

GUIAS DE PROCEDIMIENTO

Medición de la satisfacción del cliente

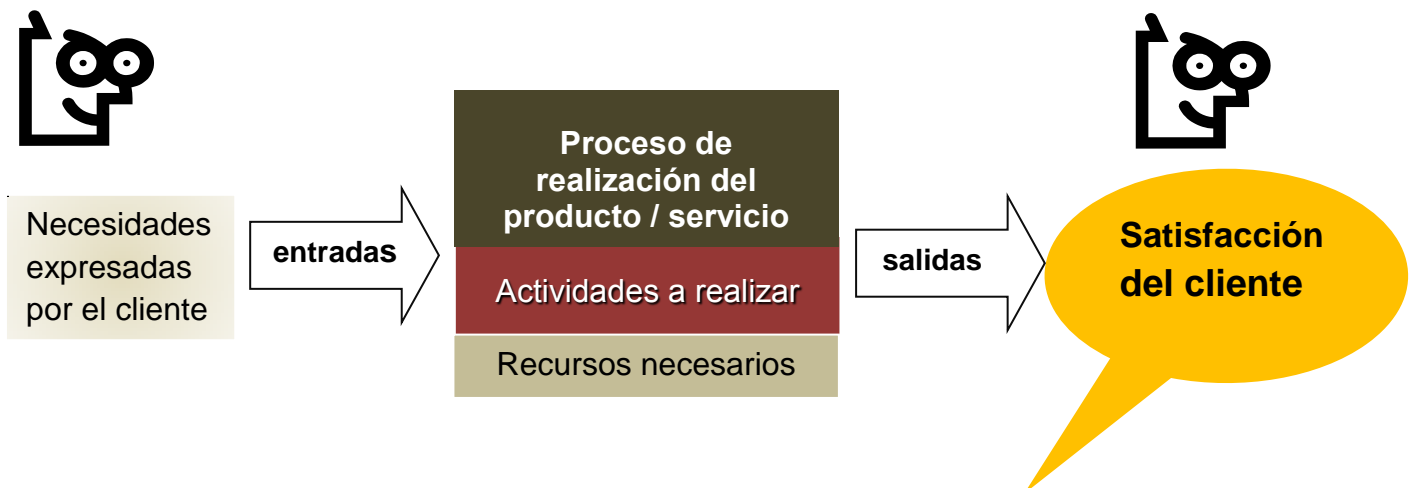
El **objetivo** de esta guía es dar a los emprendedores una herramienta de gestión que les oriente en los inicios de su actividad a través de diferentes procedimientos de trabajo que les sirvan de ayuda para aplicarlo y/o adaptarlo a su actividad concreta. Son procesos de trabajo de determinadas áreas de la empresa, imprescindibles para la mejora en el funcionamiento y la optimización de recursos.

Qué es un proceso

Un proceso es el conjunto de actividades interrelacionadas que reciben entradas (materias primas, componentes o información) transformándolas en salidas (materiales intermedios, productos acabados u otra forma de información), aportando un cierto valor añadido (VA).

Dicho de otra manera, cualquier actividad que utiliza recursos, y que gestiona los elementos de entrada transformándolos en resultados, se puede considerar un proceso

Los **Procedimientos** son procesos documentados que se utilizan cuando el trabajo afecta a más de una función/personas o departamento de una organización y describen, de manera gráfica, las diferentes actividades a llevar a cabo para ejecutar el proceso.



Por qué medir la satisfacción del cliente?

Debemos integrar la satisfacción de los clientes dentro de la estrategia de nuestra empresa y para ello debemos aprender a gestionar y medir esta satisfacción.

El cliente es una pieza clave de la estrategia de empresarial. Una gestión adecuada aporta:

- Fidelización del cliente Compras repetitivas
- Cross Buying. El cliente compra otros productos de la marca
- Reducción de costes. Es más barato mantener un cliente que conseguir uno nuevo.
- Información acerca de lo que perciben de mi producto/servicio.
- La información permite mejorar el producto
- Establecer procesos de mejora continua
- Analizar las tendencias del mercado, etc.

A- OBJETO

Establecer las responsabilidades y actividades para la elección y aplicación de la sistemática para la evaluación de la satisfacción de los clientes y el análisis de la información derivada.

B- ALCANCE

Toda la información relativa a la percepción del cliente respecto al cumplimiento de requisitos por parte de EMPRESA

C- RESPONSABILIDADES

Descritas en el gráfico

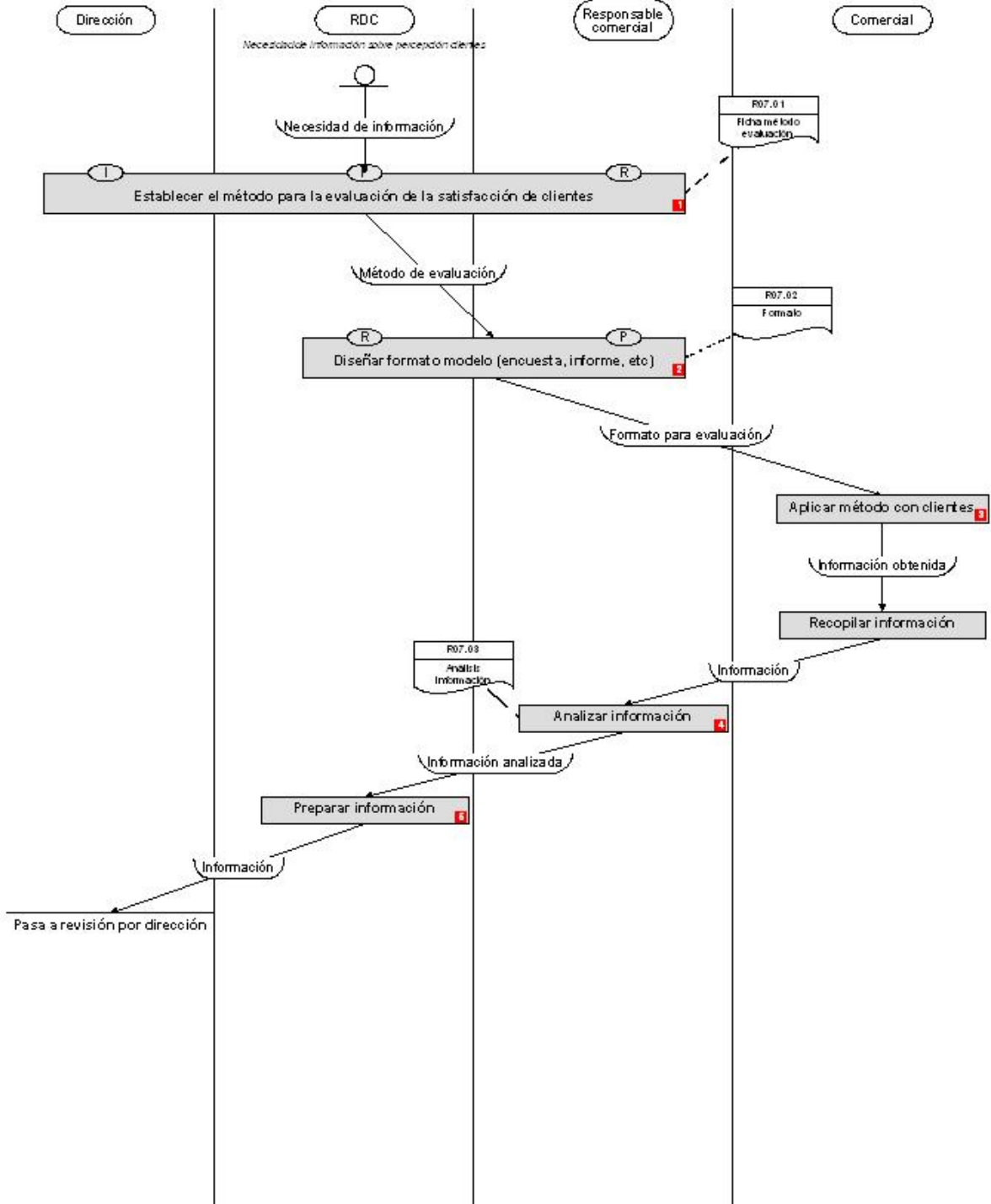
D- DEFINICIONES Y ABREVIATURAS

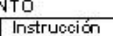
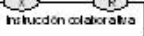






E- METODOLOGÍA

Descrita en el gráfico

F- DOCUMENTACION

EMPRESA	Nivel 2	Ref. PG.07	Versión U1
	Autor : Responsable comercial		
PROCEDIMIENTO GENERAL	PG07-GESTIÓN DE LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE		



Leyenda PROCEDIMIENTO (Niv.2P)	 Instrucción	 Instrucción colaborativa	 MACRO-INSTRUCCIÓN	 Rol / Entidad / Rol ext.	 Documento	 Información / Herramienta	 Anterior	 Posterior
--	---	--	---	--	--	---	--	---

Comentarios del gráfico

1. Establecer el método para la evaluación de la satisfacción de clientes

El responsable comercial, con la colaboración del Responsable de Calidad, establecerá el método, para la evaluación de satisfacción de clientes, más apropiado en función de la tipología de clientes, de productos y de circunstancias particulares del mercado que se consideren importantes.

En este proceso, se informará a la dirección.

El método se podrá variar siempre que se precise, en función de las necesidades de la dirección y/o del área comercial.

2. Diseñar formato modelo (encuesta, informe, etc)

Una vez establecido el método de evaluación, se diseñará el formato de apoyo (encuesta, informe, guión, etc.), más apropiado para poner en práctica con los clientes.

3. Aplicar método con clientes

Los comerciales pondrán en práctica el método establecido en el periodo que se haya decidido.

4. Analizar información

Una vez obtenida y recopilada la información por los comerciales, ésta será analizada por el responsable comercial.

5. Preparar información

El responsable de calidad preparará toda la información derivada para utilizarla como elemento de entrada a la revisión por dirección, con el objeto de establecer las decisiones y acciones de mejora sobre el sistema y/o el producto que se consideren más apropiadas.