



Carla trabaja como gerente de una cadena de perfumerías regional. En los últimos meses las quejas en redes sociales por la falta de agilidad en la atención recibida y el desconocimiento del personal de las novedades del catálogo están siendo más frecuentes de lo habitual, lo cual está afectando negativamente a la imagen del negocio.

Aun teniendo muy buenos precios, las ventas han comenzado a resentirse, por lo que Carla ha diseñado un plan de mejora de la atención prestada que busca capacitar al personal en la venta de productos, creando un sistema de turnos más eficiente y mejorando los canales de comunicación con la clientela.

a) ¿Crees que las medidas que se han puesto en marcha pueden influir positivamente en la satisfacción de la clientela? ¿Cómo?

b) ¿Un cliente puede ser fiel cuando no ha encontrado plena satisfacción en el producto adquirido? Comenta tu respuesta con tus compañeros y compañeras.

a) Sí, estas medidas pueden mejorar significativamente la satisfacción de la clientela. Capacitar al personal hará que conozcan mejor los productos y puedan asesorar con seguridad; un sistema de turnos más eficiente reducirá los tiempos de espera; y mejorar los canales de comunicación permitirá resolver dudas e incidencias con rapidez. Todo ello hará que la experiencia de compra sea más fluida, profesional y agradable, lo que puede recuperar la confianza de los clientes y mejorar la imagen de la cadena.

b) En general, es difícil que un cliente sea fiel si no ha quedado plenamente satisfecho, porque buscará alternativas que le ofrezcan una experiencia mejor. Sin embargo, puede mantenerse fiel si la empresa reconoce el problema, ofrece una solución rápida y demuestra interés por mejorar. La manera en que una marca gestiona un fallo puede influir tanto como el producto en sí a la hora de conservar la fidelidad del cliente.

Activitats

1. Es pot satisfer un client amb un producte que no sigui de qualitat? Justifica la teva resposta.



No, no es pot satisfer un client amb un producte que no sigui de qualitat. La satisfacció del client està directament relacionada amb la percepció de qualitat que té sobre el producte o servei rebut. Si el producte no compleix les expectatives mínimes de qualitat que el client espera, difícilment quedarà satisfet. La qualitat és un requisit fonamental per aconseguir la satisfacció, ja que implica que el producte o servei compleixi la seva funció bàsica i les característiques que el client espera. Quan un producte no té qualitat, genera frustració, decepció i, per tant, insatisfacció en el client.

2. Defineix amb les teves paraules què entens per excel·lència. L'excel·lència té alguna relació amb la qualitat?

L'excel·lència és la capacitat de superar les expectatives del client, oferint un nivell de servei o producte que va més enllà del que esperava rebre. És sorprendre positivament el client, donant-li més del que podia anticipar.

L'excel·lència té una relació estreta amb la qualitat, però va un pas més enllà. Mentre que la qualitat implica complir les expectatives del client, l'excel·lència suposa superar-les. La qualitat és el punt de partida necessari per assolir l'excel·lència. Sense qualitat no hi pot haver excel·lència, però tenir qualitat no garanteix l'excel·lència. L'excel·lència es podria considerar com el nivell superior de la qualitat, on no només se satisfan les necessitats del client, sinó que se'l sorprèn positivament.

3. Un empresari pot influir en la qualitat percebuda en el seu producte? De quina manera?

Sí, un empresari pot influir significativament en la qualitat percebuda del producte de diverses maneres:

- A través de la publicitat i comunicació, creant expectatives realistes o superiors sobre el producte.
- Mitjançant la presentació i el packaging del producte, que influeixen a la primera impressió del client.
- Oferint un servei d'atenció al client eficient i amable que acompanyi el producte.



Control de la qualitat i millora del servei

- Tenir cura de tots els detalls de l'entorn on es comercialitza el producte (instal·lacions netes, personal ben presentat, etc.).
- Formant adequadament el personal perquè transmeti confiança i seguretat al client.
- Personalitzant l'atenció per adaptar-se a les necessitats específiques de cada client.
- Implementar sistemes de seguiment postvenda que demostrin interès per la satisfacció del client.

4. Creus que per a una empresa asseguradora és important tenir un departament d'atenció al client de qualitat? Per què?

Sí, per a una empresa asseguradora és fonamental tenir un departament d'atenció al client de qualitat per diverses raons:

- El producte que venen (assegurances) és intangible i el seu valor real es percep principalment quan passa un sinistre, moment en què el client està especialment vulnerable i necessita una atenció ràpida i eficaç.
- La confiança és clau al sector assegurador, i aquesta es construeix en gran mesura a través de la qualitat de l'atenció rebuda.
- Els clients solen tenir dubtes sobre les cobertures i condicions de les pòlisses, per la qual cosa necessiten explicacions clares i precises.
- Una bona gestió de reclamacions pot convertir una situació negativa en una oportunitat per fidelitzar el client.
- El sector assegurador és molt competitiu, i la qualitat del servei d'atenció al client pot ser un factor diferenciador clau.
- Els clients satisfets amb l'atenció rebuda tendeixen a renovar les pòlisses i a contractar nous productes, augmentant el valor del client per a la companyia.

5. Creus que per a una empresa és important tenir la màxima informació sobre la clientela actual per aconseguir un servei de qualitat? Justifica la teva resposta.

Sí, és fonamental que una empresa tingui la màxima informació sobre la seva clientela actual per aconseguir un servei de qualitat, per les raons següents:



Control de la qualitat i millora del servei

- Permet personalitzar el servei segons les necessitats específiques de cada client, cosa que augmenta la seva satisfacció.
- Facilita anticipació a possibles problemes o necessitats futures del client.
- Ajuda a identificar patrons de comportament i preferències que permeten millorar l'oferta de productes i serveis.
- Possibilita la segmentació de clients per oferir un tracte diferenciat segons el valor per a l'empresa.
- Permet mesurar amb més precisió la satisfacció del client i detectar àrees de millora.
- Facilita la comunicació efectiva amb el client, fent servir els canals que prefereix i adaptant el missatge als seus interessos.
- Ajuda a desenvolupar estratègies de fidelització més efectives, basades en el coneixement real del que valora cada client.

6. Busca a Internet una empresa i enumera els canals que utilitza per establir una comunicació fluida i permanent amb la clientela.

Empresa: Amazon

Canals de comunicació amb la clientela:

1. Pàgina web amb xat en viu per a consultes immediates
2. Aplicació mòbil amb sistema de notifikacions
3. Servei telefònic d'atenció al client 24/7
4. Correu electrònic per a consultes i reclamacions
5. Xarxes socials (Twitter, Facebook, Instagram) per a interacció directa
6. Sistema de valoracions i ressenyes de productes
7. Fòrums de la comunitat Amazon per resoldre dubtes entre usuaris
8. Servei de missatgeria SMS per a seguiment de comandes
9. Newsletters personalitzades segons historial de compres
10. Enquestes de satisfacció post-compra

7. A través d'un exemple elaborat per tu mateix, estableix la diferència entre criteri de qualitat, indicador de qualitat i estàndard de qualitat.



Per a un restaurant de menjar ràpid:

- Criteri de qualitat: El temps d'espera per ser atès en caixa ha de ser breu per considerar que el servei és de qualitat.
- Indicador de qualitat: El nombre de clients que esperen menys de 3 minuts per ser atesos a la caixa.
- Estàndard de qualitat: Almenys el 95% dels clients han de ser atesos a la caixa en menys de 3 minuts.

El criteri estableix la característica que ha de complir el servei per ser considerat de qualitat (temps breu d'espera), l'indicador és la mesura concreta que utilitzem per avaluar aquest criteri (clients atesos en menys de 3 minuts), i l'estàndard és el nivell mínim acceptable que aquest indicador ha d'assolir per considerar que es compleix amb la qualitat requerida (95% dels clients).

8. Per què diem que mesurar la qualitat d'un servei és una tasca complexa?

Mesurar la qualitat d'un servei és una tasca complexa per diverses raons:

- La qualitat és un valor subjectiu que depèn de la percepció individual de cada client.
- Les expectatives dels clients són diferents i canvien constantment.
- La qualitat percebuda inclou aspectes objectius però també subjectius difícils de quantificar.
- L'experiència d'ús del servei està influïda per múltiples factors, alguns externs a la pròpia empresa.
- La satisfacció amb un servei depèn no sols del resultat final sinó també del procés de prestació.
- És difícil establir paràmetres universals que mesurin la qualitat d'un servei, ja que cada client en valora aspectes diferents.



Control de la qualitat i millora del servei

- La qualitat del servei es construeix a partir de múltiples interaccions al llarg del temps, no pas d'un únic moment.
- Els clients no sempre expressen clarament el nivell de satisfacció o insatisfacció.

9. Cerca informació sobre què és un cercle de qualitat. Com s'hi implanten? Quins beneficis generen per a una empresa?

Un cercle de qualitat és un grup de treball format per personal altament motivat, procedent de diferents departaments de l'empresa, que té per objectiu buscar solucions globals als diferents problemes que sorgeixin relacionats amb la qualitat.

Implantació dels cercles de qualitat:

1. Compromís de la direcció amb la filosofia dels cercles de qualitat
2. Formació dels participants en tècniques de resolució de problemes
3. Selecció de membres motivats i de diferents àrees
4. Establiment de reunions periòdiques amb agenda definida
5. Identificació de problemes específics a resoldre
6. Anàlisi de causes i proposta de solucions
7. Presentació de propostes a la direcció
8. Implementació de les solucions aprovades
9. Seguiment i avaluació de resultats
10. Reconeixement dels èxits aconseguits

Beneficis per a l'empresa:

- Millora de la qualitat de productes i serveis
- Major implicació i motivació dels empleats
- Desenvolupament del treball en equip i la comunicació interdepartamental
- Aprofitament del coneixement i experiència dels treballadors
- Reducció de costos per disminució d'errors i reprocessos
- Millora del clima laboral i reducció de la rotació de personal
- Increment de la productivitat
- Foment de la cultura de millora contínua



- Major capacitat d'adaptació al canvi
- Augment de la satisfacció del client

10. Elabora un esquema on exposes les diferents eines que té una empresa per mesurar la qualitat del servei.

EINES PER MESURAR LA QUALITAT DEL SERVEI

I. AVALUACIONS INTERNES

A. Anàlisi de documents interns

- Registres d'incidències
- Informes d'exercici

B. Enquestes a treballadors

- Qüestionaris d'autoavaluació
- Entrevistes al personal

C. Auditories internes

- Revisió de procediments
- Verificació de compliment de protocols

II. AVALUACIONS EXTERNES

A. Auditories externes

- Avaluació de procediments per especialistes
- Auditoria d'autoavaluacions

B. Registres de comunicació amb clients

- Queixes i reclamacions
- Suggestiments
- Felicitacions

C. Qüestionaris de satisfacció

- En paper (establiment/correu postal)
- Entrevistes personals
- Entrevistes telefòniques



- Qüestionaris online (email/web)

D. Tècniques especials

- Client misteriós (compra fantasma)
- Anàlisi de clients perduts
- Grups focals amb clients

III. INDICADORS DE QUALITAT

A. Temps de resposta

- Durada mitjana de resolució de consultes
- Temps d'espera

B. Indicadors d'eficàcia

- Percentatge de clients atesos sense incidències
- Percentatge de consultes resoltes directament

C. Indicadors de problemes

- Percentatge de reclamacions
- Percentatge de devolucions

D. Indicadors de satisfacció

- Grau de satisfacció mitjà
- Percentatge de clients que repeteixen

11. Seguint l'esquema proposat, elabora un model de qüestionari que serveixi per avaluar la qualitat del servei proporcionat a la recepció d'un hotel.

QÜESTIONARI DE SATISFACCIÓ - SERVEI DE RECEPCIÓ

Hotel Estrella Daurada

Benvolgut/da hoste,

Ens agradaria conèixer la seva opinió sobre el nostre servei de recepció per continuar millorant. La seva opinió és molt important per a nosaltres.



****Dades de l'hoste (opcional):****

- Nom: _____
- Email: _____
- Motiu de l'estada: ☐ Negocis ☐ Oci ☐ Un altre: _____
- Data d'estada: Del __/__/____ al __/__/____

A. INSTAL·LACIONS I ORGANITZACIÓ

1. L'accessibilitat i la senyalització de la recepció li ha semblat:

- ☐ Excel·lent (5) ☐ Bona (4) ☐ Acceptable (3) ☐ Millorable (2) ☐ Deficient (1)

2. L'àrea d'espera i la comoditat de la recepció us resulta:

- ☐ Excel·lent (5) ☐ Bona (4) ☐ Acceptable (3) ☐ Millorable (2) ☐ Deficient (1)

3. L'horari d'atenció a recepció us sembla:

- ☐ Molt adequat (5) ☐ Adequat (4) ☐ Indiferent (3) ☐ Poc adequat (2) ☐ Inadequat (1)

4. El temps que ha esperat per ser atès/a li ha semblat:

- ☐ Molt breu (5) ☐ Breu (4) ☐ Normal (3) ☐ Excessiu (2) ☐ Molt excessiu (1)

B. PROCÉS DE CHECK-IN/CHECK-OUT

5. La rapidesa en el procés de registre (check-in) va ser:

- ☐ Excel·lent (5) ☐ Bona (4) ☐ Acceptable (3) ☐ Lenta (2) ☐ Molt lenta (1)

6. La rapidesa en el procés de sortida (check-out) va ser:

- ☐ Excel·lent (5) ☐ Bona (4) ☐ Acceptable (3) ☐ Lenta (2) ☐ Molt lenta (1)

7. La informació proporcionada sobre els serveis de l'hotel va ser:

- ☐ Molt completa (5) ☐ Completa (4) ☐ Suficient (3) ☐ Escassa (2) ☐ Molt escassa (1)



C. PERSONAL DE RECEPCIÓ

8. L'amabilitat i cortesia del personal de recepció va ser:

☐ Excel·lent (5) ☐ Bona (4) ☐ Acceptable (3) ☐ Millorable (2) ☐ Deficient (1)

9. La professionalitat i coneixements del personal van ser:

☐ Excel·lents (5) ☐ Bons (4) ☐ Acceptables (3) ☐ Millorables (2) ☐ Deficients (1)

10. La capacitat per resoldre problemes o incidències va ser:

☐ Excel·lent (5) ☐ Bona (4) ☐ Acceptable (3) ☐ Millorable (2) ☐ Deficient (1)

11. L'aparença i la presentació del personal li va semblar:

☐ Excel·lent (5) ☐ Bona (4) ☐ Acceptable (3) ☐ Millorable (2) ☐ Deficient (1)

D. VALORACIÓ GLOBAL

12. En general, el grau de satisfacció amb el servei de recepció és:

☐ Molt satisfet (5) ☐ Satisfet (4) ☐ Neutral (3) ☐ Insatisfet (2) ☐ Molt insatisfet (1)

13. Recomanaria el nostre hotel a amics o familiars?

☐ Definitivament sí (5) ☐ Probablement sí (4) ☐ Potser (3) ☐ Probablement no (2) ☐ Definitivament no (1)

E. SUGGERIMENTS

Si us plau, indiqui'ns qualsevol comentari o suggeriment que ens pugui ajudar a millorar el nostre servei de recepció:



MOLTES GRÀCIES PER LA SEVA COL·LABORACIÓ

La seva opinió ens ajuda a millorar

12. Il·lustra, fent servir un exemple, cadascun dels errors més habituals en la prestació d'un servei. Com s'hauria d'actuar per evitar que tornin a passar?

1. ****Resolució inadequada de la necessitat o requeriment del client****

- Exemple: Un client truca al servei tècnic d'una companyia de telefonia perquè el router no funciona. El tècnic, sense fer un diagnòstic adequat, li indica que ha de reiniciar el router, quan en realitat el problema és una avaria a la línia.
- Solució: Formar adequadament el personal tècnic perquè realitzi diagnòstics complets i precisos. Establir protocols de verificació i seguiment de les incidències per assegurar que s'han resolt realment.

2. ****Falta d'integració i coordinació en procediments i activitats****

- Exemple: Un client compra un electrodomèstic en línia i rep confirmació de lliurament per al dia següent. No obstant això, quan arriba el repartidor, us informa que el producte no està disponible al magatzem, tot i que el departament de vendes va confirmar la seva disponibilitat.
- Solució: Implementar sistemes informàtics integrats que permetin la comunicació en temps real entre departaments. Establir reunions periòdiques de coordinació entre els responsables de cada àrea i definir clarament els procediments i les responsabilitats.

3. ****Excessiu zel en el compliment de determinats procediments****

- Exemple: Un client acudeix a un banc per fer una transferència urgent cinc minuts després del tancament oficial. Tot i que hi ha empleats treballant i el sistema està operatiu, el director de l'oficina es nega a atendre'l al·legant que l'horari d'atenció al públic s'ha acabat.
- Solució: Formar el personal perquè entengui que els procediments són eines per millorar el servei, no fins en si mateixos. Establir excepcions raonables a les normes i empoderar els empleats perquè puguin prendre decisions flexibles quan sigui necessari per satisfer el client.

4. ****Incompliment de compromisos i acords****



Control de la qualitat i millora del servei

- Exemple: Una empresa de reformes es compromet a finalitzar una obra en 15 dies, però després d'un mes només ha completat la meitat del treball promès.
- Solució: Ser realistes en establir terminis i compromisos. Avaluar adequadament els recursos disponibles abans d'adquirir compromisos. Mantenir una comunicació constant amb el client, informant-lo de possibles retards tan aviat com es detectin.

5. **Actuar de forma agressiva o defensiva davant de contratemps**

- Exemple: Un client reclama perquè ha trobat un error a la factura. L'empleat que l'atén, sentint-se qüestionat, respon de manera defensiva: "Nosaltres no cometem errors, segurament heu llegit malament la factura".
- Solució: Formar el personal en tècniques de comunicació assertiva i resolució de conflictes. Establir una cultura empresarial on l'error es vegi com una oportunitat de millora i no pas com un motiu de càstig. Ensenyar els empleats a mantenir la calma i a centrar-se a solucionar el problema, no a buscar culpables.

13. Elabora un esquema en què reflecteixis els passos que s'han de seguir per tractar adequadament un error o anomalia al servei.

TRACTAMENT D'ERRORS I ANOMALIES AL SERVEI

1. DETECCIÓ I DOCUMENTACIÓ

- Identificar l'anomalia o l'error
- Recopilar tota la informació relacionada
- Documentar adequadament la situació
- Determinar les implicacions per a la qualitat del servei

2. INVESTIGACIÓ DE CAUSES

- Analitzar la informació recopilada
- Identificar les causes arrel del problema
- Determinar si és un error puntual o sistemàtic
- Avaluar l'impacte en la satisfacció del client

3. IMPLEMENTACIÓ DE MESURES CORRECTORES

- Dissenyar solucions per resoldre l'anomalia



- Establir mesures per evitar-ne la repetició
- Assignar responsabilitats per a la implementació
- Comunicar els canvis a tot el personal implicat

4. SEGUIMENT I VERIFICACIÓ

- Establir controls periòdics
- Comprovar l'eficàcia de les mesures adoptades
- Realitzar ajustaments si cal
- Documentar els resultats obtinguts

14. Quina relació hi ha entre els costos de gestió d'una anomalia i els costos de disconformitat?

Els costos de gestió d'una anomalia són aquells en què l'empresa incorre per detectar, analitzar i corregir errors en el servei. Inclouen recursos dedicats a la implementació de sistemes de control, formació del personal, anàlisi de dades, etc.

Els costos de disconformitat són els que es generen quan un client queda insatisfet amb el servei rebut. Inclouen pèrdua de clients, deteriorament de la imatge de l'empresa, gestió de reclamacions, devolucions de productes, etc.

La relació entre tots dos és inversament proporcional: invertir en costos de gestió d'anomalies redueix significativament els costos de disconformitat. Tot i que implementar procediments per detectar i corregir errors suposa una despesa inicial, aquesta és molt menor que l'impacte econòmic negatiu que generen els clients insatisfets.

Per tant, des d'una perspectiva econòmica, és més rendible per a l'empresa invertir a prevenir i gestionar adequadament les anomalies que assumir els costos derivats de la insatisfacció dels clients. La prevenció i la correcció primerenca d'errors no només millora la qualitat del servei, sinó que també protegeix la imatge de l'empresa i n'assegura la rendibilitat a llarg termini.

15. Què és un manual de procediments? Quina és la finalitat?



Control de la qualitat i millora del servei

Un manual de procediments és un conjunt de documents on es detallen tots els aspectes relacionats amb la prestació d'un servei concret. Inclou instruccions precises sobre com cal fer les diferents tasques i activitats que componen el servei, establint estàndards d'actuació per a tots els empleats.

La seva finalitat principal és assolir un nivell de qualitat considerat òptim en la prestació del servei, assegurant que aquest sigui homogeni independentment de qui el presti o on es presti. Específicament, el manual de procediments cerca:

- Estandarditzar la manera de prestar el servei per garantir una qualitat uniforme.
- Servir com a guia de referència perquè els empleats sàpiguen exactament com actuar en cada situació.
- Facilitar la formació de nous empleats, escurçant-ne la corba d'aprenentatge.
- Reduir la improvisació i els errors en la prestació del servei.
- Preservar el coneixement organitzacional, evitant que es perdi quan els empleats abandonen l'empresa.
- Proporcionar una base per a l'avaluació i la millora contínua dels processos.
- Assegurar que la imatge de marca i l'experiència del client siguin consistents en tots els punts de contacte amb l'empresa.

16. Quines característiques té una empresa veritablement preocupada per la qualitat del servei prestat als clients?

Una empresa veritablement preocupada per la qualitat del servei prestat als seus clients es caracteritza per:

1. Establir mecanismes de comunicació efectius amb els seus clients per detectar ràpidament canvis en les seves preferències i necessitats, mantenint un contacte permanent que permeti anticipar-se a les seves demandes.
2. Buscar la millora contínua en tots els processos empresarials, implicant tot el personal des de l'alta direcció fins a l'últim empleat, creant una cultura organitzacional centrada en la qualitat.



Control de la qualitat i millora del servei

3. Establir vies de comunicació fluides entre empleats i responsables de departaments, fomentant el treball en equip i la col·laboració interdepartamental per resoldre problemes de manera integral.
4. Definir normes i objectius clars, realistes i quantificables que orientin l'actuació de tots els membres de l'organització cap a la satisfacció del client.
5. Implementar sistemes de seguiment i control de resultats que permetin mesurar amb fiabilitat l'exercici de cada persona o departament, utilitzant com a referència principal el grau de satisfacció aconseguit als clients.
6. Formar i motivar constantment el personal, assegurant que tots els empleats estiguin capacitats i compromesos amb la prestació d'un servei de qualitat.
7. Gestionar proactivament les queixes i reclamacions, veient-les com a oportunitats de millora i no com a problemes.
8. Invertir en tecnologia i recursos que facilitin la prestació d'un servei eficient i adaptat a les necessitats dels clients.
9. Desenvolupar una visió a llarg termini, entenent que la qualitat del servei és una inversió que genera rendibilitat sostenible.
10. Buscar la certificació externa dels seus sistemes de gestió de qualitat com a garantia del compromís amb l'excel·lència.

17. Defineix fidelització de clients. Quin és el seu pilar principal? Quina relació té amb les actuacions desenvolupades des del departament d'atenció al client?

La fidelització de clients és establir relacions comercials a llarg termini amb els clients, caracteritzades per l'existència de sòlids vincles entre les parts. Implica aconseguir que un client que ja ha adquirit el nostre producte o servei es converteixi en un client habitual o freqüent mantenint una relació estable i duradora amb l'empresa.



Control de la qualitat i millora del servei

El principal pilar de la fidelització és la satisfacció plena de les necessitats del client. Només quan un client està completament satisfet amb el producte o servei rebut, desenvolupa una lleialtat cap a la marca o empresa que el porta a repetir les compres i a resistir-se a canviar de proveïdor, fins i tot davant ofertes de la competència o increments en el preu.

La relació entre la fidelització i el departament d'atenció al client és directa i fonamental, ja que:

- El departament d'atenció al client és el principal punt de contacte entre l'empresa i els seus clients, per la qual cosa el seu exercici influeix decisivament en la percepció que tenen de l'empresa.
- La qualitat de l'atenció proporcionada per aquest departament té un impacte directe sobre el grau de satisfacció de la clientela, base fonamental de la fidelització.
- A través de l'atenció al client es poden detectar necessitats insatisfetes o expectatives no cobertes, informació vital per millorar l'oferta comercial i augmentar la fidelització.
- La gestió eficaç de queixes i reclamacions per part d'aquest departament pot convertir una experiència negativa en una oportunitat per reforçar la relació amb el client.
- El departament d'atenció al client pot implementar directament moltes de les estratègies de fidelització, com ara la comunicació personalitzada, el seguiment postvenda o la gestió de programes de fidelitat.

18. Quina diferència hi ha entre fidelitzar i retenir clients? Quina relació tenen tots dos conceptes amb la satisfacció?

****Diferències entre fidelitzar i retenir clients:****

Fidelitzar clients implica construir una relació sòlida i duradora basada en la satisfacció plena i continuada del client. El client fidelitzat roman amb l'empresa per voluntat pròpia, perquè valora positivament allò que rep i desenvolupa un vincle emocional amb la marca. La fidelització genera una resistència natural al canvi, fins i tot davant d'ofertes aparentment millors de la competència.



Control de la qualitat i millora del servei

Retenir clients, en canvi, consisteix a implementar estratègies per evitar que els clients abandonin l'empresa, independentment del nivell de satisfacció. La retenció es pot basar en barreres de sortida com a penalitzacions per baixa anticipada, dificultats administratives per tramitar una baixa o incompatibilitats tecnològiques que dificultin el canvi a una altra empresa. Un client retingut pot no estar satisfet, però es manté amb l'empresa per aquests impediments.

****Relació amb la satisfacció:****

La fidelització té una relació directa i positiva amb la satisfacció, ja que se'n construeix. Un client fidelitzat és necessàriament un client satisfet, que ha vist complertes o superades les seves expectatives de manera continuada. La satisfacció és el pilar fonamental sobre el qual es construeix qualsevol estratègia de fidelització efectiva.

La retenció, per part seva, pot existir independentment del nivell de satisfacció. Un client pot estar retingut sense estar satisfet, simplement perquè li resulta massa costós o complicat canviar de proveïdor. Aquesta situació és perillosa per a l'empresa, ja que aquests clients solen tenir una actitud negativa cap a la marca i poden perjudicar-ne la imatge a través de comentaris negatius.

En resum, mentre que la fidelització cerca construir relacions duradores basades en la satisfacció, la retenció se centra a evitar la pèrdua de clients mitjançant barreres de sortida, independentment del seu nivell de satisfacció.

19. Una empresa amb clients fidels sol tenir preus superiors o inferiors als competidors? Justifica la teva resposta.

Una empresa amb clients fidels sol tenir preus superiors als competidors. Això es justifica per diverses raons:

1. Els clients fidels desenvolupen una resistència al canvi d'oferta comercial, cosa que permet a l'empresa més autonomia per incrementar preus sense reduir significativament les vendes. Aquesta resistència es basa en la confiança i la satisfacció que el client ha experimentat amb l'empresa al llarg del temps.



Control de la qualitat i millora del servei

2. Els clients fidels valoren aspectes que van més enllà del preu, com ara la qualitat del servei, la confiança en la marca, l'experiència d'ús i la relació establerta amb l'empresa. Estan disposats a pagar un preu superior per aquests valors afegits que perceben com a beneficiosos.

3. La fidelització permet a l'empresa reduir costos en captació de nous clients (que sol ser cinc vegades més cara que mantenir els actuals), cosa que li dóna marge per oferir un servei de més qualitat que justifiqui preus més elevats.

4. Les empreses amb clients fidels solen invertir més en qualitat, innovació i servei al client, cosa que implica més costos que han de ser compensats amb preus superiors.

5. La diferenciació que aconsegueix una empresa amb clients fidels permet sortir de la competència basada exclusivament en preu, posicionant-se en un segment on els clients estan disposats a pagar més per un valor percebut superior.

Això no obstant, és important assenyalar que aquests preus superiors han d'estar justificats per un valor real percebut pel client. Si el client no percep que el sobrepreu està compensat per beneficis addicionals, la fidelitat es pot veure compromesa a llarg termini.

20. Descriu les característiques d'una targeta de fidelització que coneguis o facis servir habitualment. Creus que el seu ús influeix en el nombre o import de les compres que fas a aquest establiment?

****Targeta de fidelització de Mercadona (Hacendado)****

Característiques:

- És gratuïta i es pot sol·licitar a qualsevol supermercat Mercadona.
- Permet acumular punts per cada compra realitzada (1 punt per euro gastat).
- Els punts es poden bescanviar per descomptes en futures compres (per cada 100 punts, 1€ de descompte).
- Ofereix promocions exclusives per a titulars de la targeta en determinats productes.
- Permet accedir a un historial de compres a través de l'app o del web.



Control de la qualitat i millora del servei

- Envia notificacions personalitzades sobre ofertes en productes que el client compra habitualment.
- Facilita la devolució de productes sense necessitat de presentar el tiquet de compra.
- Ofereix la possibilitat de crear llistes de la compra personalitzades basades en compres anteriors.

Influència en els meus hàbits de compra:

Sí, l'ús d'aquesta targeta influeix significativament en els meus hàbits de compra. D'una banda, tendixo a concentrar les meves compres a Mercadona per acumular més punts, evitant dividir les meves compres entre diferents supermercats. També he notat que, quan rebo notificacions sobre ofertes en productes que consumeixo habitualment, solc avançar la compra per aprofitar-les.

A més, la possibilitat de consultar el meu historial de compres m'ha ajudat a ser més conscient de les meves despeses, cosa que paradoxalment ha fet que planifiqui millor les meves compres i, de vegades, gastí més en una sola visita però de manera més eficient.

El sistema de punts també genera un efecte psicològic interessant: quan estic a prop d'assolir un nivell de punts bescanviable, tendixo a augmentar lleugerament l'import de la meva compra per arribar a aquest llindar.

En resum, la targeta ha aconseguit augmentar tant la meva freqüència de visita com l'import mitjà de les meves compres a Mercadona, complint així el seu objectiu de fidelització.

21. Interactues amb alguna empresa a través de xarxes socials o blocs? N'obtens algun benefici? I l'empresa? Comparteix la teva opinió amb els teus companys.

Sí, interactuo regularment amb Nike a través del vostre compte d'Instagram i la seva aplicació Nike Training Club.

Beneficis que obtinc:

- Accés a informació anticipada sobre nous llançaments de productes



Control de la qualitat i millora del servei

- Descomptes exclusius per a seguidors de les xarxes socials
- Contingut gratuït d'entrenament i consells esportius a través de la vostra app
- Participació en reptes i esdeveniments comunitaris que em mantenen motivat
- Resolució ràpida de dubtes o problemes amb les meves comandes a través de missatges directes
- Inspiració a través d'històries d'atletes i d'altres usuaris de la marca
- Sensació de pertinença a una comunitat amb interessos similars

Beneficis per a Nike:

- Obtenen feedback directe sobre els seus productes i serveis
- Recopilen dades sobre les meves preferències i hàbits de consum
- Generen engagement i enforteixen el meu enllaç emocional amb la marca
- Aconsegueixen que promociï indirectament els seus productes quan comparteixo els meus entrenaments o compres
- Redueixen costos d'atenció al client en resoldre dubtes mitjançant xarxes socials
- Augmenten la freqüència de contacte amb mi, mantenint-se presents al meu dia a dia
- Podeu mesurar l'impacte de les vostres campanyes de màrqueting en temps real

La meva opinió és que aquesta interacció beneficia les dues parts, encara que sóc conscient que l'empresa obté valuosa informació sobre els meus hàbits que utilitza amb finalitats comercials. Tot i això, considero que el valor que rebo a canvi (contingut útil, descomptes, sentit de comunitat) compensa aquesta cessió de dades. Aquesta relació ha influït positivament en la meva fidelitat a la marca, ja que em sento més connectat amb els seus valors i propostes.

22. Quina finalitat té un sistema de gestió de qualitat? Quins elements hi han de ser presents?

La finalitat d'un sistema de gestió de qualitat és administrar i gestionar adequadament la qualitat empresarial per assegurar un resultat predictable i comparable en el servei, segons uns estàndards de qualitat previstos. Busca garantir que tots els processos de l'organització contribueixin a satisfer les necessitats dels clients i a millorar contínuament l'exercici global de l'empresa.



Control de la qualitat i millora del servei

Elements que han de ser presents en un sistema de gestió de qualitat:

1. ****Enfocament basat en processos****: Visualització clara de com es desenvolupa un servei, identificant les interrelacions entre les diferents activitats per incrementar els nivells d'eficàcia.
2. ****Manual de qualitat****: Conjunt de procediments escrits que descriuen la forma adequada en què s'han de relacionar i interactuar els diferents processos. Documenta la política de qualitat de l'empresa i estableix les responsabilitats i les autoritats.
3. ****Comitè de qualitat****: organisme format per la direcció de l'empresa i pel personal responsable de diferents departaments i àrees, encarregat d'avaluar els resultats del sistema, desenvolupar el seguiment de les accions i suggerir propostes de millora.
4. ****Mètodes estadístics****: Eines per mesurar i avaluar els resultats assolits pels processos en relació amb la satisfacció de la clientela, basant-se en indicadors de qualitat establerts.
5. ****Política de qualitat****: Declaració formal dels objectius i el compromís de l'organització amb la qualitat, que serveix com a marc per establir i revisar els objectius de qualitat.
6. ****Objectius de qualitat****: Metes específiques, mesurables i assolibles que l'organització es proposa assolir en relació amb la qualitat.
7. ****Gestió de recursos****: Identificació i assignació dels recursos necessaris (humans, materials, financers) per implementar i mantenir el sistema de gestió de qualitat.
8. ****Control de documents i registres****: Procediments per assegurar que s'utilitzen les versions actualitzades dels documents i que es mantenen registres adequats de les activitats realitzades.



Control de la qualitat i millora del servei

9. ****Auditories internes****: Processos sistemàtics per verificar que el sistema de gestió de qualitat funciona segons allò previst i compleix els requisits establerts.

10. ****Gestió de no conformitats****: Procediments per identificar, registrar i tractar els productes o serveis que no compleixen els requisits establerts.

11. ****Accions correctives i preventives****: Mecanismes per eliminar les causes de no conformitats reals o potencials i prevenir-ne la recurrència.

12. ****Millora contínua****: Enfocament permanent cap a l'optimització de processos i resultats, basat en el cicle PDCA (Planificar, Fer, Verificar, Actuar).

23. Quina és la validesa del certificat ISO 9001:2015? Un cop obtingut, què ha de fer una empresa per conservar-ho?

El certificat ISO 9001:2015 té una validesa de tres anys des de la seva emissió.

Per conservar el certificat durant aquest període, l'empresa ha de:

1. Sotmetre's a auditories anuals de manteniment realitzades per l'entitat certificadora. Aquestes auditories, encara que menys exhaustives que la inicial, verifiquen que el sistema de gestió de qualitat continua funcionant correctament i complint els requisits de la norma.

2. Mantenir actiu i en funcionament el sistema de gestió de qualitat, assegurant que no es produeixen desviacions significatives respecte al que estableix la norma i la documentació del sistema.

3. Realitzar auditories internes periòdiques per verificar el funcionament correcte del sistema i detectar possibles desviacions abans de les auditories externes.

4. Implementar accions correctives per solucionar qualsevol no conformitat detectada durant les auditories internes o externes.



5. Mantenir actualitzada la documentació del sistema de gestió de qualitat, reflectint els canvis que es produeixin a l'organització o als seus processos.

6. Continuar amb el procés de millora contínua, revisant i actualitzant els objectius de qualitat i els indicadors de desenvolupament.

7. Assegurar que la direcció manté el seu compromís amb el sistema de gestió de qualitat, proporcionant els recursos necessaris per al manteniment i la millora.

Transcorreguts els tres anys de validesa, si l'empresa vol renovar el certificat, s'ha de sotmetre a una nova auditoria de certificació completa, semblant a la inicial però tenint en compte l'experiència i l'historial de l'empresa amb el sistema de gestió de qualitat durant el període anterior.

24. Explica com es podria aplicar el cicle de millora contínua PDCA a un servei de repartiment de paqueteria.

****Aplicació del cicle PDCA a un servei de repartiment de paqueteria:****

1. PLANIFICAR (PLAN)

- ****Anàlisi de la situació actual****: Revisar els temps mitjans de lliurament, percentatge de paquets danyats, nombre de lliuraments fallits i queixes de clients.
- ****Identificació de problemes****: Detectar que el 30% dels lliuraments no es fan en el primer intent perquè els clients no són a casa.
- ****Establiment d'objectius****: Reduir els lliuraments fallits al 15% en tres mesos.
- ****Definició de mesures****: Implementar un sistema de notificació per SMS una hora abans del lliurament i oferir opcions flexibles de lliurament (punts de recollida, franges horàries específiques, etc.).
- ****Assignació de recursos****: Determinar el pressupost per al sistema de notificacions i la formació del personal.

2. FER (DO)



Control de la qualitat i millora del servei

- ****Formació del personal****: Capacitar els repartidors sobre el nou sistema i la importància de complir amb les franges horàries.
- ****Implementació del sistema de notificacions****: Engegar l'enviament de SMS als clients.
- ****Creació d'una xarxa de punts de recollida****: Establir acords amb comerços locals per actuar com a punts de lliurament alternatius.
- ****Desenvolupament d'una app****: Permetre als clients canviar les preferències de lliurament fins a una hora abans.
- ****Recopilació de dades****: Registrar sistemàticament els resultats dels lliuraments amb el nou sistema.

3. VERIFICAR (CHECK)

- ****Anàlisi de resultats****: Comprovar si el percentatge de lliuraments fallits ha disminuït a l'objectiu del 15%.
- ****Avaluació de la satisfacció****: Realitzar enquestes als clients sobre la seva experiència amb el nou sistema.
- ****Comparació amb objectius****: Determinar si s'han aconseguit les metes establertes.
- ****Identificació de desviacions****: Detectar que encara que els lliuraments fallits han disminuït al 18%, encara no s'ha assolit l'objectiu del 15%.
- ****Anàlisi de causes****: Descobrir que alguns repartidors no estan respectant les franges horàries promeses als clients.

4. AJUSTAR (ACT)

- ****Correcció de desviacions****: Implementar un sistema GPS que alerti els repartidors quan es desvien de la ruta òptima per complir els horaris.
- ****Millora del sistema****: Ampliar el temps de notificació prèvia a dues hores per donar més marge als clients.
- ****Estandarització de millores****: Incorporar els canvis exitosos als procediments estàndard de l'empresa.
- ****Formació addicional****: Reforçar la capacitat dels repartidors que no compleixen amb les franges horàries.



Control de la qualitat i millora del servei

- ****Inici d'un nou cicle****: Establir un nou objectiu de reduir els lliuraments fallits al 10% els propers tres mesos.

Aquest cicle es repetiria contínuament, cercant sempre noves àrees de millora i perfeccionant els processos existents per augmentar l'eficiència del servei de repartiment i la satisfacció dels clients.

25. Explica quina relació hi ha entre el sistema de gestió de qualitat, el manual de qualitat i el comitè de qualitat duna empresa.

La relació entre el sistema de gestió de qualitat, el manual de qualitat i el comitè de qualitat és jeràrquica i interdependent, formant una estructura integrada que permet a l'empresa gestionar eficaçment la qualitat dels seus productes i serveis.

****El sistema de gestió de qualitat**** és el marc global que engloba tots els processos, els procediments, els recursos i les responsabilitats establerts per l'organització per dirigir i controlar la qualitat. És el concepte més ampli que abasta tota l'estructura organitzativa enfocada a la qualitat.

****El manual de qualitat**** és un component fonamental del sistema de gestió de qualitat. És el document que descriu formalment com funciona aquest sistema, detallant els procediments escrits que especifiquen la forma adequada en què s'han de relacionar i interactuar els diferents processos. Actua com una guia de referència que documenta la política de qualitat, els objectius, les responsabilitats i els mètodes per assegurar la qualitat a tota l'organització.

****El comitè de qualitat**** és l'òrgan executiu del sistema de gestió de qualitat. Està format per la direcció de l'empresa i pel personal responsable de diferents departaments i àrees. La seva funció és supervisar la implementació del sistema de gestió de qualitat segons allò establert al manual de qualitat, avaluar els resultats obtinguts, desenvolupar el seguiment de les accions correctives i preventives, i suggerir propostes de millora.

En termes de relació funcional:

1. El sistema de gestió de qualitat estableix el "què" s'ha de fer per garantir la qualitat a l'organització.



Control de la qualitat i millora del servei

2. El manual de qualitat defineix el "com" s'ha de fer, documentant els procediments específics que cal seguir.

3. El comitè de qualitat s'encarrega d'assegurar que es fa "allò que cal fer" i "com s'ha de fer", supervisant la implementació, avaluant resultats i promovent millores.

Aquesta estructura integrada permet que la gestió de la qualitat sigui sistemàtica, documentada i efectiva, facilitant-ne la millora contínua i assegurant que tots els nivells de l'organització estiguin alineats amb els objectius de qualitat establerts.



Test de repàs

1. c) Qualitat comercial.
2. a) La publicitat.
3. b) Un servei de qualitat.
4. c) No. Sempre hi ha raons fora del control de l'empresa perquè algun client quedi insatisfet.
5. c) Totes dues són correctes.
6. c) Un qüestionari SERVQUAL.
7. c) Utilitzar un entrevistador per emplenar-lo al costat del client.
8. b) Criteri de qualitat.
9. b) Redissenyar les funcions que s'han de desenvolupar en cada lloc de treball.
10. a) Determinar-ne les implicacions i documentar-la adequadament.
11. c) Manual de procediments.
12. b) Clars, reals i quantificables.
13. a) La satisfacció plena dels clients.
14. a) Més marge per fixar preus.
15. a) Planificar - Fer - Verificar - Ajustar.
16. a) Una auditoria de manteniment.
17. c) Les dues respostes són correctes.



Activitats finals

Identificar els mètodes d'avaluació del servei d'atenció al client.

1. Explica, a partir d'un exemple, les diferents dimensions que conformen la qualitat del servei.

Les diferents dimensions que conformen la qualitat del servei es poden explicar a través de l'exemple d'un restaurant:

- **Qualitat objectiva**: fa referència a característiques mesurables com el temps d'espera per ser atès (15 minuts), la temperatura correcta dels plats (65°C per a plats calents) o el temps transcorregut entre la sol·licitud del compte i el seu lliurament (menys de 5 minuts).
- **Qualitat percebuda**: Inclou la valoració subjectiva del client sobre la seva experiència completa. Per exemple, un client pot considerar que esperar 15 minuts és acceptable si el restaurant és ple, però inacceptable si és buit. També inclou percepcions sobre l'ambient, el tracte rebut o la presentació dels plats.
- **Qualitat comercial**: Són els requisits mínims legals que ha de complir el restaurant, com les normes d'higiene, la informació nutricional obligatòria o la manipulació correcta d'aliments.
- **Qualitat diferenciada**: Són els aspectes que distingeixen el restaurant dels seus competidors, com oferir productes ecològics, tenir un xef reconegut, o proporcionar una experiència temàtica única.
- **Qualitat certificada**: Si el restaurant compta amb certificacions com ISO 9001:2015 o segells específics del sector gastronòmic que garanteixen que els seus processos compleixen amb estàndards reconeguts internacionalment.

2. Descriu els diferents factors que determinen que un servei de càterring pugui ser reconegut com de qualitat pels seus clients.



Control de la qualitat i millora del servei

Els factors que determinen que un servei de càterring sigui reconegut com de qualitat pels seus clients són:

- ****Fiabilitat del servei****: Compliment exacte del que s'ha acordat quant a menú, horaris i nombre de comensals. Absència d'errors en la preparació i el servei.
- ****Rapidesa i eficàcia****: Capacitat per muntar el servei en el temps acordat, resoldre imprevistos amb agilitat i mantenir un ritme adequat durant l'esdeveniment.
- ****Professionalitat del personal****: Coneixement profund dels plats servits, capacitat per respondre preguntes sobre ingredients i al·lèrgens, i habilitat per resoldre situacions imprevistes.
- ****Atenció personalitzada****: Adaptació a les necessitats específiques del client, com ara dietes especials, preferències culturals o religioses, i atenció a detalls particulars sol·licitats.
- ****Presentació i estètica****: Aspecte visual atractiu dels plats, decoració d'acord amb el tipus d'esdeveniment, uniformitat i presència del personal.
- ****Qualitat dels aliments****: Frescor dels ingredients, sabor, temperatura adequada i consistència correcta de cada plat.
- ****Higiene i seguretat alimentària****: Compliment estricte de normes sanitàries, manipulació adequada d'aliments i manteniment de la cadena de fred.
- ****Capacitat d'adaptació****: Flexibilitat per ajustar-se a canvis de darrera hora o circumstàncies imprevistes durant l'esdeveniment.
- ****Relació qualitat-preu****: Percepció que el valor rebut és acord o superior al preu pagat.
- ****Servei post-esdeveniment****: Recollida eficient, neteja de l'espai i seguiment posterior per conèixer la satisfacció del client.



Control de la qualitat i millora del servei

3. Un empleat pot influir en el nivell de qualitat que el client percep en el servei? Justifica la resposta amb algun exemple.

Sí, un empleat pot influir decisivament en el nivell de qualitat que el client percep al servei. Els empleats són la cara visible de l'empresa i el seu comportament, actitud i competència tècnica tenen un impacte directe en l'experiència del client.

Exemple: En una agència de viatges, una clienta acudeix per organitzar la lluna de mel. L'agent de viatges pot influir en la qualitat percebuda de maneres diferents:

- Si mostreu empatia i entusiasme per l'esdeveniment especial de la clienta, escolteu atentament les vostres preferències i dediqueu temps a entendre exactament el que busqueu, la clienta percebrà un servei d'alta qualitat.
- Si demostra coneixement profund de les destinacions, ofereix recomanacions personalitzades basades en les preferències expressades i anticipa necessitats que la clienta no havia considerat (com assegurances especials, vacunes necessàries o documentació requerida), augmentarà la percepció de professionalitat i qualitat.
- Si després de la venda, envieu informació addicional sobre la destinació, contacteu dies abans del viatge per confirmar que tot està en ordre i es mostra disponible per resoldre qualsevol dubte d'última hora, la clienta sentirà que rep un servei excepcional.

Per contra, si el mateix agent atén amb pressa, ofereix paquets estàndard sense personalització, comet errors a les reserves o no respon a les consultes posteriors, la percepció de qualitat serà negativa, independentment que el viatge en si mateix pugui ser bo.

Aquest exemple il·lustra com un mateix servei (organització d'un viatge) pot ser percebut de manera radicalment diferent segons l'actuació de l'empleat, demostrant-ne la influència crucial en la qualitat percebuda.

4. Explica els aspectes principals en què es basa la qualitat percebuda per un client que va a un restaurant a sopar amb la seva parella.



Control de la qualitat i millora del servei

La qualitat percebuda per un client que va a un restaurant a sopar amb la seva parella es basa en els aspectes següents:

1. ****Ambient i entorn físic****:

- Decoració i ambientació acords a la categoria del restaurant
- Il·luminació adequada que creï una atmosfera íntima i romàntica
- Nivell de soroll que permeti mantenir una conversa còmoda
- Neteja impecable de totes les instal·lacions
- Comoditat del mobiliari

2. ****Atenció del personal****:

- Rebuda càlida i professional
- Amabilitat i cortesia durant tota l'experiència
- Coneixement detallat de la carta i capacitat per fer recomanacions
- Atenció personalitzada sense resultar intrusiva
- Capacitat per resoldre imprevistos amb discreció i eficàcia

3. ****Qualitat del menjar i beguda****:

- Sabor, presentació i temperatura adequada dels plats
- Frescor dels ingredients
- Coherència entre la descripció del plat i allò servit
- Relació qualitat-preu dels aliments i begudes
- Varietat d'opcions a la carta

4. ****Temps i ritme del servei****:

- Temps d'espera raonable per ser atesos
- Coordinació adequada entre plats
- Respecte al ritme de la parella (sense apressament ni esperes excessives)
- Disponibilitat del personal quan se'l necessita



5. ****Detalls especials****:

- Atenció a peticions particulars (taula a zona tranquil·la, celebració especial)
- Petits gestos que facin sentir especial la parella
- Personalització del servei segons les preferències observades

6. ****Procés de pagament****:

- Transparència al compte
- Facilitat i discreció en el procés de pagament
- Opcions variades de mètodes de pagament

7. ****Comiat****:

- Agraïment sincer per la visita
- Invitació cordial a tornar

Aquests aspectes es combinen per crear una experiència global que el client avaluarà subjectivament, comparant-la amb les seves expectatives prèvies i amb experiències anteriors a altres restaurants.

5. Descriu breument les formes principals en què es pot presentar a un client un qüestionari de satisfacció.

Les principals maneres de presentar un qüestionari de satisfacció a un client són:

1. ****Qüestionari en paper a l'establiment****: S'entrega directament al client després de rebre el servei perquè el completi al moment. És immediat però té baix índex de resposta si no hi ha incentiu o seguiment.
2. ****Qüestionari per correu postal****: S'envia al domicili del client dies després de rebre el servei. Permet reflexió, però té molt baix índex de resposta i cost elevat.
3. ****Entrevista personal****: Un entrevistador formula les preguntes directament al client i registra les respostes. Ofereix un alt índex de resposta i permet aclarir dubtes, però és costós i pot generar biaix per la presència de l'entrevistador.



Control de la qualitat i millora del servei

4. ****Entrevista telefònica****: Similar a la personal però realitzada per telèfon. És menys costosa que la presencial, però pot resultar intrusiva per a alguns clients.
5. ****Qüestionari per correu electrònic****: S'envia un enllaç o el mateix qüestionari per email. És econòmic i permet arribar a molts clients, amb un índex de resposta moderat.
6. ****Qüestionari a la pàgina web****: S'integra a la web de l'empresa perquè els clients ho completin voluntàriament. És accessible, però té baix índex de resposta si no hi ha promoció.
7. ****Qüestionari en aplicació mòbil****: Integrat a l'app de l'empresa, permet completar-lo en qualsevol moment. És convenient per al client i facilita la recopilació de dades.
8. ****Enquestes per SMS****: Preguntes breus enviades al mòbil del client. Són directes i tenen bon índex de resposta per a qüestionaris molt curts.
9. ****Tablets o quioscos a l'establiment****: Dispositius on el client pot completar l'enquesta abans de sortir. Combinen la immediatesa del paper amb la facilitat de processament digital.
10. ****Enquestes a xarxes socials****: Utilitzant eines com enquestes d'Instagram o Facebook. Són informals però poden assolir una gran difusió.

Aplicar tècniques per mesurar el nivell de satisfacció del client i l'eficàcia del servei prestat.

6. Elabora un model de qüestionari de satisfacció mitjançant el qual una empresa de telecomunicacions pugui avaluar la qualitat del servei prestat als clients.

QÜESTIONARI DE SATISFACCIÓ - SERVEIS DE TELECOMUNICACIONS



Control de la qualitat i millora del servei

Benvolgut/da client/a:

A [NOM DE L'EMPRESA] ens esforcem per oferir-vos el millor servei. La seva opinió és fonamental per continuar millorant. Us agraïm que dediqueu uns minuts a completar aquest qüestionari.

****Dades del client (opcional):****

- Nom: _____

- Email: _____

- Serveis contractats: ☐ Telefonia fixa ☐ Telefonia mòbil ☐ Internet ☐ Televisió ☐
Altres: _____

- Antiguitat com a client: ☐ Menys d'1 any ☐ Entre 1 i 3 anys ☐ Més de 3 anys

A. QUALITAT DEL SERVEI TÈCNIC

1. La qualitat de la connexió a Internet (estabilitat, velocitat) és:

☐ Excel·lent (5) ☐ Bona (4) ☐ Acceptable (3) ☐ Deficient (2) ☐ Molt deficient (1)

2. La qualitat del senyal telefònic (claredat, continuïtat de les trucades) és:

☐ Excel·lent (5) ☐ Bona (4) ☐ Acceptable (3) ☐ Deficient (2) ☐ Molt deficient (1)

3. Si ha tingut alguna incidència tècnica, el temps de resolució ha estat:

☐ Molt ràpid (5) ☐ Ràpid (4) ☐ Normal (3) ☐ Lent (2) ☐ Molt lent (1) ☐ No he tingut incidències

4. La instal·lació inicial del servei va ser realitzada de forma:

☐ Excel·lent (5) ☐ Bona (4) ☐ Acceptable (3) ☐ Deficient (2) ☐ Molt deficient (1)

B. ATENCIÓ AL CLIENT

5. Quan contacteu amb el nostre servei d'atenció al client, el temps d'espera és:

☐ Molt breu (5) ☐ Breu (4) ☐ Acceptable (3) ☐ Excessiu (2) ☐ Molt excessiu (1)



Control de la qualitat i millora del servei

6. L'amabilitat i la cortesia del personal d'atenció al client és:

☐ Excel·lent (5) ☐ Bona (4) ☐ Acceptable (3) ☐ Deficient (2) ☐ Molt deficient (1)

7. La capacitat del personal per resoldre les seves consultes o problemes és:

☐ Excel·lent (5) ☐ Bona (4) ☐ Acceptable (3) ☐ Deficient (2) ☐ Molt deficient (1)

8. La facilitat per contactar amb l'empresa a través de diferents canals (telèfon, web, app) és:

☐ Excel·lent (5) ☐ Bona (4) ☐ Acceptable (3) ☐ Deficient (2) ☐ Molt deficient (1)

C. FACTURACIÓ I TARIFES

9. La claredat i transparència de les factures és:

☐ Excel·lent (5) ☐ Bona (4) ☐ Acceptable (3) ☐ Deficient (2) ☐ Molt deficient (1)

10. La relació qualitat-preu dels serveis contractats li sembla:

☐ Excel·lent (5) ☐ Bona (4) ☐ Acceptable (3) ☐ Deficient (2) ☐ Molt deficient (1)

11. La informació rebuda sobre canvis en tarifes o condicions ha estat:

☐ Molt clara i anticipada (5) ☐ Clara (4) ☐ Acceptable (3) ☐ Confusa (2) ☐ Inexistent (1)

D. VALORACIÓ GLOBAL

12. El seu nivell de satisfacció general amb els nostres serveis és:

☐ Molt satisfet (5) ☐ Satisfet (4) ☐ Neutral (3) ☐ Insatisfet (2) ☐ Molt insatisfet (1)

13. Recomanaria els nostres serveis a amics o familiars?

☐ Definitivament sí (5) ☐ Probablement sí (4) ☐ Potser (3) ☐ Probablement no (2) ☐ Definitivament no (1)



14. Té previst continuar amb els nostres serveis el proper any?

☐ Definitivament sí (5) ☐ Probablement sí (4) ☐ No estic segur (3) ☐ Probablement no (2) ☐ Definitivament no (1)

E. SUGGERIMENTS

15. Quins aspectes del nostre servei creu que podríem millorar?

16. Hi ha algun servei addicional que li agradaria que oferíssim?

MOLTES GRÀCIES PER LA SEVA COL·LABORACIÓ

La seva opinió ens ajuda a millorar els nostres serveis

7. Investiga les principals característiques del qüestionari SERVQUAL i del mètode establert per al càlcul de l'índex de qualitat del servei.

****Característiques principals del qüestionari SERVQUAL:****

El qüestionari SERVQUAL (Service Quality) és una eina desenvolupada per Parasuraman, Zeithaml i Berry el 1988 per mesurar la qualitat del servei. Les seves característiques principals són:

1. ****Estructura dual****: Consta de dues parts idèntiques de 22 ítems cadascuna. La primera mesura les expectatives del client sobre el servei ideal, i la segona mesura les percepcions del client sobre el servei realment rebut.

2. ****Cinc dimensions de la qualitat del servei****:

- ****Elements tangibles****: Aparència de les instal·lacions físiques, equips, personal i materials de comunicació.



Control de la qualitat i millora del servei

- ****Fiabilitat****: Habilitat per realitzar el servei promès de manera fiable i acurada.
- ****Capacitat de resposta****: Disposició i voluntat per ajudar els usuaris i proporcionar un servei ràpid.
- ****Seguretat****: Coneixements i atenció mostrats pels empleats i les seves habilitats per inspirar credibilitat i confiança.
- ****Empatia****: Atenció individualitzada que ofereixen les empreses als consumidors.

3. ****Escala Likert****: Utilitza una escala de 7 punts on 1 significa "totalment en desacord" i 7 "totalment d'acord".

4. ****Adaptabilitat****: Pot ser adaptat a diferents sectors de serveis modificant alguns ítems específics.

****Mètode per al càlcul de l'índex de qualitat del servei:****

1. ****Càlcul de bretxes individuals****: Per a cada ítem, es calcula la diferència entre la percepció (P) i l'expectativa (E):

$$\text{Bretxa} = P - E$$

2. ****Càlcul de bretxes per dimensió****: Es prometen les bretxes dels ítems que componen cada dimensió.

3. ****Càlcul de l'índex SERVQUAL global****: S'obté fent el promig de les bretxes de les cinc dimensions. També es pot calcular ponderant cada dimensió segons la importància relativa per als clients.

4. ****Interpretació de resultats****:

- Si l'índex és positiu ($P > E$): la qualitat del servei supera les expectatives del client.
- Si l'índex és zero ($P = E$): La qualitat del servei compleix exactament les expectatives.
- Si l'índex és negatiu ($P < E$): La qualitat del servei no arriba a les expectatives del client.



Control de la qualitat i millora del servei

5. ****Anàlisi d'importància-exercici****: A més del càlcul de bretxes, es pot sol·licitar als clients que valorin la importància relativa de cada dimensió, cosa que permet identificar àrees prioritàries de millora.

L'índex SERVQUAL proporciona una mesura quantitativa de la qualitat del servei que permet comparacions al llarg del temps, entre diferents sucursals o amb competidors, i ajuda a identificar específicament quins aspectes del servei requereixen millores.

8. Determina si les afirmacions següents sobre com avaluar la qualitat del servei són vertaderes o falses:

- a) En procediments d'avaluació externa no se solen utilitzar les autoavaluacions fetes pel personal de la pròpia empresa.**
- b) El principal avantatge de les entrevistes personals i telefòniques n'és el baix cost.**
- c) El registre de queixes, suggeriments i reclamacions és un mitjà eficaç per avaluar la qualitat del servei prestat.**

a) ****FALS****. En els procediments d'avaluació externa sí que se solen utilitzar les autoavaluacions realitzades pel personal de la pròpia empresa. De fet, quan els procediments d'avaluació presenten una complexitat elevada, el que se sol fer és auditar les autoavaluacions pròpies realitzades pel personal encarregat de la prestació del servei, en lloc d'avaluar directament el servei.

b) ****FALS****. El principal avantatge de les entrevistes personals i telefòniques no és el baix cost, sinó el seu alt índex de resposta en comparació amb altres mètodes. De fet, aquestes tècniques solen tenir un cost elevat degut a la necessitat de contractar entrevistadors, formar-los i dedicar temps a cada entrevista individual.

c) ****VERITABLE****. El registre de queixes, suggeriments i reclamacions és efectivament un mitjà eficaç per avaluar la qualitat del servei prestat, ja que proporciona informació directa sobre els aspectes que han generat insatisfacció als clients o aquells que consideren millorables. Aquesta informació és valuosa per identificar àrees de millora, sempre que l'empresa posi a la disposició dels usuaris vies de comunicació fiables i accessibles.



9. Estableix possibles criteris, indicadors i estàndards de qualitat per mitjà dels quals analitzar la qualitat del servei d'urgències d'un hospital públic.

****Criteris, indicadors i estàndards de qualitat per a un servei d'urgències hospitalari:****

1. ****Criteri****: Temps d'espera per a l'atenció inicial ha de ser breu.
 - ****Indicador****: Temps mitjà transcorregut des de l'arribada del pacient fins al triatge.
 - ****Estàndard****: El 95% dels pacients han de ser classificats mitjançant triatge en menys de 10 minuts des de la seva arribada.
2. ****Criteri****: L'atenció mèdica ha de ser ràpida segons la gravetat del pacient.
 - ****Indicador****: Temps mitjà d'espera per ser atès per un metge segons el nivell de triatge.
 - ****Estàndard****:
 - Nivell 1 (emergència): 100% atesos immediatament
 - Nivell 2 (molt urgent): 90% atesos en menys de 15 minuts
 - Nivell 3 (urgent): 85% atesos en menys de 60 minuts
 - Nivell 4 (menys urgent): 80% atesos en menys de 120 minuts
 - Nivell 5 (no urgent): 75% atesos en menys de 240 minuts
3. ****Criteri****: Precisió diagnòstica a l'atenció d'urgències.
 - ****Indicador****: Percentatge de pacients que tornen a urgències a les 72 hores següents a l'alta amb el mateix problema.
 - ****Estàndard****: Menys del 3% dels pacients donats d'alta tornen en les següents 72 hores pel mateix motiu.
4. ****Criteri****: Informació clara a pacients i familiars.
 - ****Indicador****: Percentatge de pacients que declaren haver rebut informació comprensible sobre el seu estat i tractament.
 - ****Estàndard****: Almenys el 90% dels pacients han de declarar haver rebut informació clara i comprensible.



5. ****Criteri****: Adequada gestió del dolor.

- ****Indicador****: Temps mitjà des de la identificació del dolor fins a l'administració d'analgèsia.
- ****Estàndard****: El 85% dels pacients amb dolor moderat-sever han de rebre analgèsia en menys de 30 minuts.

6. ****Criteri****: Eficiència en la resolució de casos.

- ****Indicador****: Temps mitjà d'estada a urgències fins a resolució (alta o ingrés).
- ****Estàndard****: El 80% dels pacients han de tenir una estada total a urgències inferior a 4 hores.

7. ****Criteri****: Adequada dotació de personal sanitari.

- ****Indicador****: Ràtio de pacients per metge i infermer a cada torn.
- ****Estàndard****: Màxim de 4 pacients d'alta complexitat per metge i 2 per infermer a cada torn.

8. ****Criteri****: Satisfacció del pacient amb l'atenció rebuda.

- ****Indicador****: Puntuació mitjana en enquestes de satisfacció.
- ****Estàndard****: Puntuació mitjana superior a 8 sobre 10 a les enquestes de satisfacció.

9. ****Criteri****: Adequada coordinació amb altres serveis hospitalaris.

- ****Indicador****: Temps mitjà de resposta a interconsultes urgents amb especialistes.
- ****Estàndard****: El 90% de les interconsultes urgents han de ser respostes en menys de 30 minuts.

10. ****Criteri****: Seguretat del pacient.

- ****Indicador****: Nombre d'esdeveniments adversos notificats per cada 1.000 pacients atesos.
- ****Estàndard****: Menys de 5 esdeveniments adversos per cada 1.000 pacients atesos.



Identificar les principals incidències i retards al servei d'atenció al client.

10. Justifica si les afirmacions següents són vertaderes o falses:

a) Un disseny dolent de les funcions que es desenvoluparan no pot ser corregit per la direcció de l'empresa.

b) Comptar amb personal motivat, informat i actualitzat evita actuar amb zel excessiu en desenvolupar determinats procediments.

c) El client mai no ha de ser percebut com una amenaça, sinó com a font d'oportunitats i beneficis.

a) ****FALS****. Un mal disseny de les funcions que es desenvoluparan sí que pot ser corregit per la direcció de l'empresa. De fet, és responsabilitat de la direcció corregir qualsevol ineficiència en el servei produïda tant per un exercici inadequat com per un mal disseny de les funcions que s'han de desenvolupar a cada lloc. La direcció té la capacitat i l'obligació de redissenyar els processos, redistribuir tasques i responsabilitats i establir nous procediments quan es detecten problemes en el disseny funcional.

b) ****FALS****. Comptar amb personal motivat, informat i actualitzat no necessàriament evita actuar amb zel excessiu en desenvolupar determinats procediments. L'excessiu zel en el compliment de procediments es pot donar fins i tot en personal ben format i motivat, especialment si la cultura organitzacional emfatitza el compliment estricte de les normes per sobre de la satisfacció del client. Per evitar aquest problema, a més de la formació tècnica, cal inculcar al personal la flexibilitat i l'enfocament cap a la satisfacció del client com a objectiu prioritari.

c) ****VERITABLE****. El client mai no ha de ser percebut com una amenaça, sinó com a font d'oportunitats i beneficis. Aquesta afirmació és correcta perquè el client és la raó de ser de qualsevol empresa i qui en justifica l'existència. Fins i tot quan presenteu queixes o reclamacions, el client està proporcionant informació valuosa que pot ajudar a millorar el servei. Una empresa que percep els seus clients com a amenaces desenvoluparà actituds defensives que deterioraran la relació comercial i afectaran negativament la seva imatge i rendibilitat.

11. Posa exemples de possibles anomalies que es poden produir en el servei proporcionat per:

a) Un taller mecànic.

**b) Una tintoreria.****c) Un restaurant de menjar ràpid.****a) **Anomalies en un taller mecànic:****

- Reparació incorrecta que no soluciona el problema original del vehicle
- Retards significatius en el lliurament del vehicle sense avís previ al client
- Substitució de peces originals per altres de menor qualitat sense autorització del client
- Cobrament per reparacions o serveis no realitzats
- Danys addicionals causats al vehicle durant la seva estada al taller
- Pèrdua d'objectes personals deixats al vehicle
- Diagnòstic erroni del problema que porta a reparacions innecessàries
- Manca de neteja del vehicle després de la intervenció (taques de greix, empremtes, etc.)
- No respectar el pressupost acordat inicialment sense justificació
- Tracte descortès o poc professional al client

b) **Anomalies en una tintoreria:**

- Danys a les peces durant el procés de neteja (decoloració, encongiment, trencaments)
- Pèrdua de peces lliurades pel client
- Lliurament de peces que segueixen tacades o brutes després del procés
- Confusió en el lliurament (donar al client peces que no són seves)
- Retards a la data de lliurament promesa
- Aplicació de tractaments inadequats per al tipus de teixit
- Cobrament incorrecte pels serveis prestats
- Manca d'informació sobre riscos específics en el tractament de certes peces de roba
- Mal planxat o acabat de les peces
- Olor desagradable a les peces després del procés de neteja

c) **Anomalies en un restaurant de menjar ràpid:**



- Temps d'espera excessius per rebre la comanda
- Errors en la composició de la comanda (manca de productes o productes equivocats)
- Aliments servits a temperatura inadequada (fred el que hauria d'estar calent o viceversa)
- Presència d'elements estranys al menjar
- Mal estat dels aliments (caducats, en mal estat)
- Manca de neteja a les instal·lacions (taules brutes, banys descuidats)
- Tracte descortès per part del personal
- Cobrament incorrecte (més del que correspon)
- Promocions anunciades no disponibles o amb condicions no especificades
- Envasos o embalatges danyats que afecten la integritat del producte

Descriure les mesures per solucionar les anomalies detectades i millorar la qualitat del servei.

12. Basant-te en la resposta a l'activitat anterior, descriu possibles solucions per corregir els errors i les anomalies detectats en cada cas.

****a) Solucions per a un taller mecànic:****

1. **Per a reparacions incorrectes:**

- Implementar un protocol de verificació post-reparació que inclogui proves de carretera.
- Establir garanties de reparació per escrit, assumint sense cost les rectificacions necessàries.
- Formar contínuament el personal tècnic en noves tecnologies i procediments.

2. **Per retards en el lliurament:**

- Implementar un sistema de gestió de cites que assigni temps realistes segons el tipus de reparació.
- Establir un protocol de comunicació per informar el client amb antelació de possibles retards.



Control de la qualitat i millora del servei

- Oferir vehicle de substitució quan el retard superi un temps determinat.

3. **Per substitució no autoritzada de peces:**

- Crear un procediment que requereixi autorització explícita del client per a qualsevol canvi respecte del pressupost inicial.
- Mostrar al client les peces substituïdes.
- Documentar fotogràficament l'estat de les peces abans i després de la reparació.

4. **Per pèrdua d'objectes personals:**

- Implementar un inventari d'objectes visibles al vehicle en rebre'l.
- Instal·lar càmeres de seguretat a les zones de treball.
- Establir un procediment de compensació en cas de pèrdues confirmades.

b) Solucions per a una tintoreria:

1. **Per a danys a les peces:**

- Implementar un sistema de classificació de peces de roba segons tipus de teixit i tractament requerit.
- Formar el personal en la identificació de teixits i les seues cures específiques.
- Realitzar proves a zones no visibles abans d'aplicar tractaments agressius.
- Establir un sistema de compensació just per a peces danyades.

2. **Per pèrdua de peces:**

- Implementar un sistema de codi de barres o etiquetes RFID per al seguiment de cada peça.
- Fotografiar totes les peces en rebre-les.
- Establir zones específiques per a cada fase del procés, evitant barreges.

3. **Per a peces que segueixen brutes:**

- Implementar un control de qualitat final abans del lliurament.
- Establir protocols específics per a diferents tipus de taques.



Control de la qualitat i millora del servei

- Oferir la repetició del servei sense cap cost addicional si el resultat no és satisfactori.

4. **Per confusions al lliurament:**

- Utilitzar borses individualitzades amb codis únics per client.
- Verificar la identitat del client en recollir les peces de roba.
- Implementar un sistema informàtic que vinculi client, tiquet i peces de roba.

c) Solucions per a un restaurant de menjar ràpid:

1. **Per temps d'espera excessius:**

- Optimitzar els processos de preparació mitjançant anàlisis de temps i moviments.
- Implementar tecnologia per a comandes anticipades (app, quioscs digitals).
- Augmentar el personal en hores puntes segons l'anàlisi d'afluència.
- Oferir compensacions (producte gratuït, descompte) quan l'espera superi un temps establert.

2. **Per errors a les comandes:**

- Implementar sistemes de verificació doble abans de lliurar la comanda.
- Utilitzar tecnologia que mostri clarament al personal els components de cada comanda.
- Formar el personal en tècniques d'atenció i concentració.
- Establir una política de correcció immediata d'errors sense qüestionaments.

3. **Per aliments a temperatura inadequada:**

- Revisar i millorar els sistemes de manteniment de temperatura.
- Establir controls periòdics de temperatura durant el servei.
- Reduir el temps entre preparació i entrega mitjançant optimització de processos.

4. **Per problemes de neteja:**

- Implementar un sistema de torns de neteja continua durant l'horari d'obertura.



- Crear llistes de verificació de neteja amb responsables assignats.
- Formar el personal sobre la importància de la higiene en la percepció del client.
- Realitzar auditories sorpresa de neteja per part de la direcció.

13. Què entenem per manual de procediments? Busca a Internet algun exemple i detalla alguna de les instruccions contingudes.

Un manual de procediments és un conjunt de documents on es detallen tots els aspectes relacionats amb la prestació d'un servei concret. La seva finalitat és assolir un nivell de qualitat considerat òptim en la prestació d'aquest, establint de manera clara i precisa com s'han de fer les diferents tasques i activitats que componen el servei.

****Exemple: Manual de Procediments per a l'Atenció al Client en una entitat bancària****

Una instrucció detallada d'aquest manual podria ser el "Procediment per a l'Obertura de Comptes Corrents":

1. ****Objectiu del procediment****: Establir els passos que cal seguir per a l'obertura d'un compte corrent, garantint el compliment de la normativa vigent i la satisfacció del client.
2. ****Abast****: Aplicable a tot el personal d'atenció al client i gestors comercials de totes les sucursals de l'entitat.
3. ****Responsabilitats****:
 - Gestor comercial: Responsable de l'atenció inicial, assessorament i tramitació de l'obertura.
 - Supervisor d'oficina: Responsable de la verificació i aprovació final.
 - Departament de Compliment Normatiu: Responsable de la validació de la documentació segons normativa antiblanqueig.
4. ****Procediment detallat****:



4.1. **Recepció del client**:

- Saludar el client pel seu nom si és conegut, o de manera cordial si és nou.
- Convidar el client a seure al despatx d'atenció personalitzada.
- Oferir aigua o cafè mentre dura la gestió.
- Preguntar el motiu de la visita i confirmar que és una obertura de compte.

4.2. **Identificació i verificació**:

- Sol·licitar document d'identitat oficial vigent (DNI, NIE o passaport).
- Escanejar el document fent servir l'escàner de taula.
- Verificar l'autenticitat del document mitjançant el sistema de validació electrònica.
- En cas d'estrangers, comprovar la vigència del permís de residència.
- Per a persones jurídiques, sol·licitar addicionalment: CIF, escriptures de constitució, poders dels representants i acta de l'òrgan d'administració que autoritza l'obertura.

4.3. **Informació i assessorament**:

- Presentar les diferents modalitats de comptes disponibles.
- Explicar detalladament les comissions, interessos i condicions de cada tipus de compte.
- Lliurar el document d'informació precontractual i explicar-ne els punts principals.
- Recomana el compte més adequat segons el perfil i les necessitats del client.
- Resoldre tots els dubtes que plantegi el client abans de continuar.

4.4. **Ompliment de formularis**:

- Accedir al sistema informàtic amb les credencials personals.
- Introduir les dades personals del client a l'aplicació d'obertura de comptes.
- Imprimir el contracte d'obertura i el document de condicions particulars.
- Sol·licitar al client que revisi la informació introduïda.
- Marcar amb un post-it groc els llocs on ha de signar el client.

4.5. **Signatura de documentació**:



- Sol·licitar al client que signi tots els documents als llocs indicats.
- Signar com a empleat als espais corresponents.
- Escanejar tota la documentació signada.
- Lliurar una còpia al client en carpeta corporativa.

4.6. **Lliurament de mitjans de pagament**:

- Configurar al sistema la targeta de dèbit associada al compte.
- Imprimir el contracte de targeta i sol·licitar-ne la signatura.
- Lliurar targeta provisional si el sistema ho permet, o informar del termini i mètode de lliurament de la targeta definitiva.
- Configurar l'accés a la banca en línia i app mòbil.
- Lliurar el document amb les credencials provisionals al sobre tancat.

4.7. **Finalització del procés**:

- Explicar al client com activar la targeta i la banca en línia.
- Proporcionar un fulletó amb els telèfons d'atenció al client.
- Informar sobre els horaris d'atenció de la sucursal.
- Agrair la confiança dipositada a l'entitat.
- Acompanyar el client fins a la porta de la sucursal.

5. **Documentació associada**:

- Formulari d'obertura del compte
- Contracte de condicions generals
- Document d'informació precontractual
- Formulari de coneixement del client (KYC)
- Contracte de targeta de dèbit
- Sol·licitud de banca electrònica

6. **Control de canvis**:

- Versió 1.0: Creació del document (01/01/2022)
- Versió 1.1: Actualització per canvis normatius (01/06/2022)



- Versió 2.0: Inclusió del procediment digital (01/01/2023)

14. Justifica la veracitat o falsedat de les afirmacions següents:

a) El primer que cal fer davant d'un error o anomalia és determinar les implicacions que ocasiona per a la resta de l'empresa i documentar la situació de manera adequada.

b) Un cop implantades les mesures correctores que es determinin, no cal fer res més.

c) L'objectiu de qualsevol mesura correctora és disminuir els costos de disconformitat.

a) ****VERITABLE****. El primer que cal fer davant d'un error o anomalia és determinar les implicacions que ocasiona per a la resta de l'empresa i documentar la situació de manera adequada. Aquesta afirmació és correcta perquè només comprenent la dimensió de l'error comès i les seves implicacions per a la qualitat del servei prestat se'n pot abordar adequadament la solució. La documentació adequada permet tenir un registre detallat del problema, cosa que en facilitarà l'anàlisi posterior i la implementació de mesures correctores efectives.

b) ****FALS****. Un cop implantades les mesures correctores que es determinin, no n'hi ha prou de donar per finalitzat el procés. Cal establir controls periòdics per comprovar si aquestes mesures han aconseguit o no els objectius proposats. Aquest seguiment és fonamental per verificar l'eficàcia de les accions implementades i, en cas que no estiguin donant els resultats esperats, poder-les ajustar o replantejar. La millora de la qualitat és un procés continu que requereix una avaluació constant.

c) ****VERITABLE****. L'objectiu de qualsevol mesura correctora és disminuir els costos de disconformitat. Els costos de disconformitat són els derivats de la insatisfacció del client (protestes, reclamacions, devolucions, pèrdua de clients, deteriorament de la imatge de l'empresa, etc.). Les mesures correctores busquen eliminar les causes dels errors i anomalies, cosa que redueix aquests costos de disconformitat. Tot i que implementar aquestes mesures suposa assumir certs costos de gestió, aquests són significativament menors que els costos que generaria mantenir un servei deficient.

Desenvolupar les accions establertes al pla de fidelització de clients.



15. Descriu els principals avantatges que proporciona a una empresa comptar amb una clientela fidel.

Els principals avantatges que proporciona a una empresa comptar amb una clientela fidel són:

1. ****Reducció de costos de captació****: Aconseguir un nou client suposa un cost aproximadament cinc vegades superior a les despeses necessàries per conservar un client actual, cosa que permet a l'empresa ser més eficient en l'assignació de recursos.
2. ****Facilitat per llançar nous productes****: Els clients fidels són més receptius a provar noves ofertes de l'empresa, ja que confien en la qualitat dels seus productes o serveis, reduint així el risc i el cost d'introduir novetats al mercat.
3. ****Desenvolupament de vendes creuades****: La fidelitat permet comercialitzar productes o serveis addicionals a clients que ja consumeixen alguna oferta de l'empresa, augmentant el valor mitjà per client.
4. ****Seguretat de beneficis futurs****: Una base de clients fidels representa un actiu intangible que garanteix un flux d'ingressos estable i predictable, incrementant el fons de comerç de l'empresa.
5. ****Major autonomia per fixar preus****: Els clients fidels desenvolupen resistència al canvi d'oferta comercial, cosa que permet a l'empresa incrementar preus sense reduir significativament les vendes, millorant-ne així els marges i la rendibilitat.
6. ****Màrqueting gratuït mitjançant recomanacions****: Els clients satisfets es converteixen en prescriptors de la marca, generant publicitat boca a boca positiva i comentaris favorables a xarxes socials, cosa que atrau nous clients sense cost addicional.
7. ****Reducció de queixes i reclamacions****: Els clients fidels solen ser més tolerants amb petits errors i estan més disposats a comunicar problemes de forma constructiva, cosa que redueix els costos associats a la gestió de reclamacions.



Control de la qualitat i millora del servei

8. ****Millor ambient laboral****: En empreses amb clients fidels, els treballadors solen estar més motivats i experimenten menys estrès, ja que les interaccions amb els clients són més positives i constructives.

9. ****Major coneixement del client****: La relació continuada permet a l'empresa recopilar més informació sobre preferències i necessitats, facilitant la personalització d'ofertes i l'anticipació a canvis al mercat.

10. ****Barrera d'entrada per a competidors****: Una base sòlida de clients fidels dificulta l'entrada de nous competidors al mercat, ja que hauran d'invertir més recursos per captar clients ja satisfets amb una altra empresa.

11. ****Major estabilitat davant de crisis****: Les empreses amb clients fidels solen resistir millor els períodes de crisi econòmica, ja que mantenen un nivell de vendes més estable fins i tot en situacions adverses.

12. ****Retroalimentació valuosa per a la millora****: Els clients fidels solen proporcionar feedback més detallat i constructiu, cosa que permet a l'empresa millorar contínuament els seus productes i serveis.

16. Enumera els aspectes principals que influeixen en el nivell de fidelització d'un client a un hipermercat concret.

Els aspectes principals que influeixen en el nivell de fidelització d'un client a un hipermercat concret són:

1. ****Ubicació i accessibilitat****: Proximitat al domicili o lloc de treball, facilitat d'accés, disponibilitat d'aparcament i bones connexions de transport públic.

2. ****Relació qualitat-preu****: Percepció que els productes oferts tenen un preu just en relació amb la seva qualitat, comparat amb altres establiments.

3. ****Varietat i disponibilitat de productes****: Ampli assortiment que cobreixi totes les necessitats de compra, amb estoc suficient dels productes habituals i presència de marques preferides.



Control de la qualitat i millora del servei

4. ****Qualitat dels productes frescos****: Bon estat, frescor i varietat en seccions com fruites, verdures, carnisseria, peixateria i fleca.
5. ****Programes de fidelització****: Targetes de punts, descomptes exclusius per a clients habituals, cupons personalitzats segons historial de compres i promocions especials.
6. ****Atenció al client****: Tracte amable i professional del personal, rapidesa en la resolució de problemes i gestió eficaç de reclamacions.
7. ****Temps d'espera****: Agilitat a les caixes, suficients caixes obertes en hores punta i alternatives com caixes ràpides o autopagament.
8. ****Neteja i organització****: Instal·lacions netes, passadissos ordenats, productes ben col·locats i fàcils de trobar.
9. ****Horaris amplis****: Adaptats a les necessitats dels clients, incloent-hi obertura en festius o en horari estès quan sigui necessari.
10. ****Serveis addicionals****: Lliurament a domicili, compra online, seccions especialitzades (per a celíacs, productes ecològics, etc.), cafeteria, servei de guarderia, etc.
11. ****Experiència de compra****: Ambient agradable, música adequada, temperatura confortable, il·luminació apropiada i disseny que faciliti el recorregut.
12. ****Política de devolucions****: Flexibilitat i facilitat per canviar o tornar productes, sense excessius tràmits o restriccions.
13. ****Responsabilitat social i mediambiental****: Compromís visible amb causes socials, productes locals, reducció de plàstics i altres iniciatives sostenibles que connectin amb els valors del client.
14. ****Comunicació personalitzada****: Informació rellevant sobre ofertes d'interès segons l'historial de compres, mitjançant canals preferits pel client.



Control de la qualitat i millora del servei

15. ****Innovació i adaptació****: Incorporació de noves tecnologies que facilitin la compra, com apps mòbils, escàners de productes o sistemes de pagament contactless.

16. ****Consistència****: Mantenir un nivell de qualitat i servei estable al llarg del temps, evitant fluctuacions que generin desconfiança.

17. Com pot influir un servei postvenda a la fidelització de la clientela? Posa'n algun exemple.

Un servei postvenda pot influir decisivament en la fidelització de la clientela de les maneres següents:

1. ****Genera confiança i seguretat****: Un bon servei postvenda transmet al client que l'empresa no l'abandona després de la venda, sinó que es manté al costat per resoldre qualsevol problema que pugui sorgir. Això crea un enllaç de confiança fonamental per a la fidelització.

2. ****Prolonga la relació amb el client****: Manté el contacte més enllà del moment de la compra, creant múltiples punts d'interacció que enforteixen la relació comercial.

3. ****Millora la percepció de valor****: Un producte recolzat per un bon servei postvenda té més valor percebut, cosa que justifica fins i tot un preu superior i redueix la importància del factor preu en futures decisions de compra.

4. ****Converteix problemes en oportunitats****: Una incidència ben resolta pot generar més fidelitat que una experiència sense problemes, ja que demostra el compromís real de l'empresa amb la satisfacció del client.

5. ****Proporciona informació valuosa****: El contacte postvenda permet obtenir feedback directe sobre el producte o servei, facilitant millores que incrementaran la satisfacció futura.



Control de la qualitat i millora del servei

6. ****Facilita la venda creuada****: Durant les interaccions postvenda es poden identificar necessitats addicionals del client i oferir productes o serveis complementaris.

****Exemple pràctic: Servei postvenda d'Apple****

Apple ha construït un dels nivells més grans de fidelització de clients del mercat gràcies, en gran part, al seu servei postvenda:

- ****Apple Care****: Ofereix una garantia estesa que va més enllà de la legal, amb cobertura per a danys accidentals i suport tècnic prioritari. Els clients perceben que estan protegits davant de qualsevol eventualitat.
- ****Genius Bar****: Servei d'atenció presencial a botigues Apple on tècnics especialitzats resolen problemes, ofereixen formació i assessoren sobre productes. La possibilitat de parlar cara a cara amb un expert genera confiança i proximitat.
- ****Suport telefònic i online 24/7****: Disponibilitat constant per resoldre dubtes o problemes, amb personal altament capacitat que cerca solucions efectives sense derivar innecessàriament al client.
- ****Reparacions ràpides o substitució****: En molts casos, Apple opta per substituir directament un dispositiu defectuós en lloc de sotmetre'l a llargues reparacions, minimitzant les molèsties per al client.
- ****Formació gratuïta****: Ofereix sessions "Today at Apple" on els clients poden aprendre a treure el màxim profit als seus dispositius, augmentant així la seva satisfacció amb la compra realitzada.
- ****Actualitzacions de programari prolongades****: Manté els dispositius actualitzats durant anys, estenent la seva vida útil i generant la sensació que la inversió ha estat encertada.

El resultat és que els usuaris d'Apple mostren un dels índexs de fidelitat més alts del mercat tecnològic, amb taxes de renovació de dispositius superiors al 90% en alguns segments. Molts clients ni tan sols consideren canviar de marca, tot i que



Control de la qualitat i millora del servei

els productes Apple solen tenir preus superiors als de la competència, demostrant com un servei postvenda excepcional pot justificar un premium price i generar una fidelitat indestructible.

18. Investiga els instruments utilitzats per una entitat financera que coneguis per aconseguir un major grau de fidelització a la seva clientela.

****Instruments de fidelització utilitzats per BBVA:****

1. **Programa "BBVA Punts":

- Sistema d'acumulació de punts per operacions bancàries habituals (domiciliació de nòmina, rebuts, ús de targetes, etc.)
- Els punts es poden bescanviar per productes, experiències, viatges o donacions a causes socials
- Diferents nivells segons la vinculació del client, amb avantatges creixents

2. **Compte "BBVA Sense Comissions":

- Eliminació de comissions de manteniment i administració per a clients amb un cert nivell de vinculació
- Sense comissions en targetes de dèbit i crèdit associades
- Retirades gratuïtes als caixers de la xarxa BBVA

3. **App BBVA i banca digital avançada:

- Aplicació mòbil premiada internacionalment per la seva usabilitat
- Eines de gestió financera personal (categorització de despeses, pressupostos, etc.)
- Funcionalitats innovadores com "Bconomy" que analitza la salut financera del client
- Contractació de productes 100% online sense necessitat d'acudir a oficines

4. **Servei "BBVA Amb tu":

- Gestor personal remot per a clients de determinat nivell
- Atenció personalitzada a través de canals digitals (videotrucada, xat, email)



Control de la qualitat i millora del servei

- Assessorament financer adaptat al perfil del client

5. **Programa "BBVA EstarSegur"**:

- Descomptes en assegurances per a clients amb diversos productes contractats
- Cobertures addicionals gratuïtes per a clients amb més vinculació
- Gestió integral d'assegurances a través de l'app

6. **Hipoteca BBVA Bonificada**:

- Reducció progressiva del tipus d'interès segons productes contractats
- Bonificacions per domiciliació de nòmina, assegurances, plans de pensions, etc.
- Flexibilitat en les condicions (mancances, ampliacions, etc.) per a clients fidels

7. **Programa "BBVA Wallet"**:

- Finançament de compres a terminis sense interessos
- Alertes i control de despeses en temps real
- Targetes virtuals d'un sol ús per a compres en línia més segures

8. **Beneficis no financers**:

- Invitacions a esdeveniments exclusius (concerts, exposicions, conferències)
- Descomptes en establiments associats mitjançant el programa "BBVA Go"
- Accés preferent a venda d'entrades per a esdeveniments patrocinats

9. **Comunicació personalitzada**:

- Ofertes adaptades al perfil de cada client basades en el seu historial financer
- Alertes personalitzades sobre oportunitats d'estalvi o inversió
- Felicitacions en dates especials (aniversaris, aniversaris com a client)

10. **Formació financera**:

- Cursos i webinars gratuïts sobre educació financera
- Centre d'ajuda amb tutorials per treure el màxim profit als serveis
- Informes de mercat i recomanacions d'inversió personalitzades



11. ****Programa "BBVA Valora"**:**

- Eina que ajuda a valorar immobles i analitzar zones per a compra d'habitatge
- Simulador hipotecari personalitzat
- Assessorament integral en el procés de compra d'habitatge

12. ****Atenció al client multicanal 24/7**:**

- Servei d'atenció telefònica disponible les 24 hores
- Assistent virtual "Blue" per a consultes ràpides
- Resolució àgil d'incidències amb seguiment personalitzat

Aquests instruments funcionen de manera integrada, creant un ecosistema que incentiva la contractació de múltiples productes i serveis, augmentant així la vinculació del client amb l'entitat i dificultant-ne la marxa a la competència, ja que hauria de renunciar a nombrosos avantatges acumulats.

Descriure el procés per certificar externament la qualitat del servei.

19. Explica en què es diferencien una auditoria de manteniment i una preauditoria.

****Diferències entre una auditoria de manteniment i una preauditoria:****

1. ****Objectiu principal**:**

- ****Auditoria de manteniment**:** El seu objectiu és verificar que el sistema de gestió de qualitat ja certificat segueix complint els requisits de la norma i manté la seva eficàcia. Busca confirmar que l'empresa continua aplicant correctament els procediments establerts.
- ****Preauditoria**:** El seu objectiu és identificar possibles àrees de millora al sistema de gestió de qualitat abans de sotmetre's a l'auditoria de certificació. Busca detectar no-conformitats potencials perquè l'empresa pugui corregir-les abans de l'auditoria oficial.

2. ****Moment de realització**:**



Control de la qualitat i millora del servei

- **Auditoria de manteniment**: Es realitza periòdicament (normalment cada any) després d'haver obtingut la certificació inicial, durant el període de validesa del certificat (tres anys).
- **Preauditoria**: Es realitza abans de l'auditoria de certificació inicial o de renovació, com a pas preparatori voluntari.

3. **Caràcter obligatori**:

- **Auditoria de manteniment**: És obligatòria per mantenir la validesa del certificat durant el període de vigència.
- **Preauditoria**: És voluntària i l'empresa decideix si vol fer-la com a preparació.

4. **Abast i profunditat**:

- **Auditoria de manteniment**: No sol ser tan exhaustiva com l'auditoria de certificació inicial, ja que normalment audita el sistema de manera parcial, centrant-se en àrees específiques o en aspectes que van presentar problemes anteriorment.
- **Preauditoria**: Pot ser tan exhaustiva com l'empresa ho sol·liciti, podent abastar tot el sistema o centrar-se en àrees específiques que preocupin l'organització.

5. **Conseqüències**:

- **Auditoria de manteniment**: Si es detecten no conformitats greus, pot portar a la suspensió o retirada del certificat si no es corregeixen en el termini establert.
- **Preauditoria**: No té conseqüències formals sobre la certificació, ja que el seu propòsit és merament preparatori. Les no-conformitats detectades no afecten el procés de certificació posterior.

6. **Qui la realitza**:

- **Auditoria de manteniment**: La realitza obligatòriament l'entitat certificadora que va emetre el certificat.
- **Preauditoria**: La pot fer la mateixa entitat certificadora (a sol·licitud de l'empresa client) o consultors externs independents.

7. **Resultat formal**:



Control de la qualitat i millora del servei

- **Auditoria de manteniment**: Genera un informe oficial que determina si l'empresa manté o no la certificació.
- **Preauditoria**: Genera un informe no oficial de caràcter consultiu, que serveix com a eina de millora interna.

8. **Cost**:

- **Auditoria de manteniment**: El cost està generalment inclòs en el procés de certificació triennal.
- **Preauditoria**: Suposa un cost addicional que l'empresa ha d'assumir com a inversió per augmentar les probabilitats d'èxit a la certificació.

En resum, mentre que l'auditoria de manteniment és un procés formal i obligatori per mantenir una certificació ja obtinguda, la preauditoria és una eina voluntària de preparació que ajuda l'empresa a identificar i corregir problemes abans de sotmetre's a una auditoria oficial.

20. Justifica la veracitat o falsedat de les afirmacions següents:

- a) La certificació ISO 9001:2015 té una validesa il·limitada per a l'empresa que l'obté.**
- b) A les auditories de certificació s'auditen només parcialment alguns departaments.**
- c) A l'informe d'auditoria s'especifiquen les desviacions detectades en el procés.**

a) **FALS**. La certificació ISO 9001:2015 no té una validesa il·limitada per a l'empresa que l'obté. Els certificats de la norma ISO 9001:2015 tenen una validesa de tres anys, sempre que es desenvolupin les auditories anuals de manteniment corresponents dins del termini i el resultat d'aquestes sigui positiu. Transcorregut aquest període de tres anys, l'empresa ha de sotmetre's a una nova auditoria de certificació completa si voleu renovar el certificat.

b) **FALS**. A les auditories de certificació no s'auditen només parcialment alguns departaments, sinó que es fa una avaluació completa i exhaustiva de tot el sistema de gestió de qualitat de l'empresa. Són les auditories de manteniment (realitzades anualment durant el període de validesa del certificat) les que solen ser menys exhaustives i es poden centrar a auditar el sistema de forma parcial.



Control de la qualitat i millora del servei

Les auditories de certificació, tant la inicial com les de renovació cada tres anys, han de verificar que tot el sistema compleix els requisits de la norma.

c) ****VERITABLE****. A l'informe d'auditoria sí que s'especifiquen les desviacions detectades en el procés. Un cop completada l'auditoria, es duu a terme una reunió final on s'informa a l'empresa client del resultat i se li lliura el corresponent informe en què s'especifiquen, si cal, les desviacions detectades. Aquestes desviacions poden ser no conformitats menors o més grans, i l'empresa haurà d'implementar les accions correctives necessàries per resoldre-les dins del termini establert si vol obtenir o mantenir la certificació.



Repte professional: control de la qualitat i millora del servei

Investiga

En aquesta darrera unitat desenvoluparàs i posaràs en marxa aspectes d'un servei postvenda de qualitat per tal de fomentar la fidelitat de la clientela.

Treballaràs en una empresa que, entre els serveis prestats a la seva clientela, ofereix un servei d'assistència i manteniment d'equips informàtics en remot. Aquest servei és de recent creació i actualment es troba en fase d'implantació.

Elabora

1. Dissenyar un sistema mitjançant el qual avaluar el servei d'assistència tècnica

A la teva empresa comencen a sorgir dubtes sobre la qualitat del servei d'assistència tècnica remota, ja que diverses persones han mostrat la seva insatisfacció amb el tracte rebut en xarxes socials. El teu cap vol avaluar la qualitat d'aquest mitjançant algun mètode.

- Tria tres instruments a través dels quals l'empresa podria avaluar la qualitat del servei i explica com podrien implantar-se en el dia a dia de l'empresa.

2. Elaborar un qüestionari de satisfacció

Dels instruments possibles, el cap del departament comercial considera que seria interessant incloure, a la mateixa web utilitzada per a la prestació del servei, un qüestionari amb el qual els clients mostrin el seu grau de satisfacció.

- Elabora un model de qüestionari que serveixi per avaluar la qualitat del servei proporcionat.

3. Establir criteris de qualitat

Sembla que el treball desenvolupat està començant a donar els seus fruits i el servei comença a ser valorat pels clients. Per aconseguir una millor anàlisi de les dades recaptades a través del qüestionari de satisfacció, el



Control de la qualitat i millora del servei

cap del departament comercial t'encomana dissenyar algun patró o mesura que serveixi de referència per avaluar.

- Descriu tres criteris de qualitat amb els quals analitzar la qualitat del servei prestat.

4. Tractar i resoldre anomalies

En els comentaris negatius rebuts, alguns clients manifesten que els professionals de l'empresa no han diagnosticat adequadament la incidència que patien. Fins i tot algun arriba a suggerir que ha perdut dades del seu equip a causa d'una reparació.

- Estableix els passos a seguir per tractar aquestes anomalies, determinant quin tipus d'error s'ha produït i quina solució s'hauria d'adoptar.

5. Incrementar el grau de fidelitat dels clients

S'ha detectat que alguns dels nostres clients han deixat d'utilitzar els serveis, coincidint amb el llançament per part d'una empresa competidora d'un servei similar, però a un preu de llançament sensiblement més baix.

- Elabora tres possibles alternatives per incrementar el grau de fidelitat de la clientela al servei ofert per l'empresa.

6. Certificació del sistema de gestió de qualitat

Des de la direcció creuen que per competir en el seu sector, a més d'oferir un bon servei als seus clients, han de certificar públicament que l'empresa busca la màxima qualitat possible en els seus serveis.

- Descriu els passos a seguir per aconseguir la certificació del sistema de gestió de qualitat.

Solució:

1. Dissenyar un sistema mitjançant el qual avaluar el servei d'assistència tècnica

Per avaluar la qualitat del servei d'assistència tècnica remota, proposo implementar els tres instruments següents:

1. **Enquesta de satisfacció post-servei automatitzada**



Control de la qualitat i millora del servei

Aquest instrument s'implementaria enviant automàticament una breu enquesta al client immediatament després de finalitzar cada sessió d'assistència tècnica. L'enquesta apareixeria a la mateixa finestra on s'ha prestat el servei, abans que el client la pugui tancar.

Implementació:

- Integrar un formulari de 5 preguntes clau a la plataforma d'assistència remota
- Fer obligatori el formulari degudament emplenat per tancar la sessió de suport
- Incloure una escala de valoració de 1-5 estrelles i un camp de comentaris
- Programar alertes automàtiques quan es rebin valoracions negatives (1-2 estrelles)
- Generar informes setmanals amb els resultats agregats per tècnic i tipus d'incidència

2. **Sistema de monitorització i anàlisi de sessions**

Aquest instrument permetria avaluar objectivament aspectes tècnics del servei mitjançant l'enregistrament i l'anàlisi de les sessions d'assistència remota (amb el consentiment previ del client).

Implementació:

- Configurar el sistema per enregistrar les sessions d'assistència (àudio, vídeo i accions realitzades)
- Implementar anàlisi automàtica de temps (durada total, temps de diagnòstic, temps de resolució)
- Establir revisions aleatòries del 10% de les sessions per part de supervisors
- Crear una matriu d'avaluació amb criteris objectius (eficiència, precisió tècnica, seguiment de protocols)
- Utilitzar els resultats per identificar necessitats de formació i millors pràctiques

3. **Programa de client misteriós**

Aquest instrument consistiria en la simulació periòdica d'incidències per part d'avaluadors externs que es fan passar per clients reals, permetent avaluar el servei des de la perspectiva de l'usuari.



Implementació:

- Contractar una empresa especialitzada en avaluació de serveis
- Dissenyar escenaris que representin els problemes més comuns i també situacions complexes
- Establir un calendari d'avaluacions mensuals sense avís previ a l'equip tècnic
- Desenvolupar una rúbrica d'avaluació que inclogui aspectes tècnics i d'atenció al client
- Realitzar sessions de feedback amb l'equip tècnic després de cada avaluació per compartir resultats

Aquests tres instruments es complementen entre si proporcionant una visió integral del servei des de diferents perspectives: la del client (enquestes), la tècnica objectiva (monitorització) i la d'un avaluador professional (client misteriós). La combinació de tots tres permetrà identificar tant problemes puntuals com a patrons sistemàtics que requereixin millores en el servei.

2. Elaborar un qüestionari de satisfacció

QÜESTIONARI DE SATISFACCIÓ - SERVEI D'ASSISTÈNCIA TÈCNICA REMOTA

Benvolgut/da client/a,

La seva opinió és fonamental per millorar el nostre servei. Si us plau, dediqueu un moment a valorar l'assistència tècnica que acabeu de rebre.

****Data de l'assistència**:** [Autogenerada]

****ID de sessió**:** [Autogenerat]

****Tècnic que el va atendre**:** [Autogenerat]

1. ACCESSIBILITAT I TEMPS DE RESPOSTA

1.1. Com valoraríeu la facilitat per contactar amb el nostre servei d'assistència tècnica?



☐ Excel·lent (5) ☐ Bona (4) ☐ Acceptable (3) ☐ Deficient (2) ☐ Molt deficient (1)

1.2. El temps que va transcórrer des que va sol·licitar ajuda fins que va ser atès/da va ser:

☐ Molt ràpid (5) ☐ Ràpid (4) ☐ Acceptable (3) ☐ Lent (2) ☐ Molt lent (1)

2. QUALITAT DE L'ATENCIÓ TÈCNICA

2.1. El tècnic va comprendre adequadament el problema?

☐ Completament (5) ☐ Bastant bé (4) ☐ Parcialment (3) ☐ Tot just (2) ☐ No ho va comprendre (1)

2.2. Com qualificaria el coneixement tècnic del professional que el va atendre?

☐ Excel·lent (5) ☐ Bé (4) ☐ Acceptable (3) ☐ Deficient (2) ☐ Molt deficient (1)

2.3. L'explicació sobre la causa del problema i els passos per solucionar-ho va ser:

☐ Molt clara (5) ☐ Clara (4) ☐ Comprensible (3) ☐ Confusa (2) ☐ Incomprensible (1)

3. RESOLUCIÓ DEL PROBLEMA

3.1. S'ha solucionat el problema pel qual va contactar amb nosaltres?

☐ Completament (5) ☐ En gran part (4) ☐ Parcialment (3) ☐ Tot just (2) ☐ No es va resoldre (1)

3.2. El temps emprat en la resolució del problema li va semblar:

☐ Molt adequat (5) ☐ Adequat (4) ☐ Acceptable (3) ☐ Excessiu (2) ☐ Molt excessiu (1)

3.3. Li han proporcionat instruccions clares per evitar que el problema torni a passar?

☐ Sí, molt clares (5) ☐ Sí, clares (4) ☐ Sí, però millorables (3) ☐ Poc clares (2) ☐ No em van donar instruccions (1)



4. ATENCIÓ PERSONAL

4.1. L'amabilitat i la cortesia del tècnic durant l'assistència va ser:

☐ Excel·lent (5) ☐ Bona (4) ☐ Acceptable (3) ☐ Deficient (2) ☐ Molt deficient (1)

4.2. El tècnic es va comunicar de forma clara i comprensible, evitant tecnicismes innecessaris?

☐ Sempre (5) ☐ Gairebé sempre (4) ☐ De vegades (3) ☐ Poques vegades (2) ☐ Mai (1)

5. EINES I TECNOLOGIA

5.1. La qualitat de la connexió remota durant l'assistència va ser:

☐ Excel·lent (5) ☐ Bona (4) ☐ Acceptable (3) ☐ Deficient (2) ☐ Molt deficient (1)

5.2. Les eines utilitzades per a l'assistència remota us van semblar:

☐ Molt adequades (5) ☐ Adequades (4) ☐ Acceptables (3) ☐ Poc adequades (2) ☐ Inadequades (1)

6. VALORACIÓ GLOBAL

6.1. El vostre nivell de satisfacció general amb el servei d'assistència tècnica és:

☐ Molt satisfet/da (5) ☐ Satisfet/da (4) ☐ Neutral (3) ☐ Insatisfet/da (2) ☐ Molt insatisfet/da (1)

6.2. Tornaria a fer servir el nostre servei d'assistència tècnica remota?

☐ Definitivament sí (5) ☐ Probablement sí (4) ☐ Potser (3) ☐ Probablement no (2) ☐ Definitivament no (1)

6.3. Recomanaríeu el nostre servei d'assistència tècnica a altres persones?

☐ Definitivament sí (5) ☐ Probablement sí (4) ☐ Potser (3) ☐ Probablement no (2) ☐ Definitivament no (1)



7. COMENTARIS ADDICIONALS

Si us plau, indiqueu-nos qualsevol aspecte que considereu rellevant sobre l'assistència rebuda o suggeriments per millorar el nostre servei:

[Espai per a text lliure]

Gràcies per ajudar-nos a millorar el nostre servei!

3. Establir criteris de qualitat

****Criteris de qualitat per al servei d'assistència tècnica remota:****

1. ****Criteri de qualitat: Temps de resposta inicial****

Aquest criteri estableix que el temps transcorregut des que un client sol·licita assistència tècnica fins que és atès per un tècnic ha de ser prou breu com per no generar frustració al client.

- ****Indicador de qualitat****: Temps mitjà transcorregut (en minuts) des que el client sol·licita assistència fins que un tècnic inicia la sessió remota.

- ****Estàndard de qualitat****: El 90% de les sol·licituds d'assistència tècnica han de ser ateses en un temps màxim de 5 minuts durant horari laboral (9:00-18:00) i en un màxim de 15 minuts fora d'aquest horari.

Aquest criteri és fonamental perquè la rapidesa en la resposta inicial és un dels factors que més influeixen en la percepció de qualitat del servei per part del client, especialment quan experimenta problemes que afecten la seva productivitat.

2. ****Criteri de qualitat: Eficàcia en la resolució d'incidències****



Control de la qualitat i millora del servei

Aquest criteri estableix que les incidències tècniques s'han de resoldre correctament al primer contacte, evitant que el client hagi de tornar a sol·licitar assistència pel mateix problema.

- ****Indicador de qualitat****: Percentatge d'incidències resoltes satisfactòriament a la primera sessió d'assistència remota.
- ****Estàndard de qualitat****: Almenys el 85% de les incidències han de quedar completament resoltes durant la primera sessió d'assistència, sense necessitat de seguiment posterior pel mateix problema.

Aquest criteri és essencial perquè la resolució efectiva del problema en el primer contacte no sols augmenta la satisfacció del client, sinó que també redueix els costos operatius en evitar múltiples sessions per a un mateix problema.

3. ****Criteri de qualitat: Comunicació clara i comprensible****

Aquest criteri estableix que els tècnics han de comunicar-se amb els clients de manera clara i comprensible, adaptant-ne el llenguatge al nivell tècnic de l'interlocutor i assegurant-se que aquest entén tant el problema com la solució.

- ****Indicador de qualitat****: Percentatge de clients que valoren com a "clara" o "molt clara" l'explicació rebuda sobre el problema i la seva solució a les enquestes post-servei.
- ****Estàndard de qualitat****: Almenys el 90% dels clients han de valorar la claredat de les explicacions com a "clara" (4) o "molt clara" (5) en una escala d'1 a 5.

Aquest criteri és crucial perquè fins i tot si el problema es resol tècnicament, si el client no comprèn els fets o com evitar que torni a succeir, la seva percepció del servei serà negativa i no se sentirà capacitat per prevenir incidències similars en el futur.

Aquests tres criteris de qualitat comprenen aspectes complementaris del servei: la rapidesa (temps de resposta), l'eficàcia tècnica (resolució en primera sessió) i la



qualitat de la comunicació (claredat de les explicacions). Junts proporcionen una visió integral de la qualitat del servei d'assistència tècnica remota i permeten identificar àrees específiques de millora.

4. Tractar i resoldre anomalies

****Tractament d'anomalies al servei d'assistència tècnica remota:****

Anomalia 1: Diagnòstic inadequat d'incidències

****Tipus d'error:**** Resolució inadequada de la necessitat o requeriment del client

****Passos per tractar l'anomalia:****

1. ****Determinar les implicacions i documentar la situació:****

- Recopilar tots els casos reportats on els clients indiquen diagnòstics incorrectes
- Analitzar els enregistraments de les sessions d'assistència corresponents
- Documentar el tipus d'incidències mal diagnosticades i la freqüència
- Avaluar l'impacte en termes de temps perdut, satisfacció del client i possibles danys addicionals

2. ****Investigar les causes:****

- Analitzar si els errors de diagnòstic es concentren en determinats tècnics o en tipus específics de problemes
- Revisar els protocols de diagnòstic existents per identificar possibles deficiències
- Avaluar si els tècnics disposen de les eines adequades per fer diagnòstics precisos
- Verificar el nivell de formació i actualització tècnica del personal

3. ****Implementar mesures correctores:****

- Desenvolupar un programa de formació específic sobre el diagnòstic d'incidències, amb èmfasi en els problemes més freqüents



Control de la qualitat i millora del servei

- Implementar un sistema de diagnòstic guiat amb arbres de decisió per als problemes més comuns
- Establir un protocol d'escalat per a incidències complexes o poc habituals
- Crear una base de coneixement actualitzada amb casos resolts i millors pràctiques
- Implementar un sistema de revisió per parells per a casos complexos

4. **Verificar l'eficàcia de les mesures:**

- Monitoritzar durant tres mesos el percentatge de diagnòstics correctes
- Realitzar auditories aleatòries de sessions d'assistència per verificar l'aplicació dels nous protocols
- Analitzar l'evolució de les valoracions dels clients pel que fa a la resolució de problemes
- Ajustar les mesures segons els resultats obtinguts

Anomalia 2: Pèrdua de dades durant reparacions

****Tipus d'error:**** Incompliment de compromisos i acords (garantia de seguretat de les dades)

****Passos per tractar l'anomalia:****

1. ****Determinar les implicacions i documentar la situació:****

- Identificar tots els casos on s'ha reportat la pèrdua de dades
- Documentar quin tipus de dades es van perdre i en quines circumstàncies
- Avaluar la criticitat de les dades perdudes per als clients afectats
- Verificar si existien còpies de seguretat i per què no van ser efectives

2. ****Investigar les causes:****

- Analitzar els enregistraments de les sessions on van tenir lloc les pèrdues de dades
- Determinar si van ser causades per error humà, fallada en els procediments o problemes tècnics



- Verificar si els tècnics van seguir els protocols de seguretat establerts
- Avaluar si els protocols existents són adequats per garantir la seguretat de les dades

3. ****Implementar mesures correctores:****

- Establir un protocol obligatori de còpia de seguretat abans de qualsevol intervenció que pugui afectar les dades
- Implementar eines de recuperació de dades més avançades
- Desenvolupar un programa de formació específic sobre protecció de dades durant intervencions tècniques
- Crear un sistema de verificació previ a la finalització de cada sessió que confirmi la integritat de les dades
- Establir un procediment de compensació per a clients afectats per pèrdues de dades

4. ****Verificar l'eficàcia de les mesures:****

- Monitoritzar durant sis mesos la incidència de casos de pèrdua de dades
- Realitzar simulacions controlades per verificar l'eficàcia dels nous protocols
- Avaluar el nivell de compliment dels nous procediments per part de l'equip tècnic
- Analitzar la satisfacció dels clients respecte a la seguretat de les vostres dades

Aquestes solucions aborden de manera sistemàtica les dues anomalies detectades, seguint el procés de tractament d'errors: documentació, investigació de causes, implementació de mesures correctores i verificació de la seva eficàcia. Les mesures proposades combinen millores en formació, procediments, eines i sistemes de control, atacant les causes arrel dels problemes per evitar-ne la repetició.

5. Incrementar el grau de fidelitat dels clients

****Alternatives per incrementar la fidelitat dels clients al servei d'assistència tècnica remota:****

1. Programa de Manteniment Preventiu Personalitzat



Control de la qualitat i millora del servei

Aquesta alternativa es basa a anticipar-se als problemes tècnics mitjançant un servei proactiu que generi confiança i demostrï el valor afegit del nostre servei davant de competidors que només ofereixen solucions reactives.

****Implementació:****

- Analitzar l'historial d'incidències de cada client per identificar patrons i problemes recurrents
- Dissenyar un calendari personalitzat de revisions preventives segons el perfil tecnològic del client
- Realitzar sessions trimestrals de manteniment que incloguin:
 - * Optimització del rendiment del sistema
 - * Actualització de programari crític
 - * Neteja d'arxius temporals i registre
 - * Verificació de seguretat i antivirus
 - * Informe detallat de l'estat del sistema amb recomanacions
- Enviar recordatoris automàtics per programar les sessions de manteniment
- Oferir un descompte del 15% a la quota mensual a clients que mantinguin el programa de manteniment preventiu durant un any

****Beneficis per a la fidelització:****

- Crea un contacte regular i positiu amb el client, no només quan té problemes
- Demostra preocupació genuïna pel bon funcionament dels seus sistemes
- Redueix la freqüència d'incidències greus, millorant l'experiència general del client
- Estableix una relació d'assessorament tècnic continu que va més enllà de la simple resolució de problemes

2. Sistema de Subscripció per Nivells amb Beneficis Creixents

Aquesta alternativa implementa un model de subscripció esglaonat que recompensa la permanència i ús continuat del servei, creant barreres positives de sortida basades en beneficis acumulats.



Control de la qualitat i millora del servei

****Implementació:****

- Crear tres nivells de subscripció (Bàsic, Avançat i Premium) amb beneficis creixents:
 - * ****Nivell Bàsic**** (0-6 mesos): Assistència tècnica remota il·limitada en horari laboral
 - * ****Nivell Avançat**** (7-12 mesos): Afegeix assistència prioritària, horari estès i 1 recuperació de dades a l'any
 - * ****Nivell Premium**** (més de 12 mesos): Inclou assistència 24/7, tècnic personal assignat i 2 recuperacions de dades anuals
- Implementar un sistema de punts per cada mes de permanència, bescanviables per serveis addicionals
- Oferir descomptes en maquinari i programari de partners tecnològics exclusius per a cada nivell
- Crear una comunitat online exclusiva per a membres Premium on puguin compartir experiències i rebre formació avançada

****Beneficis per a la fidelització:****

- Incentiva la permanència a llarg termini per accedir a beneficis superiors
- Crea un sentit de progrés i estatus amb els diferents nivells
- Estableix múltiples punts de valor que serien difícils de replicar en canviar de proveïdor
- Genera un ecosistema de serveis complementaris que augmenta el cost percebut de canvi

3. Programa de Formació i Empoderament Tecnològic

Aquesta alternativa se centra a afegir valor educatiu al servei tècnic, transformant la relació amb el client de merament transaccional a una aliança per al desenvolupament tecnològic.

****Implementació:****

- Oferir sessions mensuals de formació personalitzada (30 minuts) després de cada resolució d'incidència crítica
- Desenvolupar una biblioteca de videotutorials exclusius per a clients sobre prevenció de problemes comuns



Control de la qualitat i millora del servei

- Crear webinars mensuals sobre tendències tecnològiques i millors pràctiques
- Implementar un "Pla de Desenvolupament Tecnològic" personalitzat per a cada client amb objectius a 6 i 12 mesos
- Lliurar certificats de competència digital als clients que compleixin determinats mòduls formatius
- Desenvolupar una app mòbil amb consells diaris, diagnòstics ràpids i accés directe a recursos educatius

****Beneficis per a la fidelització:****

- Empodera el client, fent sentir que millora les seves habilitats gràcies a la nostra empresa
- Crea múltiples punts de contacte positius més enllà de les incidències
- Posiciona l'empresa com un soci en el desenvolupament tecnològic, no només com un servei de reparació
- Genera un vincle emocional basat en el creixement personal i professional
- Diferencia clarament el servei de les ofertes de la competència basades únicament en preu

Aquestes tres alternatives aborden la fidelització des de diferents angles complementaris: la primera se centra en la qualitat i la proactivitat del servei tècnic, la segona en un sistema de recompenses per permanència, i la tercera en el valor afegit educatiu. Implementades en conjunt, crearien una estratègia integral de fidelització que combina beneficis tangibles i intangibles, generant múltiples raons perquè els clients romanguin amb el nostre servei malgrat ofertes de preu més baixes de la competència.

6. Certificació del sistema de gestió de qualitat

****Passos per aconseguir la certificació del sistema de gestió de qualitat segons la norma ISO 9001:2015:****

1. Sol·licitud

- Identificar organismes certificadors acreditats per a ISO 9001:2015 al sector de serveis tecnològics



Control de la qualitat i millora del servei

- Sol·licitar pressupostos a almenys tres entitats certificadores reconegudes
- Completar el qüestionari preliminar proporcionat per l'entitat seleccionada, detallant:
 - * Abast del sistema de gestió de qualitat (servei d'assistència tècnica remota)
 - * Nombre d'empleats i ubicacions
 - * Processos principals i de suport
 - * Exclusions de requisits de la norma (si s'aplica)
- Signar el contracte amb l'entitat certificadora escollida, establint terminis i condicions

2. Estudi previ

- Recopilar tota la documentació existent del sistema de gestió de qualitat:
 - * Manual de qualitat
 - * Mapa de processos
 - * Procediments documentats
 - * Registres de qualitat
 - * Indicadors d'acompliment
- Enviar la documentació a l'entitat certificadora per a la revisió preliminar
- Rebre l'informe de revisió documental amb observacions i no-conformitats
- Realitzar les modificacions necessàries a la documentació segons les observacions rebudes
- Sol·licitar, si cal, una preauditoria per identificar àrees de millora abans de l'auditoria oficial

3. Planificació de l'auditoria

- Rebre i revisar el pla d'auditoria proposat per l'entitat certificadora
- Verificar que el pla inclogui:
 - * Dates i horaris de les diferents activitats
 - * Àrees i processos a auditar
 - * Personal que ha d'estar disponible per a entrevistes



- * Documentació que ha d'estar accessible
- Comunicar el pla a tots els departaments implicats
- Preparar el personal mitjançant sessions informatives sobre:
 - * Objectius de l'auditoria
 - * Comportament esperat durant les entrevistes
 - * Ubicació de la documentació rellevant
- Designar acompanyants per als auditors durant la visita

4. Desenvolupament de l'auditoria

- Participar a la reunió inicial amb l'equip auditor per a:
 - * Confirmar l'abast i els objectius de l'auditoria
 - * Revisar la metodologia i els criteris d'avaluació
 - * Establir canals de comunicació durant el procés
- Facilitar l'accés a les instal·lacions, personal i documentació requerida
- Proporcionar evidències objectives del compliment dels requisits de la norma
- Prendre nota de les observacions i troballes preliminars
- Aclarir dubtes i proporcionar informació addicional quan calgui
- Participar a la reunió de tancament per conèixer els resultats preliminars

5. Informe d'auditoria i tractament de no-conformitats

- Rebre l'informe final d'auditoria amb:
 - * No conformitats majors (si existeixen)
 - * No conformitats menors (si existeixen)
 - * Observacions i oportunitats de millora
- Per a cada no conformitat detectada:
 - * Analitzar les causes arrel
 - * Desenvolupar un pla d'acció correctiva
 - * Implementar les accions correctives necessàries
 - * Documentar les evidències d'implementació



- Enviar a l'entitat certificadora:
 - * Pla d'accions correctives (en 2 setmanes)
 - * Evidències d'implementació (en el termini acordat)
- Si hi ha no conformitats majors, programar una auditoria extraordinària per verificar-ne el tancament

6. Certificació

- Rebre la decisió de certificació una vegada verificat el tancament efectiu de les no-conformitats
- En cas positiu:
 - * Rebre el certificat ISO 9001:2015 amb validesa de tres anys
 - * Planificar la comunicació interna i externa de l'èxit
 - * Actualitzar la documentació comercial incloent el logo de certificació
- Programar les auditories anuals de seguiment (manteniment) per als anys 1 i 2
- Implementar un sistema de millora contínua per a:
 - * Monitoritzar els indicadors de qualitat establerts
 - * Realitzar auditories internes periòdiques
 - * Dur a terme revisions per la direcció
 - * Implementar accions preventives i de millora

7. Manteniment i renovació

- Realitzar auditories internes periòdiques per verificar el manteniment del sistema
- Participar a les auditories anuals de seguiment realitzades per l'entitat certificadora
- Implementar les accions correctives necessàries derivades d'aquestes auditories
- Abans de finalitzar el període de tres anys:
 - * Iniciar el procés de renovació de la certificació
 - * Preparar-se per a una nova auditoria completa
 - * Demostrar la millora contínua del sistema durant el període de certificació



Control de la qualitat i millora del servei

Seguint aquests passos de manera sistemàtica i compromesa, l'empresa podrà obtenir i mantenir la certificació ISO 9001:2015 per al sistema de gestió de qualitat, demostrant públicament el seu compromís amb l'excel·lència en el servei d'assistència tècnica remota.