

# PLAN DE ATENCIÓN AL CLIENTE



David Montero Lopez  
Jose Manuel Gutierrez

# ÍNDICE

- 0. NOMBRE Y MODELO DE NEGOCIO
- 1. CULTURA CORPORATIVA (Misión, visión y valores)
  - 2. IDENTIDAD CORPORATIVA
  - 3. IMAGEN CORPORATIVA
  - 4. COMUNICACIÓN CORPORATIVA
  - 5. POSICIONAMIENTO DEL SAC
  - 6. ESTRUCTURA DE LA EMPRESA
  - 7. ESTRUCTURA DEL SAC
- 8. MATERIALES Y HERRAMIENTAS DEL DEPARTAMENTO
  - 9. COORDINACIÓN DEL DEPARTAMENTO
  - 10. LA COMUNICACIÓN EN EL SAC
  - 11. NORMAS DE COMUNICACIÓN ENTRANTE
  - 12. NORMAS DE COMUNICACIÓN SALIENTE
  - 13. INDICADORES DE CONTROL
  - 14. SISTEMA DE CONTROL
  - 15. MEDIDAS CORRECTORAS Y DE MEJORAS



## 0. NOMBRE Y MODELO DE NEGOCIO

---

GÜMO es una empresa española con sede principal en Madrid, operando a día de hoy a nivel nacional e internacional en países desarrollados como Alemania o Francia, lo que permite ofrecer atención en cuatro idiomas: español, francés, alemán e inglés.

Su principal objetivo es ayudar a las empresas colaboradoras a aumentar su visibilidad, y, a la misma vez, mejorar la experiencia de sus usuarios en el sector de la hostelería y el ocio nocturno a través de su plataforma digital. Ésta ofrece a restaurantes, pubs y discotecas (entre otros) la posibilidad de suscribirse mediante contrato para promocionar sus servicios, permitiendo a los clientes descubrir y conocer estos establecimientos, compartir opiniones sobre sus experiencias y realizar reservas de una forma rápida y sencilla..

La aplicación cuenta con un sistema de geolocalización que permite a los usuarios localizar los restaurantes más cercanos y descubrir nuevos lugares durante sus viajes. Además, dispone de una suscripción premium, accesible por solo 4,99 € al mes, que otorga a los usuarios beneficios exclusivos, como prioridad en las reservas y descuentos en los locales asociados.

Se posiciona así como una herramienta esencial para mejorar la visibilidad, optimizar experiencias y facilitar ayuda a usuarios y consumidores en toda Europa, sin descartar una expansión al resto de países.

## 1. CULTURA CORPORATIVA

---

GÜMO es una empresa comprometida a mejorar la experiencia de sus usuarios al facilitar la búsqueda y reserva en restaurantes, pubs y discotecas, brindándoles mayor comodidad y opciones de calidad para disfrutar de una comida, un plan tranquilo o una noche de fiesta en los mejores locales. Con una innovadora función de geolocalización, permite descubrir establecimientos recomendados en cualquier lugar de los países donde opera, ideal para usuarios que se adentran en lugares desconocidos.

La visión de GÜMO es expandir su presencia a nivel global y consolidarse como la plataforma de referencia para reconocer y promocionar los mejores restaurantes, pubs y discotecas del mundo. Aunque actualmente se centra en Europa, la empresa aspira a liderar el mercado internacional,



impulsando la visibilidad y reputación de los establecimientos asociados y optimizando la experiencia de los usuarios en cualquier destino.

Los principios éticos y motivaciones de esta empresa se centran en valores de calidad, transparencia y responsabilidad social.

- Se esfuerza por garantizar que los usuarios tengan acceso a experiencias de calidad, seleccionando y promoviendo únicamente establecimientos con un alto estándar de servicio. El objetivo es asegurar que cada experiencia en los restaurantes, pubs y discotecas recomendados sea satisfactoria y memorable.
- La empresa fomenta la transparencia en las opiniones y valoraciones de los usuarios, brindando un espacio donde la honestidad es fundamental. Este compromiso busca construir una relación de confianza tanto con los clientes como con los establecimientos, permitiendo una toma de decisiones informada y basada en experiencias reales.
- Motiva la inclusión de una amplia gama de establecimientos, desde pequeños restaurantes locales hasta discotecas reconocidas, contribuyendo a la visibilidad de cada negocio y promoviendo su crecimiento. Así, busca apoyar a la economía local y fortalecer la comunidad empresarial.
- Valora la diversidad de culturas y gustos, promoviendo una amplia variedad de opciones gastronómicas y de ocio para que cada usuario pueda encontrar una experiencia que se adapte a sus preferencias, estilos de vida y valores.
- La visión de GÜMO de crecer a nivel global está acompañada de un enfoque ético, donde la empresa busca expandirse respetando las culturas locales y adaptándose a las particularidades de cada región, trabajando en colaboración con negocios y comunidades de manera respetuosa y beneficiosa para todos.



## 2. IDENTIDAD CORPORATIVA

---



Nuestro logotipo cuenta con 3 **colores corporativos**:

Rojo: Este color despierta el deseo de comer, genera una sensación de cercanía y representa la geolocalización.

Negro: Consigue transmitir autoridad y confianza esto puede sugerir que la empresa es un referente confiable para encontrar buenos lugares y experiencias.

Blanco: Sugiere transparencia y honestidad, teniendo como característica principal la proporción de opinión sobre la empresa a través de reseñas de otros usuarios.

La tipografía usada para los títulos es "Arial" y para el texto es "Calibri".

## 3. IMAGEN CORPORATIVA

---

Nuestro público objetivo abarca personas de entre 16 y 50 años, familiarizadas con el entorno digital y de cualquier nivel adquisitivo. La plataforma ha sido diseñada para adaptarse a las necesidades de una audiencia diversa que busca disfrutar de experiencias gastronómicas y de ocio de calidad, con la comodidad y accesibilidad que permite la tecnología. Se dirige tanto a jóvenes como a adultos que desean descubrir nuevos lugares y acceder a experiencias únicas en restaurantes, pubs y discotecas de forma ágil y personalizada.

<https://www.deloitte.com/es/es/Industries/consumer/research/restaurante-futuro.html>



GÜMO responde a las necesidades actuales del mercado al cubrir varios problemas clave:

- Con tantas opciones disponibles, los clientes buscan recomendaciones confiables para elegir dónde comer o salir. Facilita esto al ofrecer reseñas y opiniones verificadas de otros usuarios, reduciendo la incertidumbre en sus decisiones.
- La dificultad para hacer reservas en horarios específicos es común. Soluciona esto con una plataforma que permite gestionar reservas en línea de manera rápida y fácil, mejorando la experiencia del cliente.
- Los consumidores desean disfrutar de experiencias premium sin altos costos. Satisface esta demanda con una suscripción económica que ofrece preferencia en reservas y descuentos exclusivos.

#### **Competencias directas:**

- TheFork :Es una de las plataformas de reservas de restaurantes más populares en Europa. Permite a los usuarios reservar mesas en miles de restaurantes y ver opiniones de otros clientes. Además, ofrece descuentos y promociones en varios establecimientos y un sistema de fidelización en el que los usuarios acumulan puntos que luego pueden canjear en sus reservas.  
Al igual que GÜMO, TheFork facilita reservas y ofrece descuentos, aunque está más orientado a restaurantes y no cubre tanto el segmento de pubs y discotecas.
- OpenTable:Es una plataforma internacional que permite a los usuarios descubrir y reservar restaurantes en todo el mundo. Es especialmente en Estados Unidos, pero también tiene una buena penetración en Europa. Se enfoca en la calidad de las experiencias y la conveniencia de la reserva en línea, y permite a los usuarios dejar reseñas y opiniones de sus visitas.  
Comparte el enfoque en reservas y visibilidad para restaurantes, pero tiene un enfoque más especializado en el segmento de alta gama y de experiencias gastronómicas, en lugar de incluir pubs y discotecas como GÜMO.



## 4. COMUNICACIÓN CORPORATIVA

---

Para llegar a nuestros clientes potenciales, en GÜMO utilizamos una combinación de canales digitales y estrategias de marketing dirigidas, aprovechando que nuestro público objetivo (de 16 a 50 años) está altamente inmerso en el mundo digital.

### Los principales canales de comunicación:

- A través de plataformas como Instagram, TikTok, Facebook y X, compartimos contenido atractivo sobre las empresas que tenemos contratadas, recomendaciones y experiencias de usuarios. Estos canales nos permiten conectar con el público objetivo de manera directa y visual, aprovechando los intereses y tendencias actuales.
- Trabajamos con influencers y creadores de contenido del sector gastronómico y de ocio nocturno, que ayudan a promocionar nuestros servicios y a llegar a un público amplio de seguidores interesados en descubrir nuevos lugares y experiencias.
- Utilizamos campañas de anuncios en Google Ads y redes sociales, segmentadas por intereses, ubicación y edad, lo que nos permite llegar a personas que buscan experiencias de ocio, gastronomía y eventos nocturnos en su zona o en lugares de destino..

### Ventaja competitiva:

- Ofrecemos a nuestros usuarios una experiencia completa y única para el descubrimiento, reserva y evaluación de una amplia gama de establecimientos, desde restaurantes hasta pubs y discotecas, en toda Europa. La suscripción premium asequible (4,99 € al mes) les proporciona acceso a beneficios exclusivos, como prioridad en las reservas y descuentos especiales en los locales asociados, que mejoran su experiencia, aportan valor consiguiendo crear una comunidad de clientes fieles y recurrentes.
- Destaca por integrar en una sola aplicación la búsqueda y reserva de restaurantes, pubs y discotecas, algo que no cubren de manera conjunta otras plataformas de la competencia.



- Nuestra función de geolocalización ayuda a los usuarios a descubrir establecimientos de calidad donde quiera que estén, haciendo de GÜmo un asistente imprescindible para el ocio y la gastronomía tanto en su ciudad como cuando viajan.

## 5. POSICIONAMIENTO DEL SAC

---

Tanto la empresa TheFork como OpenTable ofrecen un servicio de atención similar, pero cada una tiene algo que les caracteriza frente a la otra.

TheFork, cuenta con un soporte de atención en varios países, siendo esto uno de sus principales fuertes que destaca frente a sus competidores. La limitación de un chat “más directo” hace que ciertos usuarios lo reclamen ya que en ciertas ocasiones se requiere una respuesta más inmediata.

Ej: Una comida con un aspecto diferente, ciertos productos que no vienen con fecha de caducidad..etc.En resumen, dudas que podrían tener en incertidumbre al consumidor.

Están bien valorados en cuanto a sus respuestas en correos ya que son claras, sencillas y directas con un plazo de 24-48 horas (dependiendo del volumen de mensajes que haya en ese momento).Dando prioridad a solicitudes relacionadas con problemas técnicos y reservas inmediatas.

OpenTable, cuenta con un chat en vivo y un soporte telefónico para usuarios y establecimientos, destacando sobre la alta rapidez resolutive que tienen a la hora de resolver problemas, convirtiéndose “diferente” frente al resto de sus competidores en ese sentido(al ser un chat rápido, puede satisfacer cuestiones sencillas con respuestas predeterminadas). En cuanto a los correos, sus mismos consumidores reclaman más implicación y esmero en el desarrollo de sus mensajes ya que no son tan claros ni directos. Esta empresa ofrece una personalización diferente a “clientes premium” incentivando a los demás usuarios a consumir este tipo de personalización.

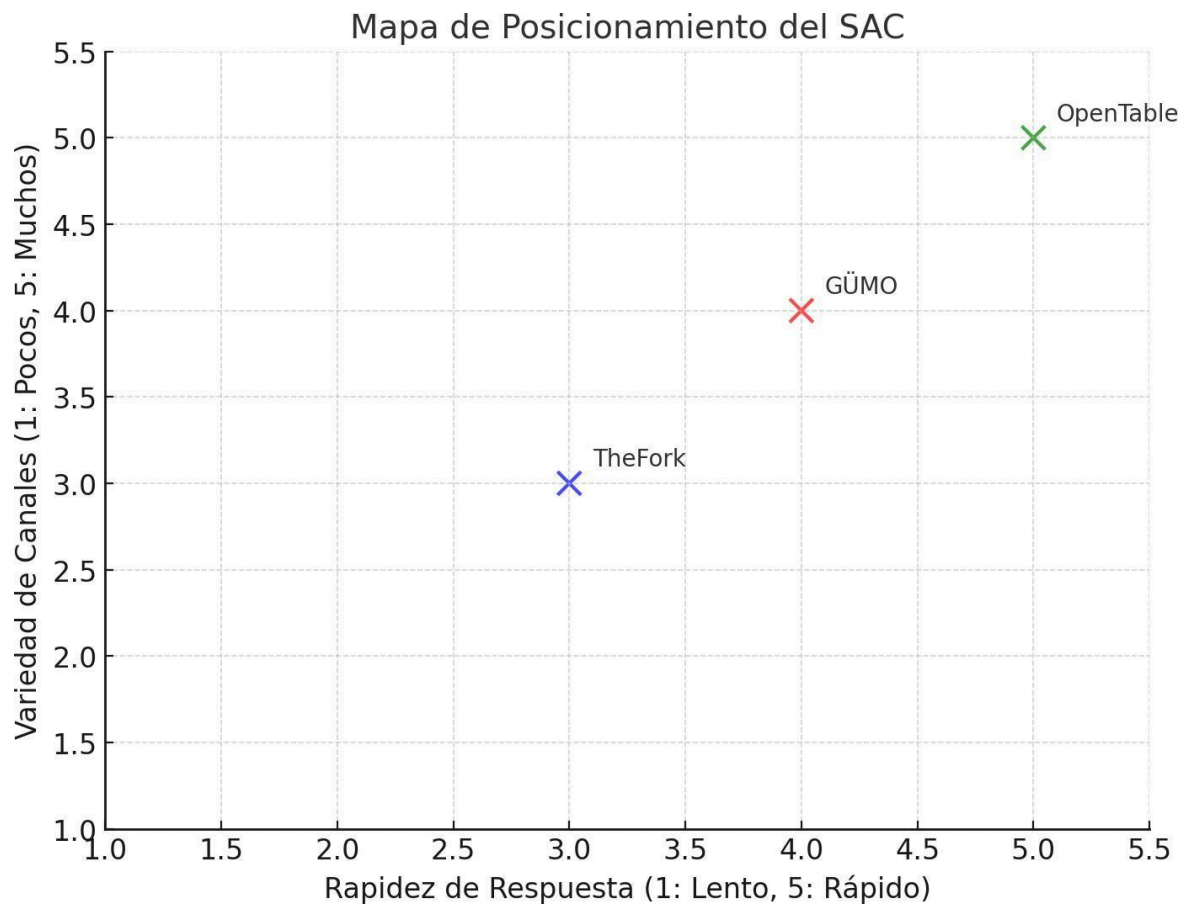
Dado el análisis realizado sobre la posición del DAC, el MAPA DE POSICIONAMIENTO es el siguiente:

Variables:

Rapidez de respuesta: Tiempo promedio en que los usuarios reciben atención.

Variedad de canales: Disponibilidad de chat, correo y soporte telefónico.





GÜMO, mediante este estudio realizado puede implementar una atención más personalizada y rápida en múltiples idiomas para captar al mayor número de clientes y ser destacable frente a sus competidores.

## 6. ESTRUCTURA DE LA EMPRESA



La estructura de organización de GÜMO es diseñada para tener más eficacia operativa y garantizar una experiencia excepcional tanto para los clientes como para los socios comerciales.

Estructura de organización:

### Dirección General:

Toma decisiones sobre la empresa y también supervisa todo los departamentos y se asegura que se cumplan los objetivos y trabajo de la empresa.



## **Marketing y publicidad:**

El departamento de marketing y publicidad se dedica a llegar al público objetivo de nuestra empresa y realizar campañas en redes sociales, estrategias publicitarias y las colaboraciones con influencers.

## **Tecnología:**

El departamento de tecnología es el responsable del desarrollo de la app y se asegura que funcionen sin problemas y cada vez con mejor innovación.

## **Operaciones:**

El departamento de operaciones se dedica a conservar la relación con los establecimientos asociados y en encontrar nuevos establecimientos.

## **Atención al cliente (SAC):**

El departamento de atención al cliente se dedica a resolver dudas, gestionar incidencias y garantizar un buen trato a los usuarios.



## 7. ESTRUCTURA DEL SAC

---

La estructura del Servicio de Atención al Cliente (SAC) de GÜMO trata de garantizar satisfacer las necesidades de los usuarios y de los propios establecimientos con la finalidad de compartir la mejor experiencia posible y estrechar ciertos vínculos. Nuestra empresa se divide en diversas áreas para ofrecer la mejor comunicación posible.

### **Gerente del Servicio de Atención al Cliente:**

Máximo responsable y lleva a cabo una estrategia y supervisión de la misma, asegurándose en que se cumplan los objetivos establecidos y tiempos de respuesta.

### **Supervisores de turno:**

Transmite la información recibida por el Gerente hacia los demás rangos y departamentos. Garantizando que los agentes sigan los protocolos establecidos y que se cumplan los objetivos.

### **Agentes de Atención al Cliente:**

Gestiona las consultas y problemas de los usuarios y establecimientos asociados a través de chat en vivo, correos electrónicos o llamada telefónica.

### **Equipo técnico de soporte:**

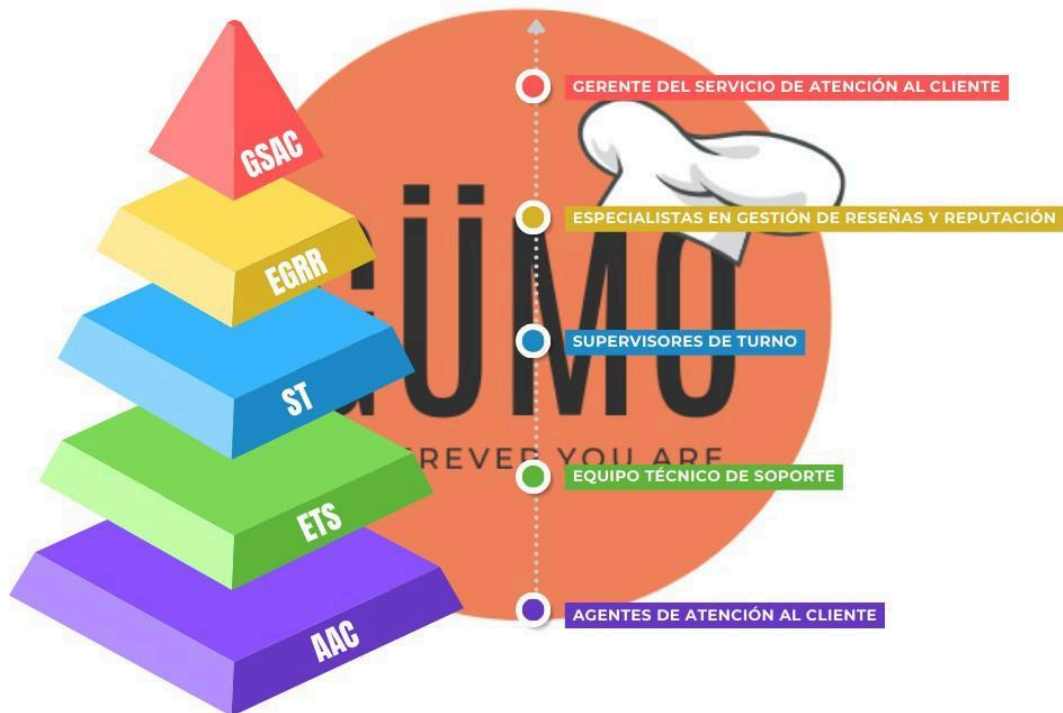
Especialistas que ayudan a resolver problemas técnicos relacionados con el uso de la plataforma, fallos en la app, y problemas de geolocalización.

### **Especialistas en gestión de reseñas y reputación:**

Leen y responden las reseñas publicadas por los usuarios.



## ESTRUCTURA SAC





## 8. MATERIALES Y HERRAMIENTAS DEL DEPARTAMENTO

---

### 8.1. Inventario del departamento:

El departamento de Atención al Cliente (SAC) de GÜMO cuenta con los siguientes recursos, materiales y herramientas:

Equipos informáticos: Ordenadores portátiles y de sobremesa para los agentes de atención al cliente, supervisores y equipo técnico.

Software de gestión de clientes (CRM): Plataforma para gestionar consultas, incidencias y seguimiento de clientes.

Software de comunicación: Herramientas para chat en vivo, correo electrónico y llamadas telefónicas.

Herramientas de análisis de datos: Software para monitorear y analizar las interacciones con los clientes, como tiempos de respuesta y satisfacción del cliente.

Dispositivos móviles: Teléfonos y tablets para pruebas técnicas y soporte en movilidad.

Herramientas de gestión de reseñas: Plataforma para monitorear y responder a las reseñas de los usuarios en la aplicación y redes sociales.

Material de oficina: Impresoras, escáneres, auriculares, micrófonos y otros accesorios necesarios para el trabajo diario.

Manuales y protocolos: Documentación interna que detalla los procedimientos y protocolos de atención al cliente.

### 8.2. Cuantificación económica del inventario:

El valor aproximado del inventario del departamento de SAC es el siguiente:

Equipos informáticos: 39,490 € (10 ordenadores a 3949 € cada uno).

- MacBook Pro. CPU de 14 núcleos, GPU de 32 núcleos, 36 GB de memoria unificada, 1 TB de almacenamiento SSD<sup>1</sup>

Software de gestión de clientes (CRM): 5,000 € anuales (licencias y mantenimiento).

- HubSpot CRM (Versión Premium)

Software de comunicación: 2,000 € anuales (herramientas de chat, correo y llamadas).

- Microsoft Teams (Plan Microsoft 365 Business Standard)



Herramientas de análisis de datos: 3,000 € anuales (software de análisis y reporting).

- Google Analytics 360 (Plan Starter)

Dispositivos móviles: 2,500 € (5 dispositivos a 500 € cada uno).

- Google Pixel 6a

Herramientas de gestión de reseñas: 1,500 € anuales (plataforma de monitoreo de reseñas).

- ReviewTrackers (Plan Professional)

Material de oficina: 2,000 € (impresoras, auriculares, micrófonos, etc.).

- HP LaserJet Pro MFP M283fdw
- Jabra Evolve2 40
- Blue Yeti
- Dell UltraSharp 24" (U2422H)
- Logitech MK345
- Hbada Silla de Oficina

Manuales y protocolos: 500 € (coste de desarrollo y actualización).

**Total estimado: 55,990 €**

### **8.3. Funcionalidad del inventario:**

Equipos informáticos: Son esenciales para el trabajo diario de los agentes, supervisores y equipo técnico. Permiten el acceso a las herramientas de comunicación y gestión de clientes.

Software de gestión de clientes (CRM): Facilita el seguimiento de las consultas y problemas de los clientes, permitiendo una atención más eficiente y personalizada.

Software de comunicación: Permite a los agentes interactuar con los clientes a través de múltiples canales (chat, correo, llamadas), asegurando una comunicación fluida y rápida.

Herramientas de análisis de datos: Ayudan a monitorear el rendimiento del SAC, identificando áreas de mejora y asegurando que se cumplan los tiempos de respuesta y los estándares de calidad.

Dispositivos móviles: Utilizados por el equipo técnico para pruebas y soporte en movilidad, asegurando que la aplicación funcione correctamente en diferentes dispositivos.

Herramientas de gestión de reseñas: Permiten al equipo de reputación monitorear y responder a las reseñas de los usuarios, manteniendo una buena imagen de la empresa.



Material de oficina: Necesario para el funcionamiento diario del departamento, incluyendo la impresión de documentos y la comunicación interna.

Manuales y protocolos: Proporcionan directrices claras para los agentes, asegurando que todos sigan los mismos procedimientos y estándares de calidad.

## 9. COORDINACIÓN DEL DEPARTAMENTO

---

### 9.1. Secciones del departamento:

El departamento de SAC se divide en las siguientes secciones, cada una con competencias específicas:

Atención al cliente: Encargada de gestionar consultas, incidencias y problemas de los usuarios y establecimientos asociados a través de chat, correo y llamadas.

Soporte técnico: Resuelve problemas técnicos relacionados con la aplicación, como fallos de geolocalización o errores en las reservas.

Gestión de reseñas y reputación: Monitorea y responde a las reseñas de los usuarios, asegurando que se mantenga una buena imagen de la empresa.

Coordinación y supervisión: Supervisa el trabajo de los agentes y asegura que se cumplan los objetivos y tiempos de respuesta.

### 9.2. Turnos y horarios del departamento:

El departamento de SAC opera en tres turnos para garantizar una cobertura de 24 horas:

**Turno de mañana:** 8:00 - 16:00

**Turno de tarde:** 16:00 - 00:00

**Turno de noche:** 00:00 - 8:00

Cada turno cuenta con un supervisor y un equipo de agentes de atención al cliente, soporte técnico y gestión de reseñas. Los turnos se rotan semanalmente para asegurar un equilibrio en la carga de trabajo.





### 9.3. Ficha de auditoría telefónica:

La ficha de auditoría telefónica se utiliza para evaluar la calidad de las interacciones con los clientes. Incluye los siguientes elementos:

Fecha y hora de la llamada: Registro del momento en que se realizó la llamada.

Duración de la llamada: Tiempo que duró la interacción.

Agente que atendió: Nombre del agente que realizó la llamada.

Tipo de consulta: Clasificación de la consulta (reserva, problema técnico, reseña, etc.).

Resolución: Descripción de cómo se resolvió la consulta.

Satisfacción del cliente: Evaluación del cliente sobre la atención recibida (escala del 1 al 5).

Comentarios del auditor: Observaciones y recomendaciones para mejorar la atención.



## 10. LA COMUNICACIÓN EN EL SAC

---

### 10.1. Medio de contacto:

Medio de Contacto	Modo de Utilización	Ventajas	Desventajas	Situaciones Recomendadas
Teléfono	Atención directa mediante llamada a un agente del SAC	Respuesta rápida, comunicación personalizada y solución en tiempo real	Requiere disponibilidad del cliente (debido a no disponibilidad comunicativa 24 horas), puede generar tiempos de espera	Problemas urgentes, clientes poco familiarizados con medios digitales, prioridad a clientes premium.
Email	Comunicación escrita a través de correo electrónico. Lenguaje formal y claro	Registro de la comunicación, permite respuestas detalladas y adjuntar archivos	Respuesta más lenta y posible falta de inmediatez	Consultas no urgentes, seguimiento de incidencias y solicitudes de información detallada
Redes Sociales	Respuesta pública o privada en plataformas como Instagram, Facebook o X.	Alcance amplio, imagen cercana y moderna.	No es privado, puede dañar la imagen si no se gestiona bien, y no es adecuado	Consultas generales, feedback público, promociones.

para problemas  
complejos

### Chat en vivo

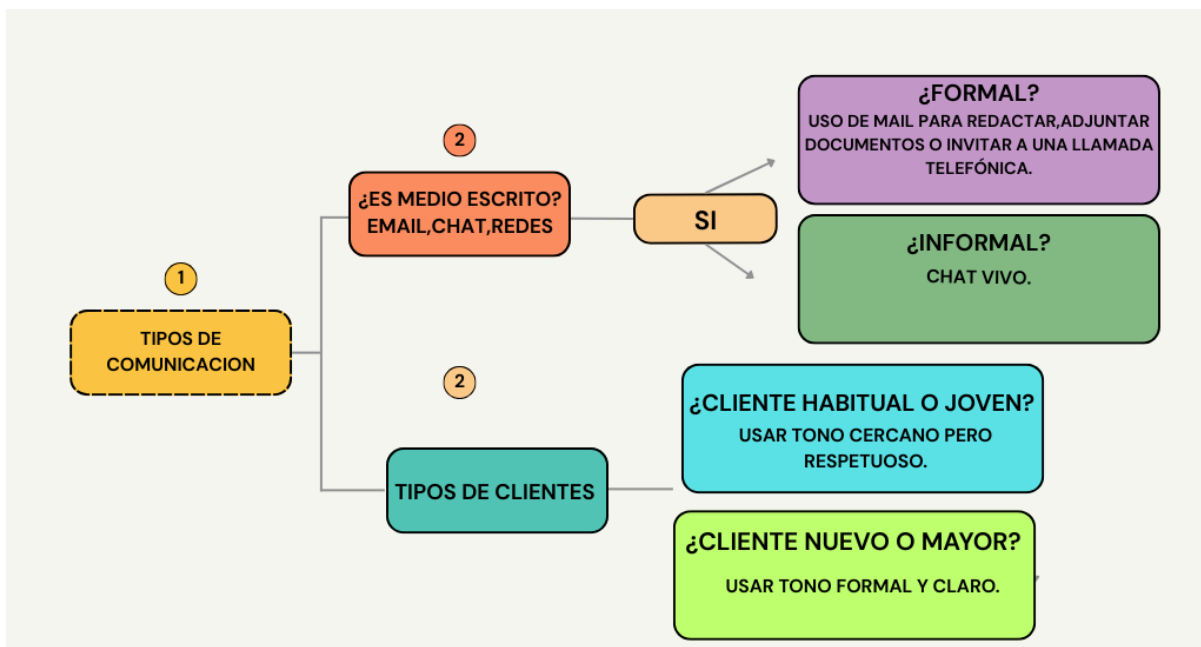
Interacción en tiempo real a través de la app o web. Respuestas breves y directas.

Inmediatez, eficiencia, multitarea para el agente.

Limitado para problemas complejos, requiere conexión estable.

Dudas rápidas, problemas técnicos simples, confirmación de reservas.

## 10.2.Tipo de comunicación:



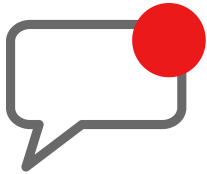


### 10.3. Tecnica de comunicacion:

#### Situación

#### Comunicación Efectiva

#### Comunicación Inefectiva



Entendemos su problema con la reserva.  
¿Podría indicar nombre y número de la reserva?

Eso no es posible. Revisa bien el correo.

#### Chat en vivo



#### Llamada telefónica

Gracias por llamar a GÜMO. ¿En qué puedo ayudarle hoy

Dígame la consulta rápido por favor.



#### Email formal

Estimado Bravon,  
¡Gracias por contactarnos!  
Con el fin de mejorar nuestro servicio, le pedimos que nos informe de manera detallada su problema.

Problema recibido, ya le diremos algo. Un saludo.



#### Redes sociales

"¡Hola @bravon! Lamentamos lo ocurrido...escríbenos por DM para poder ayudarte.

Contestar al mensaje pidiendo sus datos de manera pública.

## 11. Normas de comunicación entrante



**INFOGRAFÍA**  
**GUMO**

**TELÉFONO**

Lenguaje formal pero cercano, con vocabulario técnico adaptado. Usar frases claras como "¿En qué puedo ayudarle?" y "Lo resolveremos juntos". Evita tecnicismos complicados y manteniendo un tono amable, mostrando siempre interés

**EMAIL**

Lenguaje formal y estructurado. Usa vocabulario preciso (con una gramática impecable (evita abreviaciones). Ejemplo: Le Adjuntamos el documento solicitado

**CHAT VIVO**

Mantén un lenguaje informal pero profesional, usando vocabulario sencillo y directo para una comunicación clara. Optar por frases cortas, haciendo cierto hincapié en respuestas rápidas y precisas.

**REDES SOCIALES**

Mantén un tono cercano pero profesional, adaptado a la plataforma. Usa frases cortas y piensa de manera sensata los mensajes ya que pueden ser riesgo de viralización.



## 12. Normas de comunicación saliente

---



### CLIENTE **NUEVO**

#### GUÍA DE COMUNICACIÓN

Bienvenido a GÜMO, Javier Nos alegra que formes parte de nuestra comunidad. Con GÜMO, podrás descubrir y reservar los mejores restaurantes, pubs y discotecas con facilidad. Si necesitas ayuda para empezar, aquí estamos para guiarte.

#### PASOS A SEGUIR:

- ESCUCHA ACTIVA Y EMPATÍA.
- NO INTERRUMPIR NI MINIMIZAR EL PROBLEMA.
- OFRECER UNA SOLUCIÓN CLARA Y COMPENSACIÓN SI ES NECESARIO.



#### CANALES RECOMENDADOS:

EMAIL  
CHAT VIVO



## CLIENTE **INSATISFECHO**

### GUÍA DE COMUNICACIÓN

“Hola Paco, soy Javier del equipo de atención de GÜMO. Lamentamos mucho que su experiencia no haya sido la esperada. Queremos entender mejor la situación para ofrecerle una solución adecuada. ¿Podría contarnos un poco más sobre lo sucedido?”

#### PASOS A SEGUIR:

EXPLICACIÓN CLARA DE BENEFICIOS  
(DEL PORQUÉ USAR GÜMO)

BREVES TUTORIALES DE COMO  
USAR LA APP

OFRECER AYUDAS Y SOLUCIONES



#### CANALES RECOMENDADOS:

TELÉFONO O EMAIL  
(PARA OFRECER UNA SOLUCIÓN  
PERSONALIZADA)

## El cliente habitual



## CLIENTE **HABITUAL**

### GUÍA DE COMUNICACIÓN

¡Hola Ayuga! Sabemos que eres parte esencial de GÜMO. Por ser cliente frecuente, hoy queremos regalarte un 10% de descuento. ¿Te gustaría reservar en tu restaurante favorito o descubrir algo nuevo? Estamos aquí para ayudarte.

#### PASOS A SEGUIR:

RECONOCIMIENTO PERSONALIZADO

BENEFICIOS EXCLUSIVOS

VALORACIONES Y ENCUESTAS



#### CANALES RECOMENDADOS:

EMAIL (PARA OFERTAS  
PERSONALIZADAS)

MENSAJES DE LA APP  
(RECORDATORIOS Y BENEFICIOS)



## 13. Indicadores de Control

---

Vamos a asegurarnos de que el SAC de GÜMO está funcionando bien y resolviendo correctamente los problemas de los usuarios.

Puntos que vamos a tener en cuenta:

**Tiempos de respuesta:** Medir cuánto tardamos en responder a los usuarios, ya sea por chat, correo o teléfono. Queremos que sea lo más rápido posible, preferentemente menos de 5 minutos en chat y menos de 24 horas por correo.

**Satisfacción del cliente:** Lo mediremos con encuestas rápidas después de cada atención tipo “del 1 al 5, valora nuestra atención.

**Resolución del problema en el primer contacto:** Nos dice si el cliente ha quedado satisfecho a la primera o si ha tenido que volver a escribir o llamar.

**Incidencias:** Analizar cuantos problemas relacionados con la app se repiten, como errores en reservas o fallos de geolocalización.

**Reseñas:** Qué porcentaje de reseñas positivas o negativas son respondidas por el equipo de reputación y estudiarlas para corregir problemas.

Además, haremos auditorías una vez al mes, donde se revisará si se siguen los protocolos establecidos, si se resuelven bien los problemas y si los clientes están satisfechos. Estas auditorías las hará el gerente del SAC junto con los supervisores.

## 14. Sistema de Control

---

Para que todo lo del SAC funcione bien, necesitamos un sistema de control donde todos los que trabajan en este departamento tengan claro qué tienen que hacer y cómo lo van a hacer.

Todo esto es llevado a cabo por el gerente del SAC, supervisores, agentes, equipo técnico y encargados de reseñas.

Funciones de cada uno:

- Gerente del SAC: Organiza todo, marca objetivos y revisa resultados.
- Supervisores: Controlan que los agentes trabajen bien y cumplan los protocolos.
- Agentes: Responden al cliente por chat, correo o teléfono.
- Técnicos: Arreglan los problemas técnicos de la app.
- Encargados Reseñas: Responden reseñas y cuidan la imagen de la empresa.

Una buena organización implica buenos resultados internos y externos favoreciendo a la empresa.





## 15. MEDIDAS CORRECTORAS Y DE MEJORAS

---

Aquí estudiaremos y corregiremos lo que no esté funcionando bien.

Para ello adoptaremos las siguientes medidas:

- Contrataremos más personal si fuese necesario o sustituirlos por gente con mejores resultados.
- Dar formaciones extra con el fin de sacar la mejor versión del trabajador y de que mejoren los resultados .
- Tener un protocolo a mano para que informen al usuario mientras espera respuesta.

Siempre que se proponga una mejora, hay que tener claro: qué se quiere mejorar, cómo se va a hacer, quién lo hará y en cuánto tiempo se esperan resultados.