

CFGM ACTIVIDADES COMERCIALES · 1.º · SAC · UNIDAD 8

Medir, mejorar y fidelizar

Indicadores y métodos, seguimiento de quejas, plan de mejora, satisfacción y NPS, informe de calidad y fidelización

PARA EMPEZAR

En esta unidad aprenderás a…

- Elegir qué se mide en un servicio de atención y con qué método.
- Seguir las quejas y reclamaciones: plazo medio, porcentaje en plazo, causas y retrasos.
- Convertir una anomalía en una medida de mejora con responsable, fecha e indicador.
- Medir la satisfacción: media, NPS y resolución en el primer contacto.
- Redactar un informe de calidad y preparar una acción de fidelización con los datos del CRM.

SITUACIÓN DE PARTIDA · CASO FICTICIO

Una situación de partida



Jueves 20/05/2027. El expediente de Aquilino Pardillo (caso ficticio) se cerró el viernes 14/05 y Olegaria pide a Eustasio y a Gaudencia, la persona en prácticas, un balance del primer trimestre: 3.730 contactos, 78 quejas (las que entraron de enero a marzo, contadas por fecha de entrada), ocho respuestas fuera del plazo interno (la de Aquilino, entre ellas: entró el 30/03 y se contestó el 12/04) y un NPS de 34. Hay que decidir qué indicadores se vigilan, qué tres medidas de mejora se aplican (incluida la que evita otro caso como el de la lavadora) y qué acción de fidelización se lanza en primavera.

Casa Amperio no está obligada por la ley a evaluar su servicio, pero Olegaria quiere hacerlo como lo haría una empresa grande. Tu tarea es ayudar a preparar el informe y el plan.

❓ **De las 78 quejas, 70 se contestaron en el plazo interno de 10 días. ¿Qué porcentaje es? ¿Cumple el objetivo del 95 %?**

❓ **¿Qué indicador te diría si los clientes recomendarían la tienda a un amigo?**

❓ **Si Casa Amperio quiere escribir a sus clientes para ofrecerles un bono de recompra, ¿a quiénes puede escribir y a quiénes no?**

MAPA DE LA UNIDAD

Lo que vamos a ver

8.1 ¿Funciona el servicio? Métodos de evaluación y control

8.2 Seguimiento de las quejas y reclamaciones

8.3 Medidas de mejora y plan de calidad

8.4 Medir la satisfacción del cliente

8.5 Informe de calidad y plan de fidelización

Tres familias de indicadores

FAMILIA	QUÉ RESPONDE	EN CASA AMPERIO
Cantidad	¿Cuánto trabajo hay?	3.730 contactos y 78 quejas
Plazo	¿Cuánto tardamos?	Plazo medio de 6,87 días
Calidad	¿Lo hacemos bien?	71,93 % a la primera; satisfacción 4,15

CLAVE

Un indicador solo sirve si se compara con un objetivo.

Los cinco indicadores frente a su objetivo

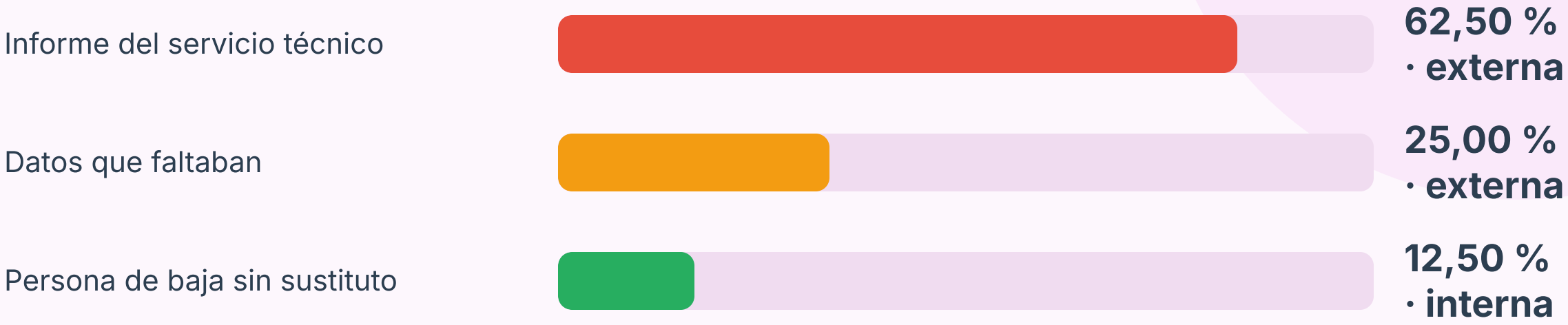
INDICADOR	RESULTADO	OBJETIVO	DIFERENCIA
Primer contacto	71,93 %	75 %	−3,07 puntos
Quejas en 10 días	89,74 %	95 %	−5,26 puntos
Primera respuesta del correo	5,09 h	4,0 h	+1,09 h
Satisfacción	4,15	4,30	−0,15
NPS	34	45	−11

CLAVE

Ninguno alcanza el objetivo.

Causas de las ocho quejas tardías

Se ordenan de mayor a menor frecuencia.



Revisión de expedientes (caso ficticio).

CLAVE

Lo interno se corrige con procedimientos; lo externo, con acuerdos y avisos.

Tres medidas con responsable, fecha e indicador

ANOMALÍA	ACCIÓN	RESPONSABLE	DESDE
Visitas sin aviso	Avisar el día antes	Eustasio	24/05/2027
Segunda avería sin revisión	Revisión de Olegaria	Olegaria	31/05/2027
Respuestas tardías	Contestar en 7 días	Eustasio	01/06/2027

CLAVE

Una medida sin responsable, fecha e indicador es un deseo.

El NPS paso a paso

1

Preguntar

«¿Recomendarías Casa Amperio?» de 0 a 10.

→

2

Clasificar

9 o 10: promotor · 7 u 8: pasivo · 0 a 6: detractor.

→

3

Calcular

110 ÷ 212 = 51,89 % y 38 ÷ 212 = 17,92 %.

→

4

Restar

51,89 − 17,92 = 34.

CLAVE

Los pasivos no suman ni restan.

CASO RESUELTO · PASO A PASO

Caso · La campaña de primavera



Eustasio

Prepara la campaña para clientes con permiso.

1. **Segmento** 1.040 de 1.860 clientes activos con permiso (55,91 %).
2. **Pedidos** 6 % de 1.040 = 62 pedidos.
3. **Ventas** 62 × 142,00 € = 8.804,00 €.
4. **Bonos** 62 × 10,00 € = 620,00 €.

✔️ **Las ventas previstas cubren 14,2 veces el coste de los bonos; no se envía a quien no dio permiso.**

🙋 PREGUNTA PARA LA CLASE

¿Cómo se calcula la resolución en el primer contacto?

A Resueltos a la primera ÷ quejas cerradas

B Resueltos a la primera ÷ todos los contactos

C Resueltos a la primera ÷ clientes con permiso

✔️ Se divide entre todos los contactos: 2.683 ÷ 3.730 = 71,93 %.

REPASO

Ideas clave

- **¿Funciona el servicio? Métodos de evaluación y control.** Tres familias de indicadores. Un indicador es un dato que se calcula siempre igual para saber cómo va algo.
- **Seguimiento de las quejas y reclamaciones.** Separar las causas internas de las externas. Lo interno se puede corregir con un cambio de procedimiento; lo externo se gestiona con acuerdos y avisos, vigilando el plazo. Si se mezclan, la empresa culpa a los demás de lo que podía arreglar ella.
- **Medidas de mejora y plan de calidad.** De la anomalía a la medida. Para cada problema detectado se responden cinco preguntas: qué falla (anomalía), por qué (causa), qué se hace (acción), quién lo hace (responsable) y cómo se sabrá que ha funcionado (indicador).
- **Medir la satisfacción del cliente.** La encuesta de Casa Amperio. Tiene cinco preguntas: trato, rapidez, solución, claridad de la información y recomendación de 0 a 10.
- **Informe de calidad y plan de fidelización.** El informe de una página. Un informe de calidad responde a cuatro preguntas: qué periodo y qué fuentes (portada), qué resultados (tabla), qué se concluye (tres o cuatro frases) y qué se propone (medidas con responsable y fecha).

PARA TERMINAR

Para pensar

1. ¿Qué indicador te diría más de cómo te atienden en una tienda?
2. ¿Qué causa de retraso puede corregir la tienda y cuál no?
3. ¿Cuándo es una buena idea preguntar a un cliente si está satisfecho?



¡Ahora te toca a ti!

Repasa, practica y comprueba lo que has aprendido.

📝 **Resumen**

✅ **Test**

👆 **Interactivos**

Libro, presentaciones, resúmenes y tests gratis en **josesande.com**