

SATISFACCIÓN DE CLIENTES

En la actualidad, la crisis económica ha provocado en todos los mercados una fuerte competencia, un escenario en el que la información, sobre los factores que mueven y determinan los comportamientos de nuestros clientes, es clave para que las organizaciones “retengan” a sus clientes. Este estudio identifica las principales palancas de satisfacción y vinculación de los clientes con las organizaciones.

1. DEFINICIÓN DEL SERVICIO/PRODUCTO

- Entrevistas en profundidad
- Grupos de discusión

Identificación de la estructura del servicio y los elementos que lo definen desde la perspectiva del cliente

2. PONDERACIÓN DEL SERVICIO/PRODUCTO

- Encuestas personales
- Encuestas telefónicas
- Encuestas online

Importancia y valoración de los elementos que definen el servicio a partir de un número mayor de clientes

3. DIAGNÓSTICO DEL SERVICIO/PRODUCTO

- Análisis e interpretación
- Periodicidad de tomas de información

Identificación de las palancas para aumentar el nivel de satisfacción y vinculación de los clientes con nuestra organización