

Calidad en el servicio

Tema 9. Medición de la satisfacción del cliente externo



Tema 9. Medición de la satisfacción del cliente externo



Tema 9. Medición de la satisfacción del cliente externo

Subtemas

1. La rentabilidad y satisfacción del cliente externo
2. La evaluación de la orientación al cliente externo
3. Desarrollo y aplicación de tests de diagnóstico



Tema 9. Medición de la satisfacción del cliente externo

- Hay una alta relación entre la rentabilidad del cliente externo con la satisfacción del cliente externo.
- Para potencializar la satisfacción del cliente es importante medir el grado de ésta usando instrumentos de medición.
- Conocer qué tan satisfecho está nuestro cliente nos resulta una medida complementaria que nos permite corregir el rumbo mediante cierta información.

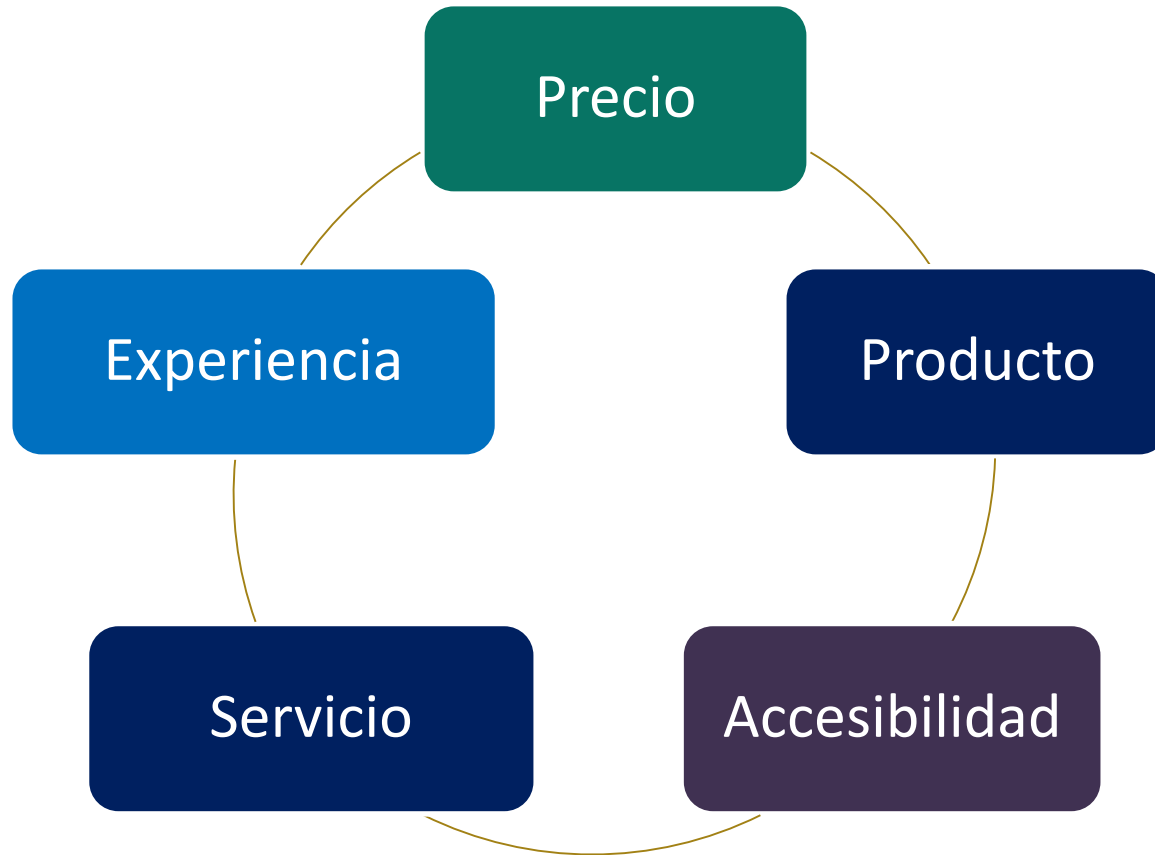
La rentabilidad y la satisfacción del cliente externo

Medir la satisfacción del cliente será una decisión rentable siempre que se acompañe de estrategias que induzcan a la mejora y sobre todo a la innovación.



La rentabilidad y la satisfacción del cliente externo

5 dimensiones en las que las empresas compiten entre sí que son:



(Crawford y Mathews, 2002).

La rentabilidad y la satisfacción del cliente externo

Compras repetitivas

- El cliente vuelve a comprar el mismo producto.

Cross Buying

- El cliente compra otro producto que ofrece la empresa.

Publicidad boca a boca

- La publicidad es sin costo para la empresa.

Reducción de costos

- El cliente satisfecho cuesta cinco veces menos que conseguir uno nuevo.

Insensibilidad a subidas de precio

- El cliente prefiere pagar un poco más antes de arriesgarse a cambiar de proveedor.

Aspectos relacionados con aumentar la rentabilidad de la empresa



¿Qué cosas busca el cliente?



¿Cuáles son los esfuerzos que no se perciben?



¿Qué atributos se han convertido en obligaciones bajo el criterio del cliente?



¿Cuál es la estrategia que al mínimo costo y tiempo impacta con mayor fuerza al cliente?

La evaluación de la orientación al cliente externo



La satisfacción del cliente se ha convertido en un objetivo para muchas empresas, se ha invertido mucho en las áreas que contribuyen directamente a la consecución de su satisfacción como la calidad y la atención al usuario externo.

La evaluación de la orientación al cliente externo

El departamento de mercadotecnia es el área que se encarga de medir la orientación que la empresa le da al cliente externo tanto antes, durante y después de la venta.



Fases de la medición de la satisfacción del cliente externo

Análisis

- Identificación de aspectos en los que el negocio puede mejorar su producto y/o servicio así como la relación con sus usuarios.

Planificación

- Elaboración de un plan en el que se defina la estrategia a seguir en el proceso de evaluación.

Implementación

- Aplicación de encuestas, entrevistas y otros instrumentos que se hayan planeado utilizar.

Control y monitoreo

- Darle seguimiento a los resultados obtenidos en la medición para mejorar y ajustar las condiciones de la evaluación realizada.

Área encargada de aplicar la evaluación

El departamento de mercadotecnia de la empresa se debe encargar del diseño, aplicación, obtención de resultados y dar seguimiento a esos resultados.



Desarrollo y aplicación de tests de diagnóstico



La evaluación y medición de la satisfacción del cliente debe hacerse a través de ciertas medidas o indicadores, pero obviamente que se necesitan modelos que expliquen qué se tiene que medir y qué sentido se le debe dar a estas medidas.

Desarrollo y aplicación de tests de diagnóstico

La manera más usual de medir lo anterior es por medio de la aplicación de encuestas porque pueden ser diseñadas de acuerdo con las necesidades de la empresa. Pueden ser confidenciales así el usuario se siente en confianza y protegido y la información obtenida se puede analizar de una manera práctica y objetiva.



Créditos

- Experto de contenido: Berenice Aguilar Ibarra
- Diseñadora instruccional: Alejandra Laura Govea Garza
- Diseñadora gráfica: María Enriqueta López Galván
- Programador: Hugo Arnulfo Aguilar Bugarin
- Administradora del proyecto: Enna A. Espinosa Sastré
- Coordinadora: Adriana M. González González
- Dirección del proyecto: Laura A. Serrano Corral

**Dirección de Innovación
Vicerrectoría de Formación Ejecutiva y Adultos
Tecnología Online
Universidad Tecmilenio**

La obra presentada es propiedad de ENSEÑANZA E INVESTIGACION SUPERIOR A.C. (UNIVERSIDAD TECMILENIO), protegida por la Ley Federal de Derecho de Autor; la alteración o deformación de una obra, así como su reproducción, exhibición o ejecución pública sin el consentimiento de su autor y titular de los derechos correspondientes es constitutivo de un delito tipificado en la Ley Federal de Derechos de Autor, así como en las Leyes Internacionales de Derecho de Autor.

El uso de imágenes, fragmentos de videos, fragmentos de eventos culturales, programas y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, es exclusivamente para fines educativos e informativos, y cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por UNIVERSIDAD TECMILENIO.

Queda prohibido copiar, reproducir, distribuir, publicar, transmitir, difundir, o en cualquier modo explotar cualquier parte de esta obra sin la autorización previa por escrito de UNIVERSIDAD TECMILENIO. Sin embargo, usted podrá bajar material a su computadora personal para uso exclusivamente personal o educacional y no comercial limitado a una copia por página. No se podrá remover o alterar de la copia ninguna leyenda de Derechos de Autor o la que manifieste la autoría del material.