

Orientación  
al estudio  
de satisfacción  
de clientes  
de Tecnologías  
de la Información  
y Comunicaciones



## “Orientación al estudio de Satisfacción de Clientes en el sector de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones”

Madrid, 2 de julio de 2004



### Objetivos del Estudio

- Conocer QUÉ le importa al cliente
- Identificar el grado de satisfacción de los clientes del sector con nuestra calidad



## Principales aportaciones

- Basado en la opinión expresa de grupos de clientes
- Dirigido a todas las áreas de actividad del sector
- Con participación de grandes empresas y de pymes
- Analizado con metodología y conocimiento
- Conjunto de atributos de calidad relacionados
- Catálogo de cuestiones para los subsectores
- Fruto del consenso y colaboración de expertos de las empresas de la Comisión de Calidad

## Principal utilidad

- Conocer las expectativas de los clientes del sector en una investigación objetiva
- Disponer de atributos de calidad basados en la opinión del cliente
- Poder generar un cuestionario apoyado en un catálogo fruto de un estudio genérico y fiable
- Poder contrastar las expectativas de los clientes con los propios intereses para mejorar las relaciones mutuas

## Base de conocimiento

- Experiencias del sector
- Información de otros sectores
- Colaboración académica
- Formación



Puesta en común de metodología y enfoque

## Grupos de mercado

- Hardware, con mantenimiento y consumibles
- Software
- Servicios
- Telecomunicaciones
- Microinformática
- Pymes

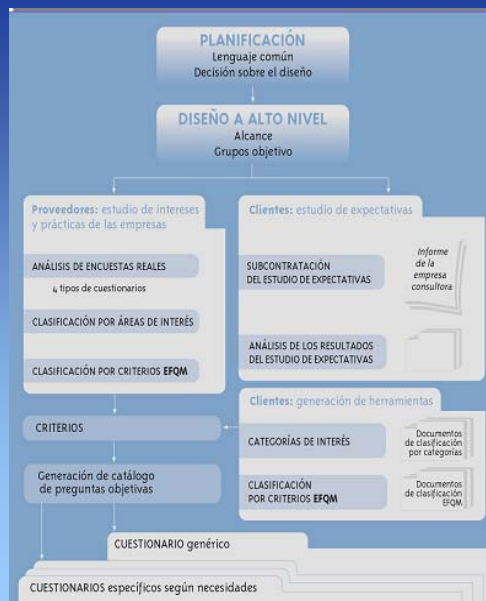
## Dos enfoques

- Categorías emergentes del análisis
- Modelo EFQM

## Dos puntos de vista

- El del cliente
- El del proveedor

## Metodología





## Resultados

1. Atributos
2. Tablas de análisis
3. Comparativas con criterios del sector
4. Comparativas con Modelo EFQM
5. Catálogo para cuestionarios



## Atributos (1/2)

ÁREA DE HARDWARE		ATRIBUTOS BÁSICOS
		ATRIBUTOS GENERALES
	PREVENTA	Disponibilidad y agilidad del técnico comercial
	VENTA	Grado de claridad propuesta (técnica, desglose precios, estructura, plazos de entrega y protocolo recepción) Grado de flexibilidad y decisión del interlocutor Rapidez y claridad del contrato Referencias contrastadas en la propuesta
	POSVENTA	Definición y cumplimiento de acuerdos de nivel de servicios Diagnóstico rápido y adecuado de la incidencia Flexibilidad y agilidad en resolución (no burocracia) Información continua e informe final de la resolución de la incidencia Interlocutor único y técnicos con experiencia contrastada Plan de instalación y puesta en marcha
		ATRIBUTOS ESPECÍFICOS
	PREVENTA	Concreción en la utilidad y beneficios aportados por el producto Demos y muestras de calidad Información Selectiva y resumida mostrando características y precios Nivel técnico del especialista Prueba piloto gratuita
	VENTA	Condiciones de financiación flexibles y de recompra Costes fungibles y plazos de reposición Información selectiva y resumida mostrando cambios reales Simplicidad y agilidad en la contratación de equipos (pedidos) Velocidad en el reajuste de la oferta ante cambios en las necesidades del usuario.
	POSVENTA	Facturación clara y detallada Flexibilidad y agilidad en resolución (no burocracia) Información continua e informe final de la resolución de la incidencia



## Atributos (2/2)

ATRIBUTOS ESPERADOS	
ATRIBUTOS GENERALES	
PREVENTA	Benchmarking entre productos y fabricantes Grado de claridad y rigurosidad en la información Responsable comercial: experiencia en sector y compañía
VENTA	Alternativas de contratación adecuadas a la solicitud del cliente Facturación clara, adecuada y sin errores
POSTVENTA	Grado de preparación del comercial: (conocimiento del cliente y técnicos relación continuada) Disponibilidad de repuestos en el proveedor y grado de preparación del técnico Plan de formación y documentación del producto
ATRIBUTOS ESPECÍFICOS	
PREVENTA	Concreción en la utilidad y beneficios aportados por el producto Grado de continuidad y proactividad de las novedades de producto Información selectiva y resumida mostrando cambios reales Nivel técnico del especialista Pruebas pilotos o demostraciones gratuitas
VENTA	Condiciones de financiación flexibles Condiciones de recompra y equipos antiguos Financiación flexible Flexibilidad de financiación Plan de instalación y penalizaciones por incumplimiento Velocidad en el reajuste de la oferta ante cambios en las necesidades del usuario.
POSVENTA	Flexibilidad y agilidad en resolución Información continua e informe final de la resolución de la incidencia Penalización por incumplimiento
ATRIBUTOS ADICIONALES	
ATRIBUTOS GENERALES	
PREVENTA	Grado de continuidad y proactividad de las novedades de producto

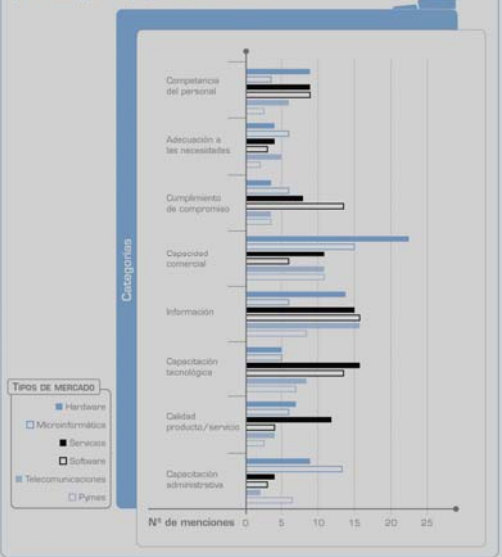


## Categorías

1. Competencia del personal
2. Adecuación a las necesidades y expectativas del cliente
3. Cumplimiento de compromiso
4. Capacidad comercial
5. Información
6. Capacidad tecnológica
7. Calidad producto/servicio
8. Capacidad administrativa



Menciones de los atributos clasificados  
por categorías y tipos de mercado



### Subcriterios del criterio 6a “Medidas de percepción” del Modelo de la EFQM

#### Imagen General

- Accesibilidad
- Comunicación
- Flexibilidad
- Comportamiento proactivo
- Capacidad de respuesta

#### Productos y Servicios

- Calidad
- Valor
- Fiabilidad
- Innovación en el diseño
- Entrega
- Perfil medioambiental

#### Ventas y Servicio Posventa

- Capacidad de las personas
- Asesoramiento y apoyo
- Publicaciones y documentación técnica
- Tratamiento de quejas y reclamaciones
- Formación
- Tiempo de respuesta
- Apoyo técnico
- Garantías

#### Fidelidad

- Intención de nueva compra
- Voluntad de compra de otros productos
- Voluntad de recomendar



### RELACIÓN DE LOS ATRIBUTOS POR CATEGORÍAS Y ENCUESTAS A EMPRESAS, CLASIFICADOS POR LOS SUBCRITERIOS DE LA EFQM

Criterio 6a "Medidas de percepción": IMAGEN GENERAL

ORIGEN		ATRIBUTOS
CATEGORÍAS	ENC. EMPRESAS	
Competencias del personal Atención a las necesidades Cumplimiento de compromisos Comunicación comercial Información Capacitación tecnológica Calidad producción/servicio Capacitación administrativa General, amplia y dirigida a todos los clientes General, reducida y dirigida a todos los clientes De software, reducida y dirigida a clientes específicos de un producto De software y servicios, amplia y dirigida a proyectos De software, amplia y dirigida a todos los clientes		
ACCESIBILIDAD		
		Satisfacción con la atención telefónica Rapidez y eficacia en las soluciones Servicios de formación Atención comercial Conocimiento de los productos y servicios Atención ante reclamaciones
COMUNICACIÓN		
		Satisfacción con la atención telefónica Información clara sobre servicios profesionales ofertada. Rapidez y eficacia en las soluciones Servicios de formación Atención comercial Conocimiento de los productos y servicios Valoración de la publicidad Imagen de empresa



## Catálogo

### Catálogo de preguntas para elaborar el cuestionario de satisfacción de los clientes

Pregunta general	Pregunta Detalle	Pregunta Específica
<b>IMAGEN GENERAL</b>		
<b>1.- ACCESIBILIDAD</b>		
-¿Está Vd. satisfecho con la facilidad de acceso a nuestra empresa?	-facilidad de acceso a nuestra empresa en: <input type="checkbox"/> acceso telefónico <input type="checkbox"/> acceso a la información <input type="checkbox"/> acceso al personal	<input type="checkbox"/> personal comercial <input type="checkbox"/> personal técnico <input type="checkbox"/> interlocutor del producto/servicio/solución
-¿Está Vd. satisfecho con la eficacia y/o rapidez en la solución de sus peticiones?	-Satisfacción con la eficacia y/o rapidez: <input type="checkbox"/> con las soluciones recibidas <input type="checkbox"/> en la solución de las reclamaciones <input type="checkbox"/> de la atención al cliente	
<b>2.- COMUNICACIÓN</b>		
-¿Está Vd. satisfecho con la información recibida?	-Satisfacción con respecto a la información sobre: <input type="checkbox"/> claridad de la información <input type="checkbox"/> la oferta del producto/servicio/solución <input type="checkbox"/> los productos/servicios/soluciones	<input type="checkbox"/> la oferta de los servicios profesionales <input type="checkbox"/> la formación
-¿Le parece efectiva la publicidad de nuestra empresa?		
-¿Está Vd. satisfecho con la imagen de la empresa?		







## "Orientación al estudio de Satisfacción de Clientes en el sector de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones"

