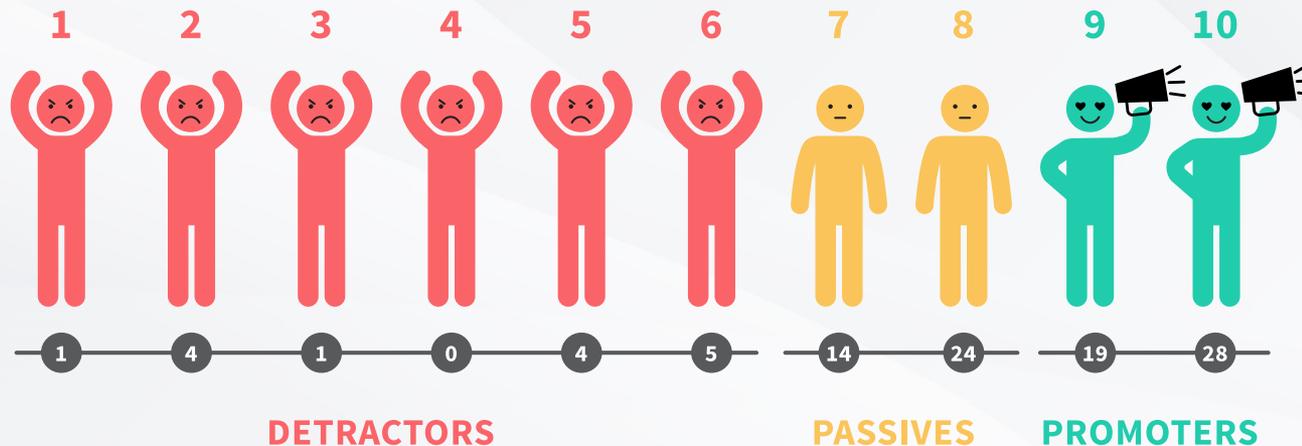
Durante muchos años hemos intentado conocer qué piensa el cliente de nuestros servicios o de nuestra empresa. Al principio lo más sencillo era preguntar uno a uno lo anterior, de esta manera podríamos obtener una idea de lo que el cliente opinaba. Sin embargo, en medida de que el número de clientes se incrementó esto se volvió complicado.

Es por esto que se desarrollaron diferentes herramientas y técnicas para lograr mayores alcances en la evaluación de los clientes. El CSAT, NPS, MTR, entre otros, son herramientas manuales o tecnológicas que permiten conocer de manera casi inmediata la opinión del cliente y permitirte actuar acorde a los resultados.



NPS

Las siglas NPS vienen del inglés y significa **Net Promoter Score**, o en español Índice Neto de Recomendación. Sirve para conocer el sentir de los clientes con respecto a nuestros servicios en cuanto a ser promotores o detractores de nuestra marca, además que permite conocer el porcentaje de clientes que recomendarán tu empresa o negocio a su familia, amigos o compañeros de trabajo.



NET PROMOTER SCORE

$$\text{NPS} = \% \text{PROMOTERS} - \% \text{DETRACTORS}$$



CSAT

Otro indicador de que el cliente está satisfecho o no con nosotros es el CSAT o en inglés **Customer Satisfaction**, lo que en español significa literal “Satisfacción del cliente”.

Este indicador es muy popular ya que es muy fácil de utilizar y permite la interacción directa entre los usuarios y la organización, a través de preguntas que califican si las personas tuvieron una experiencia positiva con algún producto o servicio.

Customer Satisfaction Score (CSAT)



Very unsatisfied



Unsatisfied



Neutral



Satisfied



Very satisfied



Con base en la información vista en el tema, responde lo siguiente:

1. Obtuviste los siguientes resultados en la encuesta NPS: Encuestados 113.

- 35 evaluaron entre 1 y 6
- 23 evaluaron con 7.
- 14 evaluaron con 8.
- 23 evaluaron con 9.
- 18 evaluaron con 10.

Responde lo siguiente:

- ¿Cuántos son promotores?
- ¿Cuántos son neutros?
- ¿Cuáles son los datos para la fórmula del NPS?
- ¿Cuál es el NPS obtenido?

2. Esos mismos clientes te dan los siguientes comentarios en un CSAT.

- 10 respuestas de 1 punto
- 23 respuestas de 2 puntos.
- 25 respuestas de 3 puntos.
- 48 respuestas de 4 puntos.
- 7 respuestas de 5 puntos.

Obtén el CSAT Promedio y el CSAT %

3. ¿Qué estrategia de acercamiento harías para esos clientes en particular que calificaron con 3 o menos?

Seguramente has sido ya parte de una evaluación de satisfacción de alguna empresa.

Ahora aprendiste que el CSAT y el NPS son algunas de las herramientas para medir que tan satisfecho está un cliente y que tanto promovería tu empresa o servicio.

¿Qué otras herramientas consideras que pueden servir para conocer qué tan contento está tu cliente con tus servicios?

