



## Escuchar y Fidelizar al Cliente

### Programa innova 3

La atención al cliente y al mercado es clave para crear condiciones positivas para la innovación. Orientación a los cliente a los actuales y también a los que pueden serlo en el futuro, a los que nos compran y también a los que utilizan, recomiendan o difunden el resultado de nuestro trabajo.

### OBJETIVO

---

Dotar a los equipos directivos de las empresas de métodos o mecanismos para escuchar, captar, analizar y gestionar las opiniones de los clientes, para introducir mejoras que contribuyan al mejor desarrollo de productos y/o servicios.

### BENEFICIO PARA LA EMPRESA

---

- Conocer la opinión de los clientes sobre la empresa, productos y servicios.
- Gestionar las opiniones de los clientes que incrementen su satisfacción y fidelización con la empresa.
- Identificar áreas de mejora de las relaciones con los clientes.
- Asegurar una base de ingresos estable
- Retener a los clientes estables

### MÉTODO DE TRABAJO Y DESARROLLO DEL PROGRAMA

---

El desarrollo del Programa contempla la realización de las siguientes acciones por un Equipo de trabajo que se forme con personal con responsabilidades en la dirección y gestión de la empresa en colaboración con el Consultor de MB.45 asignado.

#### **Fase 1**

Creación de **Equipo de Trabajo**, formado por los responsables que designe la empresa en función de la responsabilidad y la aportación a la reflexión. Documentos de trabajo y elaboración del **Calendario de trabajo**.

- **Tiempo en Equipo:** 2 horas

#### **Fase 2**

Se realiza un análisis de los diversos métodos y resultados de la captación de las opiniones de los clientes y gestión de las relaciones.

- **Trabajo individual:** 2 horas
- **Trabajo Equipo:** 2 horas
- **Trabajo Despacho:** 2 horas

#### **Fase 3**

Del análisis de los métodos, resultados y sistema de gestión de las relaciones con los cliente se seleccionaran tres áreas de mejora que tengan la consideración de SMART (**S**encilla, **M**edible, **A**utogestionable, que proporcione **R**esultados y realizable en corto **T**iempo); estas mejoras deben ser casi evidentes y con amplio consenso de los miembros del Equipo de Trabajo.

- **Trabajo Despacho:** 2 horas
- **Trabajo Equipo:** 1 sesión de 2 horas

### **Fase 4**

Se desarrollaran las tres áreas de mejora estableciendo un calendario de trabajo para la realización de cada una de las acciones SMART, se elegirán las personas encargadas de desarrollarlas e implantarlas y se fijara un plazo máximo de 8 horas para su desarrollo.

- **Trabajo Despacho:** 6 horas
- **Trabajo Equipo:** 8 horas por mejora SMART

### **Fase 5**

El equipo de trabajo analizará el desarrollo de las acciones de mejora, su valoración por los clientes, el trabajo en equipo desarrollado, identificaran modificaciones a los procesos de trabajo desarrollados.

- **Trabajo Despacho:** 4 horas
- **Trabajo Equipo:** 3 horas por mejora SMART

### **Fase 6**

Informe final, con la elaboración de los entregables, herramientas de gestión y documentación final de cierre del trabajo

- **Trabajo Despacho:** 6 horas.
- **Trabajo empresa:** 2 horas

## **ENTREGABLES DEL PROYECTO**

Documentos o herramientas de gestión que se desarrollan como consecuencia del itinerario.

1. Métodos o proceso de captación de la opinión del cliente.
2. Tres mejoras tipo SMART implantadas en relación con los clientes.
3. Indicadores para el seguimiento y evaluación de las mejoras

## **CRONOGRAMA DE TRABAJO**

F	Acción a desarrollar	Mes				
		M0	M1	M2	M3	M4
1	Planificación del desarrollo del trabajo					
2	Identificar y captar la opinión del Cliente					
3	Identificar y seleccionar tres áreas de mejora en las relaciones con los clientes, tipo SMART					
4	Implantar tres áreas de mejora SMART					
5	Análisis de los resultados de las acciones SMART					
6	Informe Final					

**NOTA:** Este programa puede estar sujeto a las subvenciones de ADER que finalizan el 29/10/2011.

