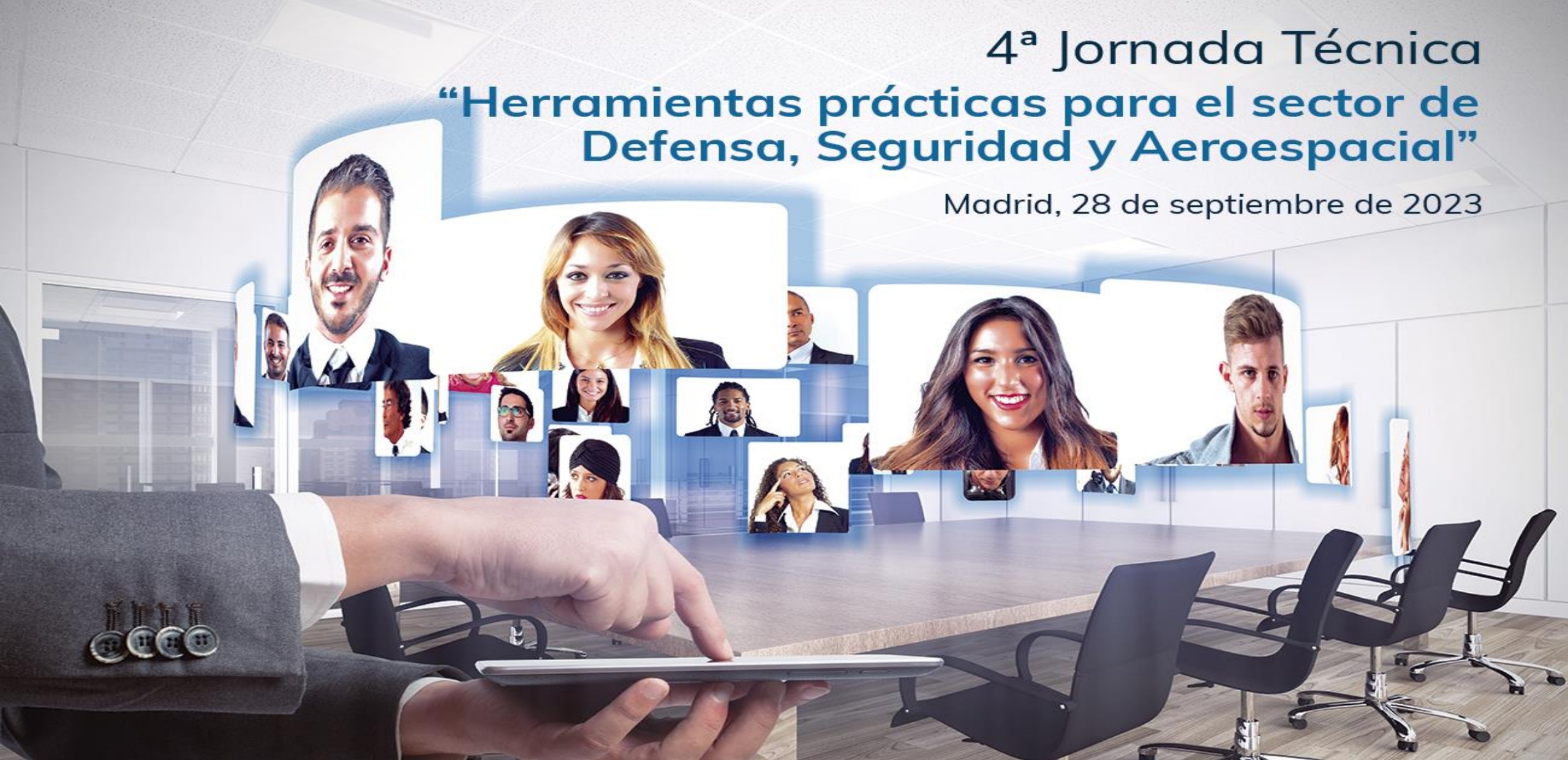


4ª Jornada Técnica “Herramientas prácticas para el sector de Defensa, Seguridad y Aeroespacial”

Madrid, 28 de septiembre de 2023



Organizan:



#TEDAE_AEC

“Satisfacción del cliente”

*Representante del Equipo de Trabajo:
Pilar Maldonado Castaño
Gerente Calidad Corporativa, INDRA*

GRUPO DE TRABAJO

INTEGRANTES

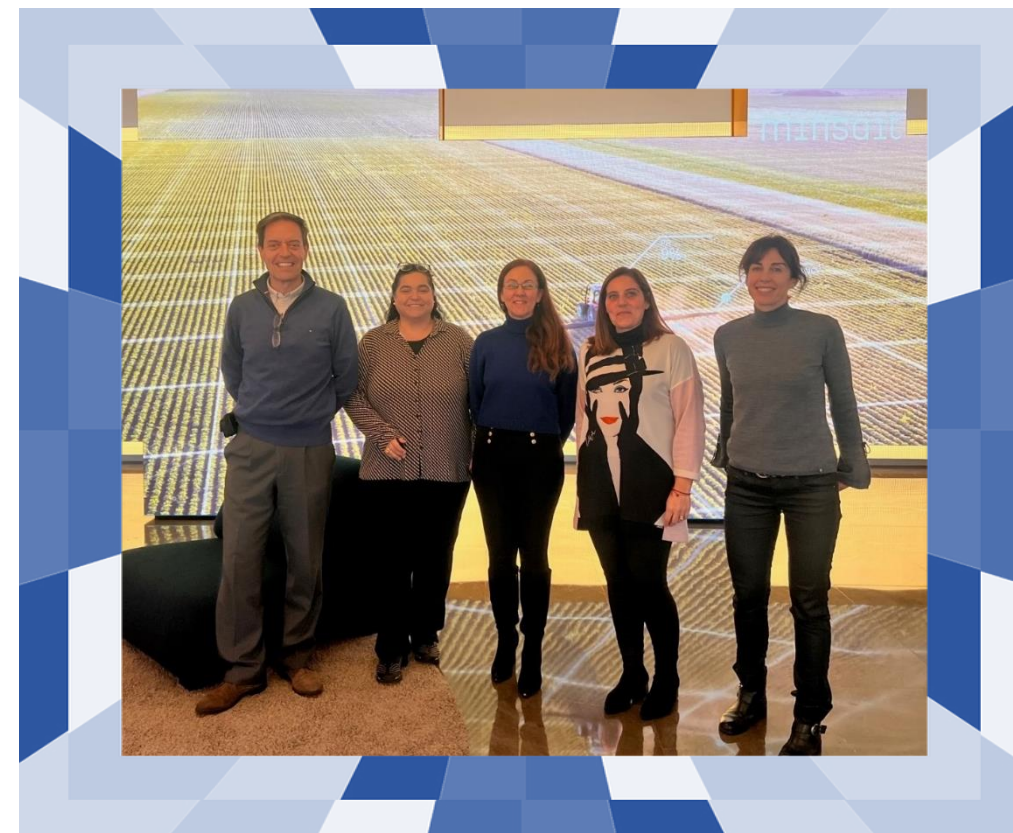
- Tomás Reneses (MBDA) – *Colíder*
- Inocencia García (GMV)
- Elena Gil (AIRBUS DEFENCE & SPACE)
- Pilar Maldonado (INDRA SISTEMAS) – *Colíder*
- M^a Ángeles Martín (AIRBUS OPERATIONS)
- *Isabel Alarcon (ALTER) – (participación inicial)*
- *Javier de Elena (GMV) – (participación inicial)*

METODOLOGÍA

- Reuniones virtuales periódicas
- Reuniones presenciales en ALTER, GMV, Indra y MBDA, con visitas “guiadas” y presentaciones comerciales

LECCIONES APRENDIDAS

- Convocatorias periódicas de las reuniones enviadas desde el inicio para todo el periodo: organización y compromiso
- Reuniones presenciales: conexión y entendimiento
- Creación de mini-equipos liderando en un tema y consolidación de la información en el grupo de trabajo: responsabilidad
- Disponibilidad de repositorio seguro de documentación (GMVDrive): trabajo colaborativo y agilidad



1. INTRODUCCIÓN

2. ANÁLISIS DE LA NECESIDAD EN LA SATISFACCIÓN DEL CIENTE

- La Satisfacción del Cliente como palanca para mejora continua, adicionalmente a la adherencia a los requerimientos de la EN9100.
- Gestión del análisis de la necesidad gestionado en tres aspectos: escucha, entendimiento y acción, teniendo en cuenta la temporalidad de la percepción

3. CONSIDERACIONES EN LA ELECCIÓN DE LA SOLUCIÓN TECNOLÓGICA

- Importancia de capturar la atención como paso para maximizar la objetividad en todo el ciclo de vida del proceso
- Información centralizada de la experiencia del cliente

4. CONFIDENCIALIDAD Y FIABILIDAD DE LA INFORMACIÓN

- Garantizar la trazabilidad de los datos y establecimiento de criterios para la selección de los datos útiles de cada campaña

5. MODELOS DE ANÁLISIS

- Variables para analizar y anticipar los resultados y predecir la satisfacción del cliente

6. FEEDBACK A LAS PARTES IMPLICADAS:

- Identificación de la audiencia y foros presentación
- Objetivo final: mejora continua para establecer acciones correctoras y de mejora

7. METODOLOGÍAS Y TENDENCIAS “NOVEDOSAS E INNOVADORAS”

- Buscar la agilidad en la gestión del proceso

8. RECOMENDACIONES FINALES

INTRODUCCIÓN

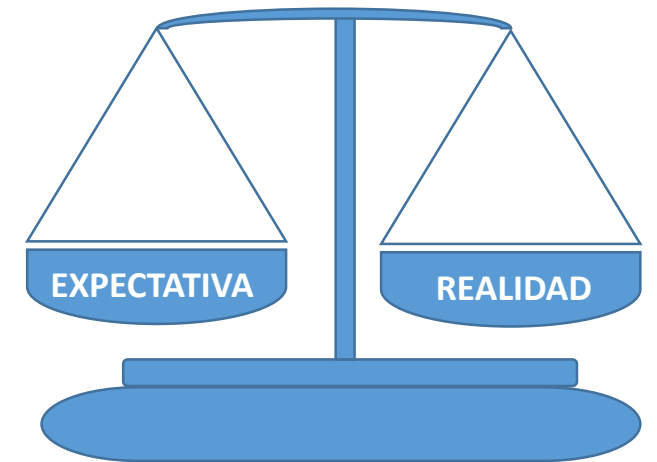
¿Qué es la satisfacción del cliente según ISO 9001?

Es el resultado de comparar las **expectativas del cliente** con respecto a los productos, servicios e imagen que le brinda una marca, con el **valor percibido** después de recibidos.



cliente
satisfecho

$$= \text{Percepciones} - \text{Expectativas} > 0$$



¿Qué se quiere lograr midiendo la satisfacción del cliente?

Mayor nivel de **satisfacción y confianza** de los clientes

1.- ANÁLISIS DE LA NECESIDAD

OBJETIVOS:

Comprender los **deseos y las necesidades** de los clientes respecto a un producto o servicio.



Permite a las empresas **adaptar sus productos y servicios** a dichas necesidades.

Evaluar la satisfacción del cliente respecto a un producto o servicio ya existente.



Proporciona información valiosa sobre la **fidelidad del cliente y la posibilidad de retención.**

Identificar las **áreas de mejora** en sus productos o servicios.



Detectar problemas o deficiencias respecto a los productos o servicios que han de ser abordados.

Definir **tendencias y patrones en el comportamiento** del cliente.



Proporciona **información del uso de los productos o servicios** por los clientes y de las novedades o nuevas funcionalidades a cubrir.

FASES:



2.- CONSIDERACIONES EN LA ELECCIÓN DE LA SOLUCIÓN TECNOLÓGICA

¿Qué características debe cubrir la solución tecnológica?

Fiable

Facilidad en el uso

**Facilidad de integración
en nuestro proceso**

**Posibilidad de interfaz con
otras soluciones de nuestra
organización**

Flexible

Además, existen **herramientas de análisis y visualización de los resultados** que se pueden utilizar en las encuestas de satisfacción de cliente para obtener **una comprensión más profunda de los datos y comunicar los resultados** de manera efectiva

2.- CONSIDERACIONES EN LA ELECCIÓN DE LA SOLUCIÓN TECNOLÓGICA

¿Qué necesidades debe cubrir la solución tecnológica?

	REQUISO	REQUERIDO	CUMPLE	NO CUMPLE
Recolección de Datos	Gran volumen de registros			
	Encuestas adaptadas			
	Encuestas multi-idioma			
Realización de la Encuesta	Encuestas multicanal			
	Encuestas anónimas			
	Visualización del grado de respuesta			
	Disponibilidad de los datos en tiempo real			
	Comprobación de la calidad y coherencia del dato			
	Envíos a diferentes intervalos			
Informe de resultados	Visualización segmentada y agregada			
	Análisis de comentarios			
	Parametrización de métricas			
	Identificación de alarmas			
	Representación de la evolución histórica			
	Generación de informes automáticos			
	Incorporación de otros datos adicionales			



3.- CONFIDENCIALIDAD Y FIABILIDAD DE LA INFORMACIÓN

CONFIDENTIAL

Cumplir con el **Reglamento General de Protección de Datos (RGPD)** implica que las empresas **deben garantizar la protección** de los **datos personales** que procesan

RELIABILITY

- Asegurar que los **datos recogidos corresponden a los datos tratados** para:
- Realizar un seguimiento con futuros resultados de otras campañas
 - Evidenciar el origen de los mismos, en caso de que los datos sean cuestionados

Técnicas para medir la validez de las ...

ENCUESTAS

Posibilidad de identificar problemas de validez en la encuesta y hacer ajustes para mejorarla

RESPUESTAS

Determinar la consistencia y estabilidad de las respuestas de los clientes y hacer ajustes

MAYOR PRECISIÓN EN LOS RESULTADOS DE LA ENCUESTA

4.- MODELOS DE ANÁLISIS

La elección del **modelo de análisis** a utilizar dependerá de los **objetivos específicos** de la encuesta y de las **preguntas** que se estén tratando de responder:

DESCRIPTIVOS



SEGMENTACIÓN



REGRESIÓN



CORRELACIÓN



SERIES DE
TIEMPO



PREDICTIVOS



- **Análisis estadístico** de los resultados de la encuesta.
- **Anticipar los resultados** de la satisfacción del cliente y **establecer acciones correctivas** en caso de resultados no esperados o discrepantes.
- **Utilizar otras variables clave** que pueden influir en la satisfacción del cliente.

5.- FEEDBACK A LAS PARTES IMPLICADAS

AUDIENCIA INTERNA



Áreas de la propia organización que utilizan las conclusiones de satisfacción del cliente para **actuar a su nivel en los procesos** en los que está implicado.

Según los resultados, se deberán incluir referencias separadas sobre las **iniciativas de acción/mejora y los responsables** de llevarlas a cabo.

En todas las acciones identificadas, se debe tener en cuenta la información recogida para que se **dirijan** hacia el objetivo de mejorar la satisfacción de **cliente**.

AUDIENCIA EXTERNA

Organismos de supervisión y monitorización de las agencias de contratación, mercados financieros,... a los que se debe reportar periódicamente cumpliendo con distintos requisitos auditables para organizaciones acreditadas.

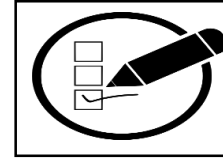
La presentación se hará de acuerdo a los **mínimos** definidos por dichos organismos.

En **organizaciones más ágiles**, la Dirección puede considerar **compartir los resultados con los clientes** que han participado.

6.- METODOLOGÍAS Y TENDENCIAS NOVEDOSAS E INNOVADORAS



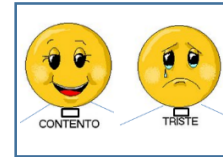
➤ **Automatización en la toma de datos**



➤ **Encuestas sólo con una pregunta**



➤ **Nuevas tecnologías digitales**



➤ **Técnicas y herramientas de análisis de sentimiento**



➤ **Minería de texto**



➤ **Otras tendencias:**

- Enlace entre la satisfacción del cliente y de los empleados
- Información sobre nuestros competidores

RECOMENDACIONES FINALES:

- 1 **Medir la satisfacción a lo largo de todo** el ciclo de vida
- 2 **Analizar** los resultados y tomar las medidas oportunas en **cada momento**
- 3 **Asegurar** que los datos obtenidos reflejen **información confiable y válida**
- 4 **Utilizar técnicas** que nos **ayuden** en el **análisis** de los resultados
- 5 **Relacionar los resultados** de satisfacción **con datos de negocio** disponibles
- 6 **Presentar feedback** en función del foro interno o externo
- 7 **Convertir** las oportunidades de mejoras identificadas en **grandes oportunidades**
- 8 **Disponer de información** de satisfacción de tus **competidores**
- 9 **Utilizar metodologías** y tendencias **novedosas**

Customer Satisfaction

