



HERRAMIENTA PARA ESCUCHAR "SMARTER FEEDBACK"

Cuando no se cubren las necesidades concretas de clientes, empleados, accionistas... o éstos no están satisfechos con los productos o servicios ofrecidos tienen **dos opciones: decir algo o desaparecer**. Si no dicen nada y desaparecen se pierde la información de esa insatisfacción. **Si nos lo comunican, nos muestran su lealtad** y nos dan la **oportunidad de rectificar y volver a conquistarlos** para que sigan con nosotros.

Tras estudiar el **contenido y objeto de las comunicaciones entre una persona** (cliente, empleado, accionista...) **y una empresa** o institución se han identificado **cinco posibilidades: Queja, Alabanza, Pregunta, Sugerencia**, o la Realización de un **Pedido**. Las 4 primeras posibilidades son las que pretende dar cabida las herramientas de Feedback Networks; la realización de un pedido sería gestionada por un ERP o un CRM de la empresa.

Actualmente la práctica habitual para el tratamiento de esta comunicación es la de limitarse a recoger los **datos del remitente y del suceso** que le ha ocurrido (sin contar las comunicaciones verbales que se pierden). Veamos algunos ejemplos para distintos soportes:

Cuestionario en papel	Llamada telefónica	Correo electrónico	Web de la empresa
Un cuestionario donde la empresa solicita los datos de identificación y un campo, generalmente denominado "observaciones", donde el remitente indica el motivo del mensaje.	La empresa dispone de un cuestionario bien en papel o en su sistema informático con las mismas características que el cuestionario en papel ya comentado.	Cuando se selecciona el correo electrónico de la web de la empresa aparece un correo electrónico sin contenido dirigido a la empresa.	Si la empresa, en lugar de tener un enlace al correo electrónico, ha diseñado un pequeño formulario de contacto generalmente proporciona un cuadro de texto donde aclarar el motivo del mensaje.

El valor de las Herramientas para Escuchar "**Smarter Feedback**" (por Papel, Teléfono, Correo Electrónico y/o Web de la empresa) se centra en:

1. Aprovechar esta comunicación libre y espontánea para realizar al remitente del mensaje una serie de **preguntas que faciliten y guíen su comunicación. Esta comunicación subjetiva se convierte en objetiva**, obteniendo una completísima herramienta de investigación comercial y gestión del conocimiento en tiempo real (On time).

"Smarter Feedback" le permite **aprovechar esa comunicación libre y espontánea** para realizar una serie de preguntas en los distintos canales de recepción de quejas, alabanzas, preguntas y sugerencias que utilice la empresa proporcionando, además de los datos generales del remitente, **información como ésta:**

- ✓ **Parametrización del motivo** de esa comunicación de **queja, alabanza, pregunta o sugerencia**.
- ✓ Nivel de **satisfacción** actual e histórica con sus productos y servicios.
- ✓ **Motivos por los que le compran**.
- ✓ **Intención de recompra** (tasa de fidelización).
- ✓ **Frecuencia de uso**.
- ✓ **Cuál es el boca-oreja** que se está haciendo de su empresa entre sus grupos de influencia. Es decir, la recomendación de sus productos y/o servicios a potenciales clientes...

2. Fomentar la comunicación de sus grupos de interés o "stakeholders" (clientes, empleados, accionistas...) saltando los intermediarios entre el cliente final y la dirección de la empresa:

- ✓ Se facilitan **canales de acceso rápido y directo** evitando que esta información se pierda y genere insatisfacción.
- ✓ **El interés mostrado por la empresa anima a los stakeholders a decir lo que piensan**. Este interés lo detectan en el esfuerzo por mejorar el sistema de escucha y en su imagen profesional e innovadora. Además se ven alentados por el hecho de que el mensaje pueda llegar a niveles jerárquicos superiores de la empresa.
- ✓ Al ser un sistema muy sencillo de cumplimentar, que requiere poco tiempo y ofrece un aspecto de carta profesional, el **emisor del mensaje no lo deja a medias**.



Ej. Smarter Feedback por INTERNET

Sustituyendo el correo electrónico y/o insertando un enlace o embebiéndolo en la web de la empresa

RODE S.A.

Redacte su: **QUEJA** **ALABANZA** **PREGUNTA** **SUGERENCIA**

Dirigido a: **Dpto. Atención al Cliente**

RODE S.A.

Redacte su: **QUEJA** **ALABANZA** **PREGUNTA** **SUGERENCIA**

Remitente:

Código de usuario (no obligatorio):

Señ./Sra. * Nombre * Primer Apellido Segundo Apellido

Domicilio Línea 1 * Domicilio Línea 2 Código Postal *

Localidad País * Provincia *

Teléfono 1 Teléfono 2 Fax

Correo Electrónico *

A la atención de Carmen

RODE S.A.
Sucursal de Madrid
C/ Serrano, 11
28006, Madrid
España
Teléfono: 91 52325236 Fax: 91 54625254

Estimados Sres. de Rode

Recientemente he usado sus servicios y quería expresarle una queja sobre La disponibilidad de su personal

Concretamente: **Muy insatisfecho**

Como comprenderá tras este incidente me siento **insatisfecho**

Conoció su compañía a través de **Un buscador de Internet** y uso sus servicios por **La tecnología/instrumentos**

Hevo usando sus servicios **Menos de 1 año**

En general me siento **Satisfecho** con la atención que ustedes me dispensan.

En un futuro, después de lo ocurrido, **Probablemente si volveré** a utilizar sus servicios.

Como ustedes saben el boca a oreja es la mejor forma de publicidad. Yo **Probablemente si contaré** a otras personas la experiencia que he tenido con su empresa.

Considero que para resolver en la situación de manera satisfactoria deberían **Reparar y cambiar mejor a su personal**

Muchas gracias por darme la oportunidad de expresarle mi queja.

Para facilitar el adecuado tratamiento de este mensaje, todos los campos de esta sección son obligatorios.

Sí desearía recibir respuesta por Correo electrónico

No desearía recibir respuesta

CANCELAR **BREVE** **ENVIAR**

Ej. Smarter Feedback por PAPEL

En cuestionarios que posteriormente se introducen en la aplicación

RODE S.A. Atención al cliente

Indique, por favor, el tipo de mensaje que desea transmitir: Queja Alabanza Pregunta Sugerencia

Especifique, por favor, los siguientes datos:

Sr. Sra. Nombre: _____ Apellidos: _____ Código Postal: _____

Domicilio: _____

Localidad: _____ País: _____ Provincia: _____

Teléfono 1: _____ Teléfono 2: _____ Fax: _____ Fecha: ____/____/____ Hora: ____:____

Correo electrónico: _____

A la Atención del Responsable de Atención al Cliente de RODE S.A.

Estimados Sres. de RODE S.A.

He utilizado los servicios de su compañía. Concretamente su línea _____ a las: _____

El motivo de esta comunicación es expresarle lo siguiente:

Como comprenderán tras este hecho me siento **insatisfecho** **insatisfecho**

Acudí a su compañía principalmente **insatisfecho**

Uso sus servicios **insatisfecho**

En general me siento **insatisfecho** con la atención que ustedes me dispensan.

En el futuro, **insatisfecho**

a utilizar sus servicios. Como ustedes saben el boca a oreja es la mejor publicidad. Yo **insatisfecho**

a otras personas la experiencia que he tenido con su empresa. Considero que para resolver esta situación o para seguir mejorando deberían **insatisfecho**

¿Desea que contactemos con usted para darle una respuesta?: Sí No

En caso afirmativo indique el medio:

Correo electrónico Correo postal Teléfono Fax En persona Cualquier medio



Ej. Smarter Feedback por TELÉFONO

(o verbal en persona)

En el transcurso de la conversación (o recogiendo la información primero sobre papel) se rellenan los campos del formulario de escucha directamente en la herramienta

RODE S.A.

Estimados Sres. de Rode

Recientemente he usado sus servicios y quería expresarle una queja sobre La disponibilidad de su personal

Concretamente: **Muy insatisfecho**

Como comprenderá tras este incidente me siento **insatisfecho**

Conoció su compañía a través de **Un buscador de Internet** y uso sus servicios por **La tecnología/instrumentos**

Hevo usando sus servicios **Menos de 1 año**

En general me siento **Satisfecho** con la atención que ustedes me dispensan.

En un futuro, después de lo ocurrido, **Probablemente si volveré** a utilizar sus servicios.

Como ustedes saben el boca a oreja es la mejor forma de publicidad. Yo **Probablemente si contaré** a otras personas la experiencia que he tenido con su empresa.

Considero que para resolver en la situación de manera satisfactoria deberían **Reparar y cambiar mejor a su personal**

Muchas gracias por darme la oportunidad de expresarle mi queja.

Para facilitar el adecuado tratamiento de este mensaje, todos los campos de esta sección son obligatorios.

Sí desearía recibir respuesta por Correo electrónico

No desearía recibir respuesta

CANCELAR **BREVE** **ENVIAR**

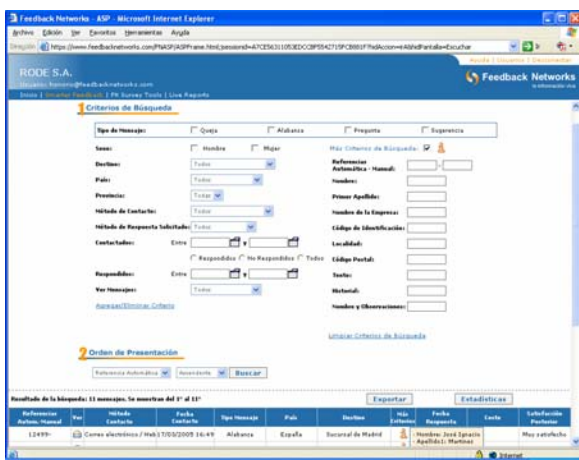


3. Gestionar las quejas, alabanzas, preguntas y sugerencias que reciba por múltiples canales: Papel, Teléfono, Correo electrónico y/o la Web de su empresa.

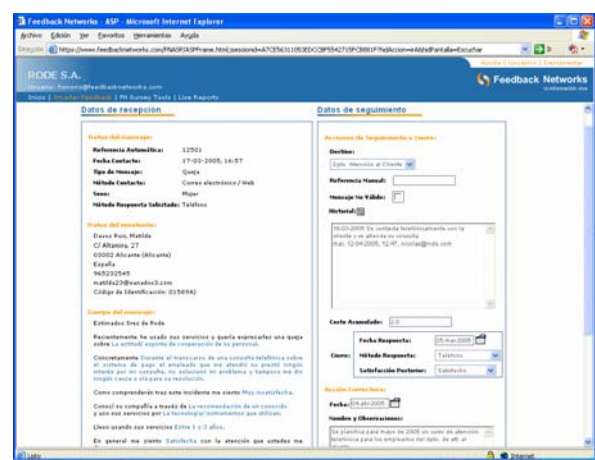
- ✓ Independientemente del canal el mensaje se incorpora a una única base de datos.
- ✓ Se determinan **destinos** (sucursales, departamentos, filiales,...) dentro de la empresa de modo que el mensaje llegue **directamente a quien queremos que lo responda**. Si es una **red de franquicias**, cada franquiciado podría ser un destino y el responsable de cada una de ellas accedería únicamente a sus mensajes. El director de calidad de la franquicia podría acceder a toda la información de sus distintos franquiciados y controlar la correcta resolución de las mismas.
- ✓ Se facilita la recepción, seguimiento y archivo de los mensajes que nos llegan y se **asegura que se contestan correctamente**. Se obtienen **indicadores** al respecto como tiempo medio de respuesta, coste acumulado y satisfacción posterior a la respuesta (datos globales y por destino).



Pantalla principal de gestión de mensajes



Pantalla de gestión por mensaje



“La herramienta Smarter Feedback nos ha permitido automatizar la gestión de nuestro sistema de atención a las reclamaciones de clientes desde nuestra propia página web, además de darnos un cauce centralizado para la recepción de todas las comunicaciones (preguntas, sugerencias, quejas). En este sentido, para Mutua Navarra el beneficio, tanto en la imagen de cara al cliente como de mejora de la gestión interna, ha sido claro.”

Daniel Morán - Director de Organización



“Ulzama es un club de socios, en el que el servicio ofrecido a estos, es uno de los aspectos fundamentales de la gestión. Por ello es importante contar con herramientas que generen información de primera mano, información útil, necesaria para la mejora del servicio. El socio debe ser partícipe de la marcha del club. El sistema Feedback Networks responde a estas necesidades”.

Alberto Esparza – Director General

Para **ver un ejemplo** de “Smarter Feedback” a través de correo electrónico y/o web de la empresa, entre en nuestra página (www.feedbacknetworks.com) y en “Contacto” clique el botón “Pulse aquí”. En nuestra web (Experiencia > La Experiencia de Escuchar) encontrará además algunos artículos que pueden ser de gran utilidad: “¿Por qué no obtienen respuesta a sus quejas?”, “¿Por qué no informan de sus experiencias?”, “El ciclo negativo de responder y resolver mal las quejas”, “Correcto tratamiento de las quejas”.