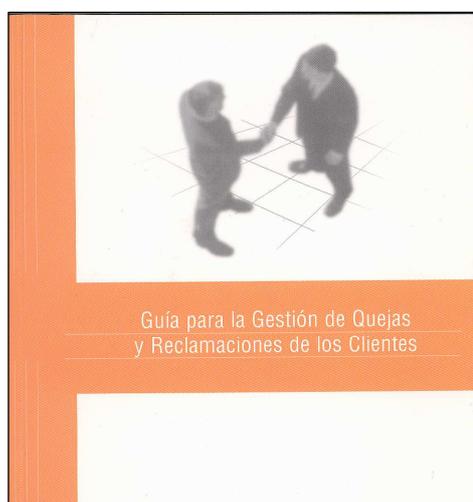


**PRECIO PACK
15 €**

PACK: SATISFACCIÓN DEL CLIENTE

GUÍA PARA LA GESTIÓN DE QUEJAS Y RECLAMACIONES DE LOS CLIENTES Y CÓMO MEDIR LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE



Guía para la Gestión de Quejas
y Reclamaciones de los Clientes

CARACTERÍSTICAS

Autor	Comité de Servicios
Editorial	Asociación Española para la Calidad
Año	2004
Nº páginas	60
ISBN	978-84-89359-35-2
Precio	10 € (+4%IVA)



Cómo Medir la Satisfacción
del Cliente

(2ª Edición)

CARACTERÍSTICAS

Autor	Comité para el Desarrollo de la Calidad Total
Editorial	Asociación Española para la Calidad
Año	2003
Nº páginas	104
ISBN	978-84-89359-32-1
Precio	10 € (+4%IVA)

GUÍA PARA LA GESTIÓN DE QUEJAS Y RECLAMACIONES DE LOS CLIENTES



CARACTERÍSTICAS	
Autor	Comité de Servicios
Editorial	Asociación Española para la Calidad
Año	2004
Nº páginas	60
ISBN	978-84-89359-35-2
Precio	10 € (+4%IVA)

Las quejas y reclamaciones son manifestación de las expectativas de los clientes que no quedan satisfechas. Por esta razón, es imprescindible tener algún mecanismo que permita a las empresas gestionarlas, evaluarlas e introducir las mejoras necesarias en el propio proceso.

Esta guía recoge directrices y recomendaciones que serán de gran utilidad para que las empresas sean capaces de recoger la voz del cliente y con ello mejorar el producto o servicio que ofrecen.

ÍNDICE

1. Introducción.....	5
2. Reconocimientos.....	7
3. Definiciones	9
4. Misión, estrategia y política de gestión	11
4.1. Misión.	11
4.2. Estrategia.....	11
4.3. Política de gestión.....	12
5. Organización.....	13
5.1. Situación en el organigrama de la empresa. Recomendaciones.....	13
5.2. Organización del departamento	13
5.3. Canales de contacto	18
6. Proceso de gestión	23
6.1. Tipos de clientes reclamantes	23
6.2. Criterios a tener en cuenta en la gestión de las quejas y reclamaciones	24
6.3. Pasos a seguir en la gestión de las quejas y reclamaciones	26
6.4. Diagrama de flujo del proceso.....	33
7. Mejora de los procesos del negocio	35
7.1. Mejora del proceso de gestión de quejas y reclamaciones	
7.2. Mejora de los procesos del negocio	
8. Bibliografía recomendada.....	39

9. Anexos	41
9.1. Ejemplos de textos informativos a los clientes sobre los requisitos de la LOPD.....	41
9.2. Ejemplos de estructura de códigos de reclamaciones.....	43
9.3. Ejemplo de programa de registro y gestión de quejas y reclamaciones.....	46
9.4. Ejemplos de cartas de respuesta	49
9.5. Ejemplo de formato de indicador de gestión de reclamaciones.....	55

CÓMO MEDIR LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE



CARACTERÍSTICAS	
Autor	Comité para el Desarrollo de la Calidad Total
Editorial	Asociación Española para la Calidad
Año	2003
Nº páginas	104
ISBN	978-84-89359-32-1
Precio	10 € (+4%IVA)

Esta publicación da a conocer tanto los elementos básicos y las claves para evaluar y diseñar el programa de medición de la satisfacción del cliente, como las acciones de mejora a desarrollar conforme a los resultados obtenidos. La exposición está apoyada principalmente en el modelo servqual como herramienta para el desarrollo del Plan Integral de Medición de la Satisfacción de los Clientes.

ÍNDICE

1. Introducción	13
2. Métodos para medir la satisfacción del cliente.....	19
2.1 Método de prospección indirecta (por iniciativa del cliente)	19
2.2 Métodos de prospección directa (por iniciativa de la empresa)	20
2.3 Otros métodos de prospección	32
2.4 Identificación de aspectos críticos de satisfacción y expectativas	33
2.5 Servqual	39
3. Grupos y segmentos de clientes	81
4. Análisis de los resultados de las encuestas de satisfacción de clientes.....	85
4.1 Introducción.....	85
4.2 Índices resumen	86
4.3 Análisis de regresión	88
5. Técnicas de muestreo.....	91
5.1 Introducción.....	91
5.2 Glosario	92
5.3 Métodos de muestreo	95
5.4 ¿Cuándo debemos usar la teoría del muestreo?	99
5.5 Ventajas e inconvenientes.....	100
5.6 Ejemplos prácticos	101
5.7 Estimación.....	103