



Pensa i reflexiona

La Casita de Paper ja és una realitat i ha començat a funcionar. La col·laboració amb EcoGreen ha sigut un èxit i amb ella Severina i Tomás han aconseguit diferenciar el seu negoci de la competència, ja que ofereixen productes reciclats a través dels residus de la seua pròpia ciutat.

És el moment de fer un pas més per oferir-li al client la millor experiència de compra. La Casita de Paper vol diferenciar-se de la competència oferint un servei al client d'alta qualitat. Actualment, el negoci ofereix una àmplia gamma de productes d'oficina, escolars i material creatiu, però ha identificat que pot millorar l'atenció personalitzada i els serveis complementaris.

Aquest repte et permetrà aplicar les teves habilitats d'anàlisi, creativitat i innovació en un entorn empresarial real. Ens endinsem en el món de la qualitat del servei al client per donar els millors consells a Severina i Tomás?

- a) Quin paper té la fidelització del consumidor en l'èxit a llarg termini d'una empresa?**
- b) Quins riscos enfronta un negoci que no compleix amb les normes de qualitat en els seus serveis?**
- c) Quins serveis addicionals afegiries en un negoci per augmentar la satisfacció del client?**
- d) De quina manera el client pot participar activament en la millora de la qualitat del servei?**

a) La fidelització és clau perquè els clients habituals compren més, recomanen el negoci, generen ingressos estables i redueixen els costos de captar nous clients. Un client fidel és la base de l'èxit a llarg termini.

b) Si un negoci no compleix normes de qualitat pot perdre clients, rebre males ressenyes, danyar la seva reputació, perdre vendes i enfrontar-se a reclamacions o sancions. La competència pot aprofitar-ho per quedar-se amb el seu mercat.



La qualitat del servei al client

- c)** Es poden afegir serveis com: embolcall de regals, personal shopper escolar, reserves de llibres i material, impressió i fotocòpies, encàrrecs ràpids, punts de reciclatge, targetes de fidelitat, tallers creatius o assessorament personalitzat.
- d)** El client pot participar donant suggeriments, valorant el servei en enquestes, deixant ressenyes, avisant d'errors, proposant millores o participant en activitats del negoci. La seva opinió directa és essencial per millorar la qualitat.



Activitats

1. La Laia ha viatjat a València per realitzar unes compres, és mig matí, i té gana, pel que passa per la Cafeteria Món, li ofereix un esmorzar de cafè amb llet i torrada, a un preu de 3,5 €, en què hi ha molta gent, per la qual cosa decideix buscar una altra cafeteria que no pugui oferir un esmorzar més amb l'esmorzar més. Uns carrers més avall, hi ha la Cafeteria Colón, l'oferta de la qual consisteix en un entrepà de pernil i formatge, més la beguda per 4 €. La Laia, compara les dues ofertes, i decideix per entrar a l'última que creu que li saciarà millor la gana que té, en acabar es queda un moment més per contemplar el jardí que es veu des de la cafeteria.

Indica les fases del procés de compra de la Laia.

Solució:

- **Necessitat:** La gana que té la Laia.
- **Cerca de la informació:** Quan esbrina el que ofereix la Cafeteria MAS-2, i posteriorment va a buscar altres cafeteries que pugui oferir alguna cosa més.
- **Avaluació de la informació:** Fa la comparació d'ambdues cafeteries.
- **Decisió de compra:** Quan escull la Cafeteria Andreu per esmorzar.
- **Actitud després de la compra:** El moment que la Laia es queda després de l'esmorzar, per contemplar el paisatge que es veu des de la cafeteria.

2. La Lluïsa ha de comprar oli, a més d'una cafetera de càpsules.

Descriu com actuaria la Lluïsa per fer aquestes compres i compara-les.

Solució:

- En el cas de la compra de l'oli, en ser una compra habitual, la Lluïsa com de costum, aniria al punt de venda i compraria l'article, sense dedicar gaire temps a les fases de cerca i avaluació de la informació.
- No obstant això, en la compra de la cafetera de càpsules, buscaria informació sobre les marques, recanvis, tipus de cafè que es venen amb càpsules, així com el cost d'aquestes, etc., per la qual cosa les fases de cerca i avaluació de



la informació serien més prolongades, alhora que el grau de participació en aquestes fases seria més gran que l'anterior.

Es pot dir que en el cas de la compra de l'oli es considera una compra habitual i, per tant, el procés és més senzill, mentre que la compra de la cafetera requereix un procés de més reflexió i per tant més complex.

3. Analitza els estímuls externs que podrien influir en el comportament de compra d'un consumidor que vol adquirir un telèfon mòbil d'última generació, utilitzant el model d'estímul-resposta de Philip Kotler.

Solució:

Estímuls externs:

1. Màrqueting:

- **Producte:** El consumidor està interessat en un telèfon mòbil amb una càmera d'alta qualitat, bona durada de bateria i un disseny modern.
- **Preu:** El preu del telèfon és competitiu i hi ha opcions de finançament disponibles.
- **Punt de Venda:** El telèfon està disponible tant a botigues físiques com en línia, amb opcions de lliurament ràpid.
- **Comunicació:** La marca ha llançat una campanya publicitària destacant les característiques innovadores del telèfon i oferint promocions especials.

2. Entorn:

- **Econòmic:** L'economia està estable, cosa que permet al consumidor considerar la compra d'un nou telèfon.
- **Tecnològic:** Hi ha avenços tecnològics recents que fan que el nou model de telèfon sigui més atractiu.
- **Polític:** No hi ha restriccions governamentals que afectin la compra del telèfon.
- **Cultural:** Hi ha una tendència cultural cap a l'ús de tecnologia avançada i dispositius mòbils d'última generació.



4. Visita acompanyat d'un company/a de classe un comerç i fa una simulació de compra i puntua les característiques de qualitat del servei següents.

Solució:

Per tal de realitzar correctament l'activitat, seria convenient que s'aclarissin prèviament els possibles dubtes que l'alumnat pogués tenir sobre aquestes característiques, posant-ne exemples.

S'han de donar instruccions a l'alumnat, en la forma d'actuar, ja que la simulació de compra ha de ser tan creïble com sigui possible.

El fet que es faci en parella és perquè puguin observar, molt millor tots els actes i elements que intervinguin en el procés.

És important que no portin elements que els pugui delatar, com ara la fitxa de treball, llibretes, bolígrafs, ja que ho han de memoritzar, i en finalitzar l'activitat omplir la fitxa sense que siguin observats, per les persones que els van atendre.

Seria convenient que finalitzada l'activitat per tots els alumnes de classe es fes una posada en comú.

5. L'empresa Skate recanvis SA ha fet una venda a Top Skater SL. El lliurament de la mercaderia s'ha de fer en un termini de cinc dies. Dos dies abans del lliurament, Top Skater es posa en contacte amb l'empresa proveïdora per sol·licitar-li mil unitats més del producte, i a ser possible que li serveixin en el mateix enviament, per això, ha parlat amb Carlos Álvarez, que és el representant de la zona, però com tot això depèn de producció, li ha passat la comunicació a Amanda Martí, cap de producció, i estipulat.

Es demana que enumeris i argumentis totes aquelles característiques del servei de qualitat estudiades han intervingut.

Solució:

- Fiabilitat, perquè es manté el termini del lliurament de mercaderia, fins i tot es manté en incrementar la comanda.
- Capacitat de resposta, ja que davant d'una sol·licitud inesperada del client, en un curt espai de temps, l'empresa es compromet a satisfer la demanda.
- Seguretat perquè s'ha donat una resposta amb professionalitat.



La qualitat del servei al client

- Accessibilitat per part del client, que no ha tingut problemes de comunicar-se, tant amb el representant de la zona com amb la cap de producció.

6. Formeu grups de 3-4 alumnes i identifiqueu altres característiques, a les propostes a l'epígraf 2, que també podrien ser importants per valorar un bon servei de qualitat. Justifiqueu la inclusió de les noves característiques.

Solució:

Exemple de Característiques Addicionals:

- **Innovació:** Capacitat de l'empresa per oferir solucions innovadores i mantenir-se actualitzada amb les tendències del mercat.
- **Consistència:** Proporcionar un servei de qualitat de manera constant en totes les interaccions amb el client.
- **Transparència:** Mantenir una comunicació clara i honesta amb el client sobre els processos i les polítiques de l'empresa.

7. Què significa i és AENOR?

Solució:

Significa *Associació Espanyola de Normalització i Certificació*.

És una entitat que es dedica al desenvolupament de la normalització i la certificació a tots els sectors industrials i de serveis.

8. Segons AENOR, què és una norma?

Solució:

És un document d'aplicació voluntària que conté especificacions tècniques basades en els resultats de l'experiència i el desenvolupament tecnològic.

9. Trieu un tipus de negoci (una botiga de roba, un restaurant, una clínica dental, etc.), i proposeu una norma que podria implementar l'empresa per



complir cadascun dels quatre objectius esmentats a l'epígraf 3 sobre les normes de qualitat del servei. Per exemple, per millorar la qualitat del servei prestat, un restaurant podria incorporar un sistema per rebre retroalimentació del client, per exemple un qüestionari de satisfacció.

Solució:

Si triem un **restaurant** com a tipus de negoci, aquestes serien les normes per complir els objectius marcats.

1. Millorar la qualitat del servei prestat:

Norma: Implementar un sistema de retroalimentació del client, per exemple un qüestionari de satisfacció després del servei prestat.

2. Perfeccionar la imatge de l'organització davant dels clients i el públic en general:

Norma: Mantenir una presència activa i positiva a les xarxes socials.

3. Optimitzar la gestió de l'organització:

Norma: Implementar un sistema de gestió de reserves i comandes en línia.

4. Incrementar el fet diferenciador de l'empresa respecte a la competència:

Norma: Oferir un menú de temporada amb ingredients locals i frescos.

10. Lola Sanz López, que va treballar a la seva joventut en un taller de sabates artesanals, dirigeix la Sabateria Lolita. L'establiment està situat al centre d'una gran ciutat, on hi ha gent que té una mitjana d'edat de 65 anys. La Lola observa que la gent gran, encara que manté les sabates en bon estat d'ús, les desgasta força.

Tenint en compte les característiques dels habitants de la zona, quin tipus de servei creus que podria implantar la Lola? Argumenta la resposta.

Solució:

El tipus de servei que s'ajustaria seria el de reparació de calçats pels motius següents:

- Lola Sanz té coneixements, ja que va treballar en un taller, i ha de conèixer les tècniques de reparació.



La qualitat del servei al client

- Els clients desgasten les sabates, mantenint-les en bon estat, per la qual cosa no cal comprar-ne de noves, només cal reparar-les.

11. Visita un establiment comercial i assenyala quins serveis addicionals presta.

Solució:

Els alumnes poden utilitzar una fitxa semblant a la següent:

Nom _____ de _____ l'establiment:

Domicili: _____

Ciutat: _____

SERVEIS OFEREIX	ADDICIONALS QUE COM ELS IMPLEMENTA

Especificar:



La qualitat del servei al client

Per tal de realitzar correctament l'activitat, seria convenient que s'aclarissin prèviament els possibles dubtes que l'alumnat pogués tenir sobre el tipus de serveis, posant-ne exemples.

S'han de donar instruccions a l'alumnat pel que fa a l'observació i la detecció dels serveis prestats per l'establiment.

És important que no portin elements que els puguin delatar, com ara la fitxa de treball, les llibretes o els bolígrafs, ja que han de memoritzar-lo, i en finalitzar l'activitat omplir la fitxa sense que siguin observats per les persones que els van atendre.

12. L'empresa Saqueta SL realitza un aparador on exposa tota una sèrie de productes de la famosa marca One Banana (OB). Entre ells, una bonica bossa OB el preu de la qual marca 125 €.

L'Edurne passa per davant de la botiga, li crida l'atenció la bossa de l'aparador i entra a l'establiment. En sol·licitar la bossa, el venedor li diu que no hi ha existències, i que a més, la bossa que val 125€ és de la marca LM, que no és gaire coneguda.

En el cas d'analitzar el que passa a l'Edurne, a quin tipus de discrepància creus que correspondria analitzar-ho?

Argumenta la resposta.

Solució:

- A la discrepància 4.
- A l'aparador hi ha una promesa, que eleva les expectatives de Virgínia, la bossa de marca OB, el preu també li sembla interessant, a més que en tot conjunt resulta atractiu. Mentre que les percepcions en entrar són deficientes, cosa que li produeix insatisfacció.

13. L'empresa Òmnibus SL ha implantat un pla de qualitat del servei, i s'ha detectat casualment que en el pagament amb targeta no s'identifica el client, ja que la responsable de la caixa coneix gairebé tots els clients,



La qualitat del servei al client

creant cert malestar a la clientela que acudeix per primera vegada. L'encarregat de la qualitat del servei és Indaleci Presto Pino, així com responsable de la implantació, aquesta incidència va ser detectada el 25 d'abril, per la caixa Elòdia Martínez Puche, l'anàlisi la realitza el mateix encarregat de la qualitat. Després d'avaluar la situació, s'acorda donar una sèrie d'instruccions a l'Elòdia, perquè sol·liciti als clients el DNI, perquè s'identifiqui a partir del 4 de maig, el termini per corregir la incidència acaba el 30 de maig, concloent que

L'Elòdia sol·licita a tots els clients el DNI, i obté el resultat que la clientela està d'acord amb la decisió.

Amb aquestes dades omple el comunicat d'incidències i accions correctores.

Solució:

Nom de l'empresa: Òmnibus SL		GESTIÓ D'INCIDÈNCIES	
		Nº:	
PART D'INCIDÈNCIES I ACCIONS CORRECTORES			
DETECCIÓ DE LA INCIDÈNCIA:	Per observació:	Per casualitat: S'ha detectat casualment a la caixa	Persistent:
Va ser detectada per: Elòdia Martínez Puche			
Descripció de la incidència: Al pagament amb targeta no s'identifica el client, creant insatisfacció.			
Lloc on es va detectar la incidència: A la caixa			
AVALUACIÓ DE LES CAUSES QUE HAN ORIGINAT LA INCIDÈNCIA			
Participants en la investigació: Indaleci Presto Pi.			
IMPLANTACIÓ DE LES ACCIONS			



La qualitat del servei al client

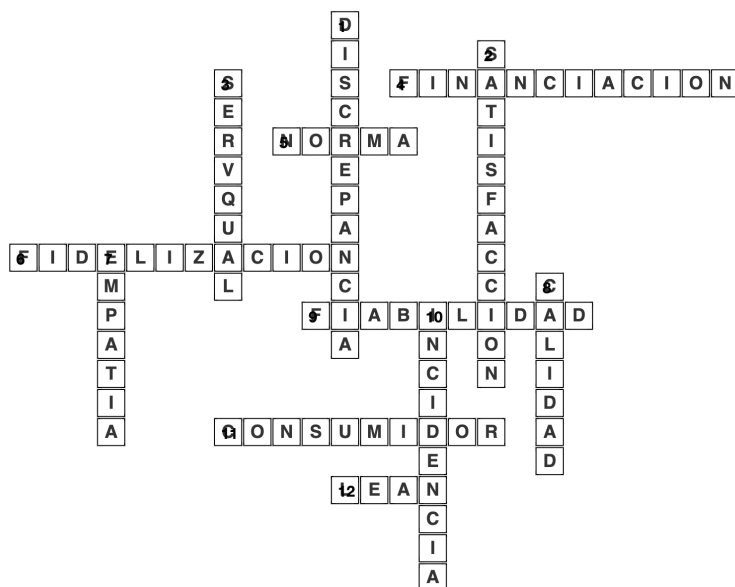
Causes probables de la incidència:		Acció a desenvolupar	Resultat
a) La responsable de la caixa coneix gairebé tots els clients.			
b)			
c)			
Responsables de la implantació: Indaleci Presto Pino.			
Data d'inici: 4 de maig		Data de finalització: 30 de maig	
Observacions: Elòdia Martínez Puche segueix les instruccions que se li han donat.			Signatura: 
Resultats obtinguts en la implantació:	Correcta: _____ Els resultats són satisfactoris, els clients ho accepten gustosament.	Retardada: _____ Data prevista:	Incorrecta: Nou part d'incidència Nº _____
TANCAMENT DEL PART			
Responsable: Indaleci Presto Pi	Data: 30 de maig	Signatura: 	



Activitat de síntesi

1. Resol els mots encreuats següents a partir de les definicions, corresponents als conceptes apresos durant aquesta unitat.

Actividad síntesis



Horizontales

4. Opciones de pago a plazos o créditos que faciliten al cliente la compra del producto.
5. Pauta que debe respetarse y cumplirse con el fin de adecuar ciertos comportamientos o actividades.
6. Ofrecer recompensas a los clientes frecuentes, como descuentos, puntos acumulables o beneficios exclusivos.
9. Se da cuando la empresa ejecuta el servicio cumpliendo honestamente y con precisión los compromisos adquiridos con el cliente.
11. Toda persona o colectivo que adquiere bienes o servicios a cambio de una contraprestación, con el fin de usarlos para satisfacer una necesidad.
12. Método de de gestión empresarial que se enfoca en maximizar el valor para el cliente, eliminando desperdicios en los procesos.

Verticales

1. Se genera entre las expectativas y el servicio real obtenido por el consumidor, y deriva en una ausencia de calidad.
2. Sucede cuando las percepciones del cliente son mayores que sus expectativas.
3. Escala para medir el grado de satisfacción del consumidor
7. El cliente espera que le atiendan de forma personal e individualizada, que le escuchen.
8. Es lo que el cliente espera obtener de dicho servicio y lo que desea pagar por el mismo.
10. Es aquello que sucede en el desarrollo de una actividad o negocio y que influye en el resultado final.

Generador de Crucigramas | educima.com



En equip

Quique es troba a Barcelona per un viatge de treball, i s'allotja a Hotel Les Rambles. L'últim dia d'estada a la ciutat decideix fer una passejada per l'encantadora ciutat, i en arribar a una important avinguda situada a prop de l'hotel on s'allotja, veu la botiga Purificació Mora.

Es para davant de l'aparador i veu un preciós joc de llit de cotó. Li crida l'atenció que sigui d'un famós dissenyador, i a més el preu del producte és molt interessant, ja que en comparació amb altres establiments resulta força econòmic. Tot això fa que es decideixi a entrar en aquest establiment, disposat a comprar-lo, ja que fa temps que busca una cosa semblant que faci joc amb el mobiliari de l'habitació de casa que acaba de reformar.

En entrar a l'establiment us atén Mar, una simpàtica venedora que us ajuda en tot el procés de compra. Mentre Mar atén Quique, entra un operari del magatzem amb un paquet i indica a l'encarregat del punt de venda, que hi ha un article defectuós i que el deixa allà perquè procedeixin a la devolució al proveïdor.

Un cop finalitzada la compra, Mar agafa el paquet amb l'article defectuós, que és molt semblant a l'article que Quique ha adquirit, i sense adonar-se'n l'embolcalla i li lliura al client. Uns instants després, l'encarregat del punt de venda, en buscar el paquet amb la mercaderia defectuosa i no trobar-lo, s'adona que els articles han canviat. Ho comenta a Mar i corren a solucionar l'error.

Formeu grups de 4 estudiants i analitzeu el cas

A tenir en compte

- Penseu en el comportament del consumidor, sobretot el model basat en l'esquema estímulo-resposta.
- Recordeu que quan es comet un error has d'actuar de la manera següent:
 - Reconèixer que hi ha hagut un error.
 - Disculpar-nos per les molèsties causades.
 - Compensar el client.
 - Actuar perquè aquest error no es torni a repetir.



Qüestions a resoldre

- Indiqueu quins estímuls externs de màrqueting influeixen en Quique per entrar a comprar i argumenteu-los.
- Descriviu el que faríeu si fóssiu l'encarregat del punt de venda i sabeu l'hotel on s'allotja Quique.

Solució:

- El producte, pel disseny, el preu que és més econòmic, resultant interessant, un altre estímulo podria ser el punt de venda, ja que l'aparador fa que s'aturi i mostri el producte i preu, que fa que es decideixi a comprar.
- Només detectar l'error, seguiria els passos següents:
 - Contactar ràpidament amb l'hotel per si Quique es troba al mateix.
 - Preparar un altre joc de llit, idèntic al que es va endur, embolicar-lo correctament, afegir-hi una targeta on es reflecteixi amb brevetat les disculpes per les molèsties causades i agrair-li la seva amabilitat.
 - Aniria a l'hotel per lliurar-li personalment el producte, assegurant-me que està en perfectes condicions.
 - Un cop estigués davant del client, el saludaria amb un amable somriure i li explicaria el que havia passat.
 - Un cop fet el lliurament, li oferiria un regal com a compensació de l'error comès.
 - Analitzaria tot el que ha passat, per la qual cosa es proposaria destinar un espai per col·locar els productes defectuosos, amb indicacions específiques, perquè no es torni a repetir l'error.



Test de repàs

1. c)
2. b)
3. c)
4. c)
5. a)
6. c)
7. b)
8. a)
9. a)
10. b)
11. c)
12. c)
13. a)
14. b)
15. c)
16. b)



Comprova el teu aprenentatge

Conèixer el consumidor

1. Enumera tots aquells aspectes que ajuden l'empresa a conèixer el consumidor.

Solució:

- Les persones que constitueixen el mercat.
- Els productes o serveis que compra.
- Els motius pels quals compra.
- Les persones que intervenen a la compra.
- Com es compren els productes o serveis.
- Quan es compren.
- A quin lloc es compren.

2. A Maria fa temps que el frigorífic no li funciona bé, i ha de llençar algun àpat, perquè està en mal estat, a causa del funcionament del mateix, ha acudit a diverses botigues d'electrodomèstics, que li han passat diferents ofertes de frigorífics, un dia les recull totes per contrastar-les i anar a comprar a l'establiment que ella cregui més convenient, una vegada endavant, tindrà el frigorífic en bones condicions i podrà conservar el menjar perfectament.

Describeix les fases del procés de compra de Maria.

Solució:

1. Reconeixement de la necessitat: el frigorífic no li funciona bé, i ha de llençar algun àpat, perquè està en mal estat, a causa del seu funcionament.
2. Cerca d'informació: aneu a diverses botigues d'electrodomèstics, que us han passat diferents ofertes de frigorífics.
3. Avaluació de la informació: quan recull les ofertes per contrastar-les.
4. Es decideix comprar: quan decideix anar a comprar a l'establiment que cregui més convenient.



5. Actitud després de la compra: És estat d'estar contenta, després de solucionar el problema del frigorífic, que podrà conservar millor el menjar.

Identificar les característiques del servei de qualitat en un petit comerç

3. Un client va a una gran àrea comercial de bricolatge, desitja que li expliquin el funcionament d'un aparell que ha adquirit per al jardí, el primer empleat li diu que les instruccions estan escrites al prestatge, les miri i si té algun dubte que li truqui.

Quina característica d'un bon servei de qualitat incompleix. Raona la resposta.

Solució:

S'incompleixen diverses característiques. En primer lloc, la capacitat de resposta, ja que l'empleat no es posa a disposició del client per tal d'ajudar en els dubtes que puguin sorgir al client. Una altra característica que s'incompleix és l'empatia, ja que el client no és atès de manera personal i individualitzada. Per tant, no poden identificar les seves necessitats, per poder satisfer-les, finalment, es pot dir que una altra característica incomplerta podria ser la cortesia, l'empleat podrà respondre amb educació, però, no s'ha acurat en l'atenció.

4. Especifica totes les característiques d'un servei de qualitat que hem estudiat a la present unitat.

Solució:

Resposta lliure.

Comprendre les normes de qualitat i codis de bones pràctiques al petit comerç

5. Relaciona les descripcions amb els corresponents elements:

Solució:



La qualitat del servei al client

- Actuar amb honradesa, sent sincer i veraç amb els seus arguments. Credibilitat.
- Quan s'és comprensiu amb el client, se'n té un coneixement ple, satisfent les seves necessitats. Comprensió del client.
- Quan no ens equivoquem, ni cometem errors, o sigui, no li fallem al client. Fiabilitat.
- L'espai del punt de venda on es desenvolupa l'activitat comercial. Instal·lacions.
- El conjunt d'articles que ofereix el punt de venda. Assortiment.
- Quan es té un tracte amable i es presta atenció amb molt de respecte al client. Cortesia.
- Quan el client va al punt de venda, tranquil perquè no corre cap risc. Seguretat.

6. Cerca a www.aenor.es:

a) Què és una norma?

b) Què garanteix la norma?

c) Indica aquells aspectes corresponents a les normes relatives a productes alimentaris que poden beneficiar un consumidor en un supermercat que posseeix la certificació expedida per AENOR.

Solució:

Resposta lliure.

Definir els serveis addicionals a la venda

7. Enumera els serveis addicionals a la venda més demandats, segons el que estudia aquesta unitat.

Solució:

- La possibilitat de fer el pagament amb targeta.
- L'existència d'un programa o targeta de fidelització dels clients que us informi sobre inici de temporada, rebaixes, ofertes especials, etc.
- Possibilitat d'aparcament proper al comerç, en cas que no sigui propi,



La qualitat del servei al client

proporcionar al client vals, perquè sigui gratuït, o que se'l descompti de l'import.

- Servei de guarderia. Pot ser per a nens, en el qual hi ha d'haver personal que estigui vigilant i entretenant-los mentre els pares efectuen les compres. També hi pot haver un tipus d'escola bressol per a mascotes, ja que hi ha llocs que no es permet l'entrada.
- El lliurament a domicili dels productes adquirits.
- Caixa ràpida per al cobrament.
- La política de devolució dels productes, incloent-hi les condicions, el termini que s'admet després de comprar-lo, tot això ho ha de conèixer el client, mitjançant cartells informatius.
- Serveis d'arranjaments. Aquest tipus de serveis sol emprar-se molt als comerços on es venen peces de vestir.
- Servei d'instal·lació. Hi ha productes que per les seves característiques necessiten instal·lació, tals electrodomèstics, mobles, etc., que es requereix la presència d'un tècnic, per muntar-los, o per funcionar.
- Finançament de la compra, és un servei que es demana normalment quan l'import de la mateixa és considerable.
- Possibilitat de realitzar la venda on line, per això l'establiment ha de tenir capacitat a nivell tècnic i informàtic per poder oferir aquest servei.

8. Indica què suposa per a un petit comerç oferir un conjunt important de serveis addicionals a la venda.

Solució:

Resposta lliure.

Determinar els instruments per mesurar la qualitat

9. Lorenzo passa per davant d'un comerç que amb prou feines li crida l'atenció, ja que té un aspecte d'envellit, l'aparador està desordenat, però una vegada és a l'interior del mateix, comprova que s'ha fet una reforma, i té un interior molt bonic, i observa que el conjunt de productes exposats està ordenat, amb les entrades etiquetes de preus i els models són actuals preguntant-li si volia alguna ajuda.

Quines expectatives i percepcions ha tingut Lorenzo?



Solució:

- Expectatives: en principi negatives, per l'aspecte extern de l'establiment.
- Percepcions: l'impacte que va rebre en entrar a l'establiment, per l'interiorisme, l'assortiment ordenat, amb les etiquetes de preus i models actualitzats. També us sorprèn l'amabilitat de la persona que us atén en entrar.

Especificar el pla de gestió d'incidències

10. Enumera les fases que constitueixen un pla de gestió d'incidències.

Solució:

1. Detectar la incidència. Es pot descobrir que existeix mitjançant l'observació en el desenvolupament de l'activitat en conjunt.
2. Identificar la incidència. Reconèixer que el fet s'ha produït, d'on ha sorgit, qui hi ha intervingut.
3. Avaluar, si hi ha cap responsable de la qualitat del servei, juntament amb alguns operaris implicats en la implantació del servei de qualitat. Estudiaran i analitzaran les causes que han originat la incidència.
4. Establiment de les accions que cal desenvolupar. Un cop esbrinades les causes, les persones que han realitzat l'avaluació poden proposar algunes actuacions per solucionar-ne la incidència.
5. Implantar les accions oportunes encaminades a solucionar la incidència.
6. Comprovar que aquestes accions han fet efecte, i en cas contrari s'ha de comunicar al gerent de l'empresa perquè prengui les decisions que cregui convenientes.
7. Un cop s'ha actuat per corregir la incidència, es contrastarà si la solució ha estat efectiva o no ha tingut l'efecte esperat. En el primer cas, s'han de fer constar tots els passos fets fins a obtenir el resultat, a fi que constin a les instruccions del personal que col·labora en l'activitat; en cas contrari, se n'estudiaran les causes i es plantejaran altres accions correctores.
8. Finalment s'ha de fer un informe, adjuntant la documentació que s'hagi preparat amb aquesta finalitat, i arxivant-ho tot el responsable de qualitat del servei.



Establir el pla de qualitat del petit comerç

11. Enumera els continguts d'un pla de qualitat al petit comerç.

Solució:

- a) Introducció.
- b) Establiment dels objectius generals de l'empresa.
- c) Descripció de la política de qualitat que es vol aplicar al comerç.
- d) Objectius que es volen assolir en la implantació de la qualitat.
- e) L'atenció i la satisfacció al client.
- f) Gestió mediambiental.
- g) Desenvolupament de l'activitat comercial.
- h) Descripció dels elements de seguretat.
- i) Organigrama del comerç, amb atribució de competències.
- j) Programa de millora contínua.
- k) Concreció dels sistemes de control.
- l) Propostes de millores.

12. Destaca la importància del pla de qualitat al petit comerç i posa un exemple de la capacitat d'adaptació dels petits establiments davant de les grans superfícies.

Solució:

El petit comerç destaca per l'atenció personalitzada i la qualitat en el servei, oferint un tracte més proper i personalitzat als seus clients, cosa que genera una relació de confiança i fidelitat. Per això, és important que desenvolupi un pla de qualitat que li possibiliti diferenciar-se de les grans superfícies.

Un exemple clar de la capacitat d'adaptació dels petits establiments davant de les grans superfícies és la **personalització del servei**. Mentre que les grans superfícies solen oferir una experiència de compra més estandarditzada, els petits comerços es poden adaptar ràpidament a les necessitats i preferències dels seus clients.

Per exemple, una botiga de barri pot conèixer els seus clients habituals pel seu nom, recordar-ne les preferències i oferir recomanacions personalitzades. Si un client entra buscant un vi específic per a un sopar, el propietari de la botiga, que coneix bé els seus gustos, pot suggerir el vi perfecte i fins i tot oferir consells sobre maridatge.



Repte professional 'Pla de qualitat de La Caseta de Paper'

Investiga

El Tomàs i la Severina han fet una gran feina i nosaltres els hem ajudat que el seu somni empresarial fos un èxit. Ara que el negoci ha començat a fer els seus primers passos, 'La Caseta de Paper' necessita oferir un gran servei per convertir-se en l'empresa referent del sector a la seva localitat. La seva col·laboració amb EcoGreen és un valor afegit que ofereix proximitat, responsabilitat i consciència social i local. Oferir un servei de qualitat és clau per assolir l'èxit d'aquest comerç, que es basa en:

- **Atenció Personalitzada:** Brindar un tracte proper i adaptat a les necessitats específiques de cada client.
- **Varietat i Disponibilitat de Productes:** Mantenir un inventari ampli i actualitzat que satisfaci les demandes del mercat.
- **Ambient Acolridor i Organitzat:** Oferir un espai net, ben il·luminat i amb una disposició lògica dels productes per facilitar-ne l'experiència de compra.
- **Coneixement del Producte:** El personal ha d'estar capacitat per assessorar adequadament els clients sobre les característiques i usos dels articles disponibles.
- **Rapidesa al Servei:** Minimitzar els temps d'espera i garantir processos de compra àgils.

És el moment, per tant, d'endinsar-se al món de la gestió de qualitat, i, després de l'estudi d'aquesta Unitat, nosaltres podem ser de gran ajuda. Per assegurar un servei de qualitat, la papereria pot implementar les normes següents:

ISO 9001:2015 Estableix els requisits per a un sistema de gestió de la qualitat, enfocant-se a la satisfacció del client i la millora contínua.

ISO 10005:2028 Proporciona directrius per elaborar plans de qualitat específics per a projectes o productes.

Polítiques Internes de Qualitat: Desenvolupar procediments propis que assegurin la consistència a l'atenció al client, la gestió d'inventaris i la resolució d'incidències.



Consulta aquestes normes a Internet i extreu allò que consideris oportú per a aquest negoci.

Elabora

Formeu equips de 4 alumnes i treballeu en els escenaris següents:

a) Imagineu que un client compra una caixa de marcadors permanents. En arribar a casa, s'adona que dos dels marcadors no funcionen correctament (la tinta és seca). El client torna a la papereria per reportar el problema.

Què hem de fer sobre això? Feu un pla de gestió d'incidències i un formulari d'incidències.

b) Desenvolueu un pla qualitat que inclogui els objectius següents:

- Millorar la Satisfacció del Client: Augmentar la puntuació de satisfacció en enquestes postcompra en un 15% en els propers sis mesos.**
- Optimitzar la gestió d'inventaris: reduir en un 20% les incidències de productes esgotats mitjançant una gestió proactiva de l'estoc.**
- Incrementar la Fidelització: Aconseguir que el 30% dels clients realitzin compres recurrents el proper any.**

Presenta

A través d'una presentació a Canva, expliqueu a la resta de classes el pla de gestió d'incidències i el pla de qualitat que heu elaborat.

Solució:

Investiga

Els estudiants poden consultar els següents portals web:

- <https://www.aenor.com/certificacion/calidad/iso-9001>
- <https://www.iso.org/obp/ui#iso:std:iso:10005:ed-3:v1:es>



- <https://www.unifikas.com/es/noticias/politica-de-calidad-de-una-empresa-bajo-la-norma-iso-9001>

Elabora

a) Gestió de la Incidència

1. Identificació i Registre:

El personal de la papereria escolta el client i registra la incidència en el sistema intern amb les dades següents:

- Data i hora de la compra.
- Producte afectat (marca, model, codi).
- Descripció del problema.
- Nom i dades de contacte del client (si cal per al seguiment).

2. Anàlisi de Causes:

L'encarregat verifica el lot de marcadors a l'inventari per confirmar si altres productes presenten el mateix problema. S'identifica que alguns marcadors del lot tenen la mateixa falla, probablement degut a un error de fabricació.

3. Implementació de Solucions:

- **Immediata:** S'ofereix al client un canvi per una caixa de marcadors nova o un reemborsament complet.
- **Preventiva:** El lot defectuós es retira de les prestatgeries, i es contacta al proveïdor per informar del problema i sol·licitar un reemplaçament o compensació.

4. Seguiment i Avaluació:

El personal segueix el cas per confirmar que el client està satisfet amb la solució. A més, es revisen els protocols de recepció de productes per reforçar la inspecció de qualitat al moment de rebre mercaderia.

b) 1. Característiques del Servei de Qualitat a la Papereria

- **Atenció Personalitzada:** Brindar un tracte proper i adaptat a les necessitats específiques de cada client.
- **Varietat i Disponibilitat de Productes:** Mantenir un inventari ampli i actualitzat que satisfaci les demandes del mercat.



La qualitat del servei al client

- **Ambient acollidor i organitzat:** Oferir un espai net, ben il·luminat i amb una disposició lògica dels productes per facilitar l'experiència de compra.
- **Coneixement del Producte:** El personal ha d'estar capacitat per assessorar adequadament els clients sobre les característiques i usos dels articles disponibles.
- **Rapidesa al Servei:** Minimitzar els temps d'espera i garantir processos de compra àgils.

2. Normes de Qualitat del Servei

Per assegurar un servei de qualitat, la papereria pot implementar les normes següents:

- **ISO 9001:** Estableix els requisits per a un sistema de gestió de la qualitat, enfocant-se a la satisfacció del client i la millora contínua.
- **ISO 10005:** Proporciona directrius per elaborar plans de qualitat específics per a projectes o productes.
- **Polítiques Internes de Qualitat:** Desenvolupar procediments propis que assegurin la consistència a l'atenció al client, la gestió d'inventaris i la resolució d'incidències.

3. Aplicació del Mètode SERVQUAL

El model SERVQUAL avalua la qualitat del servei a través de cinc dimensions:

- **Fiabilitat:** Capacitat per oferir el servei promès de manera precisa i fiable.
- **Capacitat de Resposta:** Disposició i promptitud per ajudar els clients i proporcionar un servei ràpid.
- **Seguretat:** coneixement i cortesia dels empleats, així com la seva habilitat per transmetre confiança.
- **Empatia:** Atenció individualitzada que l'empresa ofereix als clients.
- **Aspectes Tangibles:** Aparència de les instal·lacions físiques, equips, personal i materials de comunicació.

4. Pla de gestió d'incidències

Un pla efectiu per manejar incidències ha d'incloure:

- **Identificació i Registre:** Documentar totes les incidències reportades pels clients o detectades internament.



- **Anàlisi de Causes:** Investigar l'origen de cada incidència per implementar solucions efectives.
- **Implementació de Solucions:** Aplicar mesures correctives i preventives per evitar la recurrència de problemes.
- **Seguiment i Avaluació:** Monitoritzar l'efectivitat de les solucions implementades i fer ajustaments quan sigui necessari.

5. Pla de Qualitat per a la Papereria

Objectius:

- **Millorar la Satisfacció del Client:** Augmentar la puntuació de satisfacció en enquestes postcompra en un 15% en els propers sis mesos.
- **Optimitzar la gestió d'inventaris:** reduir en un 20% les incidències de productes esgotats mitjançant una gestió proactiva de l'estoc.
- **Incrementar la Fidelització:** Aconseguir que el 30% dels clients realitzin compres recurrents el proper any.

Estratègies:

- **Capacitació del Personal:** Realitzar tallers trimestrals en atenció al client i coneixement de productes.
- **Implementació de Tecnologia:** Adoptar un sistema de gestió d'inventaris i vendes que permeti un control eficient i faciliti la presa de decisions.
- **Programes de Fidelització:** Desenvolupar targetes de client freqüent amb descomptes i promocions exclusives.
- **Millores a la Infraestructura:** Renovar les instal·lacions per crear un ambient més atractiu i funcional per als clients.

Indicadors de Qualitat:

- **Nivell de Satisfacció del Client:** Mesurament a través d'enquestes i feedback directe.
- **Taxa de Reclamacions:** Nombre de queixes rebudes per cada 100 vendes realitzades.
- **Rotació d'Inventari:** Freqüència amb què es renova l'estoc de productes.
- **Taxa de Retenció de Clients:** Percentatge de clients que fan compres repetides en un període determinat.



La qualitat del servei al client

Implementar aquest pla de qualitat permetrà a la papereria no sols satisfer les expectatives dels seus clients, sinó també diferenciar-se en un mercat competitiu, promovent la millora contínua i l'excel·lència en el servei.