

Cómo medir la satisfacción del cliente y cumplir con la norma ISO 9001:2008

Personal al que se destina

Personal involucrado con calidad y servicio al cliente.

Duración

8 horas.

Objetivo

Proporcionar a los participantes una metodología base y herramientas, que les permitan además de cumplir con la Norma ISO 9001, medir efectivamente la satisfacción del cliente y utilizar la información para tomar decisiones que ayuden a incrementar la satisfacción de sus clientes externos e internos.

Temario

La norma ISO 9001 y la satisfacción del cliente

- Antecedentes, premisas y alcance.
- Clientes internos y externos.
- Qué pide la norma ISO 9001:2008 específicamente en cuanto a medición de la satisfacción del cliente.

Qué implica la medición de la satisfacción del cliente; utilidad, metodología y alcance

- Principios clave en la medición de la satisfacción del cliente.
- Lo que se mide es percepción y hechos consumados.
- Errores comunes en la medición de la satisfacción del cliente.
- Variables que definen la percepción y la satisfacción del cliente.
- Aspectos clave de la metodología de investigación de mercados sobre la cual se sustenta la obtención de información: Universo, Representatividad, Muestra y Métodos de recolección.
- Tabulación, Análisis de la Información y Emisión de Reportes.
- Tipos de encuestas y el cuestionario como herramientas de recolección.
- Técnica de salto sistemático.
- Encuesta personal, telefónica y por Internet/Intranet; ventajas y desventajas de cada método.

- Factores de sesgo.

Cómo diseñar un cuestionario

- Determinación de las variables a medir en la satisfacción de un cliente.
- Variables específicas y concretas, determinando su importancia.
- Estructura de un cuestionario.
- Qué preguntar y qué no preguntar.
- Tipos de preguntas, orden y escalas utilizadas en la medición de satisfacción de clientes; pregunta filtro, opción múltiple, escala graduada, de cierre y de validación
- ¿Cuántas preguntas?
- Validación de un cuestionario antes de aplicarlo.

Modelo para medir la satisfacción de clientes

- Enfoque sistémico y de ciclos continuos.
- Elementos clave que lo integran; planeación, implementación y ejecución.
- Quién lo debe de coordinar en la empresa ¿área interna o vía outsourcing?
- Procesos en donde se aplicará la medición de satisfacción del cliente (clientes internos y externos).
- Otros sistemas de medición y monitoreo complementarios como son: observación, buzón de quejas, cliente misterioso y shoppers.
- Métodos estadísticos clave para el análisis de la información y que realmente generen valor.
- Determinación de síntomas y causas.
- Generación de indicadores clave y análisis estadístico básico.
- Emisión de reportes y recomendaciones de valor.
- Seguimiento e implementación de acciones para mejorar la satisfacción de clientes.