



Activitats

1. L'activitat comercial de les empreses

Activitat 1

Has estat contractat com a tècnic en activitats comercials a l'empresa INFOTEC, que té la seu social a Avinguda de la Tecnologia, 25, 28001 Madrid.

El telèfon de l'empresa és 912345678 i el CIF B12345678.

Aquesta empresa té un total de 26 treballadors, a més de la directora, i es dedica a la compravenda, la reparació i el muntatge d'equips informàtics.

Activitat 2

[Nota: Aquesta activitat requereix crear un logotip per a l'empresa amb disseny, colors, nom i eslògan. El resultat seria una imatge impresa.]

Activitat 3

La identitat corporativa i la imatge de marca són fonamentals per al posicionament i la diferenciació d'INFOTEC per les raons següents:

- Permeten que els clients identifiquin ràpidament l'empresa en un mercat competitiu d'equips informàtics.
- Transmeten els valors i la filosofia de l'empresa, generant confiança als clients.
- Ajuden a diferenciar els productes i serveis d'INFOTEC dels de la competència.
- Creen una primera impressió positiva que facilita la captació de clients nous.
- Contribueixen a la fidelització de clients en generar un vincle emocional amb la marca.
- Faciliten el reconeixement de l'empresa a diferents canals de comunicació.

Una identitat corporativa sòlida permetrà a INFOTEC destacar al sector tecnològic i crear una percepció de qualitat i professionalitat als seus serveis de compravenda, reparació i muntatge d'equips informàtics.



Cas pràctic de simulació

Activitat 4

Organigrama d'INFOTEC:

....

Clara Ferran Laos

(Directora General)

/ | \

_____/ | _____

/ | \

Staff Jurídic Secretària \

\ | /

_____/_____ /

|

_____|_____

/ | | \

Dpt. Comercial Dpt. Tècnic Dpt. RR.HH. Dpt. Administració

(Xavier Benítez) (Lluïsa Corder) (Lluïsa Ortega) (Carme del Jonc)

| | | |

_____|_____|_____|_____|_____|_____

/ | \ | / \ / \

Compres Vendes At.Client Tècnics Retribucions Personal Comptabilitat Tresoreria

(Santi (Dionís (Sergi Suriac (Sandra) (Marc (Josep (Joan

Miny) Martínez) Morales) (2) López) Rodríguez) Hernández) Aguilar)

| | | | | |

_____|_____| | | | | |

/ \ | | | | | |

Magatzem Admin. Venedors Tècnics Admin. Admin. Admin. Auxiliar

(Lluís (1) (4) (2) (1) (1) (1) (1)

Olivares)

....



Activitat 5

El departament comercial de l'empresa té una organització de tipus funcional, ja que està dividit en seccions especialitzades segons les funcions que fan: compres, vendes i atenció al client. Cada secció té un cap que coordina les activitats específiques de la seva àrea i tots depenen jeràrquicament del cap del departament comercial.

Activitat 6

La secció d'atenció al client dins de l'organigrama de l'empresa té les funcions, àrees d'activitat i accions següents:

Funcions:

- Recepció i atenció de clients tant presencial com no presencial
- Gestió de consultes, dubtes i sol·licituds d'informació
- Tramitació de queixes i reclamacions
- Seguiment postvenda dels productes i serveis
- Fidelització de clients
- Recollida de suggeriments i propostes de millora

Àrees d'activitat:

- Atenció presencial al punt de venda
- Atenció telefònica i per mitjans electrònics
- Gestió documental de les comunicacions amb clients
- Resolució d'incidències
- Coordinació amb altres departaments per resoldre problemes

Accions:

- Informar sobre productes i serveis
- Assessorar els clients sobre els equips informàtics
- Registrar i tramitar les queixes i reclamacions
- Realitzar enquestes de satisfacció
- Gestionar la comunicació amb els clients a través de diferents canals
- Elaborar informes sobre l'atenció prestada i propostes de millora



Activitat 7

Departament o secció al qual lliurar cada document:

- Catàleg de nous productes del nostre proveïdor Investy SA → Secció de Compres (Departament Comercial)
- Comanda de dos equips informàtics del nostre client Alsima SL → Secció de Vendes (Departament Comercial)
- Informe mensual de les vendes realitzades pels nostres venedors → Cap del Departament Comercial
- Reclamació d'un usuari dels nostres productes → Secció d'Atenció al Client (Departament Comercial)
- Sol·licitud d'ajuda per estudi d'un empleat → Secció de Personal (Departament de Recursos Humans)
- Sol·licitud de revisió de les clàusules del nou contracte de lloguer de les nostres oficines → Staff Jurídic
- Nova versió del manual d'instal·lació d'un component dels nostres productes → Departament Tècnic
- Part de confirmació de la baixa mèdica d'un treballador → Secció de Personal (Departament de Recursos Humans)

Activitat 8

Per millorar la situació del tauler d'anuncis, proposo les solucions següents:

1. Reubicar el tauler d'anuncis en un lloc més visible i transitat, com a prop de la màquina de cafè o l'entrada principal.
2. Implementar un tauler d'anuncis digital a la intranet de l'empresa, on tots els empleats puguin accedir fàcilment als comunicats.
3. Enviar notificacions per correu electrònic amb un enllaç al comunicat digital, eliminant la necessitat d'imprimir còpies individuals.
4. Crear un grup de missatgeria instantània per a comunicats urgents.
5. Establir un sistema de confirmació de lectura per assegurar que tots els empleats han vist els comunicats importants.



Cas pràctic de simulació

Aquesta solució digital reduiria la feina doble, estalviaria paper i garantiria que tots els empleats rebin la informació de manera eficient.

Activitat 9

Es tracta d'un procés de comunicació, no només d'informació, perquè:

- Hi ha un emissor (l'empresa) que transmet un missatge (els comunicats interns i els avisos) a través d'un canal (tauler d'anuncis i còpies individuals) a uns receptors (els treballadors).
- Hi ha una intenció comunicativa clara: que els treballadors coneguin determinada informació rellevant per a la feina.
- S'espera una retroalimentació o resposta per part dels treballadors (que llegeixin i actuïn segons allò comunicat).
- El problema actual és que un dels canals (el tauler d'anuncis) no està funcionant correctament, cosa que afecta l'eficàcia del procés comunicatiu.

No és un simple procés d'informació perquè no es limita a difondre dades, sinó que busca generar una resposta o acció per part dels receptors.

Activitat 10

Destinatari i canal més apropiat per a cada procés de comunicació:

1. Informar al nostre proveïdor Investy SA d'un error a la factura:
 - Destinatari: Departament d'administració o comptabilitat d'Investy SA
 - Canal: correu electrònic formal amb la factura adjunta i l'error assenyalat, seguit d'una trucada telefònica per confirmar recepció
2. Comunicar a diversos clients el problema de reinici automàtic i la seva solució:
 - Destinatari: Clients que han adquirit el model de PC afectat
 - Canal: Correu electrònic massiu personalitzat i publicació a la web corporativa
3. Convocar els caps de departament a una reunió amb la directora general:
 - Destinatari: Caps dels quatre departaments (comercial, tècnic, recursos humans i administració)



Cas pràctic de simulació

- Canal: Correu electrònic corporatiu amb confirmació de lectura i calendari compartit

4. Remetre una comanda urgent de materials:

- Destinatarí: Proveïdor corresponent

- Canal: Plataforma digital de comandes o correu electrònic amb còpia al departament de compres, seguit de trucada telefònica per confirmar la urgència

Activitat 11

Funcions i serveis que podria prestar un call center a l'empresa:

1. Atenció telefònica a clients (recepció de trucades entrants)
2. Servei d'informació sobre productes i serveis
3. Gestió de cites per al servei tècnic
4. Seguiment postvenda i enquestes de satisfacció
5. Campanyes de telemàrqueting per promocionar nous productes
6. Suport tècnic bàsic de primer nivell
7. Gestió de queixes i reclamacions inicials
8. Actualització de la base de dades de clients
9. Servei d'atenció 24/7 que l'empresa no podria oferir amb el personal actual
10. Desviament de trucades especialitzades als tècnics de l'empresa

Activitat 13

La normativa que regula els drets de consumidors i usuaris a Espanya és:

- Reial decret legislatiu 1/2007, de 16 de novembre, pel qual s'aprova el text refós de la Llei general per a la defensa dels consumidors i usuaris i altres lleis complementàries.
- Llei 7/2017, del 2 de novembre, per la qual s'incorpora a l'ordenament jurídic espanyol la Directiva 2013/11/UE, relativa a la resolució alternativa de litigis en matèria de consum.
- Llei 3/2014, del 27 de març, que modifica el text refós de la Llei General per a la Defensa dels Consumidors i Usuaris.



Cas pràctic de simulació

- Normatives autonòmiques específiques sobre protecció de consumidors.

Activitat 14

Esquema dels principals organismes i institucions de protecció al consumidor i usuari:

1. **Àmbit Nacional**:

- **Ministeri de Consum**: Elaboració i aplicació de normatives generals.
- **AECOSAN** (Agència Espanyola de Consum, Seguretat Alimentària i Nutrició): Control de mercat i seguretat de productes.
- **Institut Nacional del Consum**: Informació, formació i arbitratge.

2. **Àmbit Autonòmic**:

- **Adreces Generals de Consum**: Aplicació de normatives autonòmiques, inspecció i control.
- **Juntres Arbitrals de Consum Autonòmiques**: Resolució extrajudicial de conflictes.

3. **Àmbit Local**:

- **OMIC** (Oficines Municipals d'Informació al Consumidor): Informació, assessorament i tramitació de reclamacions.
- **Juntres Arbitrals Municipals**: Resolució de conflictes a nivell local.

4. **Associacions de Consumidors**:

- Representació i defensa dels interessos dels consumidors.
- Informació, formació i assessorament.
- Mediació en conflictes.

Activitat 15

Obligacions de l'empresa en relació amb els fulls de queixes i reclamacions:

1. Tenir a disposició dels consumidors i usuaris els fulls oficials de queixes i reclamacions.



Cas pràctic de simulació

2. Exhibir en un lloc visible i llegible un cartell anunciant l'existència d'aquests fulls.
3. Lliurar el full de reclamacions quan el consumidor el sol·liciti.
4. Incloure al cartell la informació sobre l'existència d'aquests fulls a l'establiment.
5. Respondre les reclamacions en el termini establert (generalment 10 dies hàbils).
6. Conservar una còpia de les reclamacions rebudes.

[Nota: Aquí s'hi inclouria un model de cartell informatiu sobre l'existència de fulls de queixes i reclamacions]

Activitat 16

Per obtenir el llibre de queixes i reclamacions, l'empresa ha de:

1. Dirigir-se a la Direcció General de Consum de la comunitat autònoma o a l'OMIC (Oficina Municipal d'Informació al Consumidor) de la seva localitat.
2. Presentar la documentació requerida: CIF de l'empresa, dades de l'establiment i activitat comercial.
3. Abonar les taxes corresponents si n'hi hagués.
4. Recollir el llibre oficial de fulls de reclamacions, que sol estar compost per fulls autocopiats per triplicat (un per a l'establiment, un altre per al consumidor i un altre per a l'administració).

En algunes comunitats autònomes també és possible descarregar i imprimir els formularis oficials des de les pàgines web dels organismes de consum.



2. Comunicació presencial a l'atenció al client

Activitat 1

Comunicació verbal i no verbal per presentar-se a cada persona:

****Per Xavier Benítez, cap del departament comercial:****

- Comunicació verbal: "Bon dia, senyor Benítez. Em dic [el teu nom], sóc el nou tècnic en activitats comercials que s'incorpora avui a la secció d'atenció al client. Estic a la vostra disposició per a qualsevol tasca que necessiteu."
- Comunicació no verbal: Postura dreta, contacte visual directe però respectuós, encaixada de mans ferma però no excessiva, expressió facial seriosa però amable, vestimenta formal i cuidada.

****Per Sergi Morales, cap de la secció d'atenció al client:****

- Comunicació verbal: "Bon dia, senyor Morales. Sóc [el teu nom], el nou tècnic que s'incorpora a la seva secció. Estic molt il·lusionat/da per formar part del seu equip i aprendre de la seva experiència."
- Comunicació no verbal: Postura correcta, contacte visual directe, somriure moderat, encaixada de mans ferma, actitud atenta i receptiva, vestimenta formal.

****Per al teu company de feina:****

- Comunicació verbal: "Hola, sóc [el teu nom], el nou tècnic que s'incorpora avui a l'equip. Espero que puguem treballar bé junts i que em puguis orientar aquests primers dies."
- Comunicació no verbal: Postura relaxada però professional, somriure obert, contacte visual directe, encaixada de mans cordial, actitud propera i amistosa, vestimenta formal però còmoda.

Activitat 2

Per ocupar el lloc d'atenció al client en la recepció d'una empresa d'equips informàtics, la meua imatge personal ha de ser:

- ****Vestimenta****: Roba formal però còmoda. Per a homes: camisa de màniga llarga o curta (segons temporada) en colors neutres, pantalons de vestir fosc i



Cas pràctic de simulació

sabates formals. Per a dones: brusa o camisa, faldilla al genoll o pantalons formals i sabates còmodes de taló mitjà o baix.

- ****Complements****: Discrets i professionals. Relotge clàssic, joies mínimes i elegants.
- ****Pentinat****: Cabell net i arreglat. En cas de pèl llarg, preferiblement recollit per transmetre professionalitat.
- ****Higiene****: Higiene personal impecable, mans cuidades amb ungles netes i arreglades, maquillatge discret en cas de fer-lo servir.
- ****Identificació****: Placa o targeta identificativa amb el nom i el càrrec visible.

[Nota: Aquí s'inclouria una foto amb la vestimenta adequada]

Activitat 3

Fases del procés de comunicació amb el client:

1. ****Emissió****: El client s'acosta i comunica que té una cita amb el cap de magatzem.
2. ****Transmissió****: El missatge viatja des del client fins a tu com a receptor.
3. ****Recepció****: Tu escoltes i comprens el missatge del client.
4. ****Retroalimentació****: Confirmeu al client que heu entès el vostre missatge i us informeu que contactareu amb el cap de magatzem.

Activitat 4

Característiques diferencials de les quatre fases:

1. ****Fase de recepció****: Es caracteritza per l'escolta activa, parant atenció tant al contingut verbal com als senyals no verbals del client. Requereix concentració i eliminació de barreres físiques i psicològiques.
2. ****Fase de comprensió****: Implica processar la informació rebuda i identificar que el client té una cita amb Lluís Olivares, cap de magatzem. Requereix coneixement de l'estructura organitzativa de l'empresa.



Cas pràctic de simulació

3. ****Fase de transmissió****: Consisteix a comunicar-se telefònicament amb el cap de magatzem per informar-lo de la visita. Requereix claredat i precisió al missatge.

4. ****Fase de confirmació i acompanyament****: Implica informar al client que serà atès i acompanyar-lo físicament fins al despatx del cap de magatzem. Requereix cortesia i professionalitat al tracte.

Activitat 5

Guió del diàleg amb el client:

****Jo****: Bon dia, benvingut a INFOTEC. En què puc ajudar-lo? (somriure cordial, contacte visual, postura dreta)

****Client****: Bon dia. Tinc una cita amb el cap de magatzem.

****Jo****: Per descomptat. Em podria dir el seu nom, si us plau? (expressió atenta, to amable)

****Client****: Sóc Carles Martínez, de Subministraments Informàtics.

****Jo****: Gràcies, senyor Martínez. Un moment, si us plau, avisaré el senyor Olivares, el nostre cap de magatzem, que vostè ja és aquí. (gest d'espera amb la mà, somriure)

(Despenjo el telèfon i marco l'extensió)

****Jo****: Bon dia, Lluís. Sóc [el teu nom] de recepció. El senyor Carles Martínez de Subministraments Informàtics és aquí per a la seva cita.

(Després de rebre resposta)



Cas pràctic de simulació

****Jo**:** (Al client) Senyor Martínez, el senyor Olivares l'està esperant. Si és tan amable d'acompanyar-me, us guiaré fins al vostre despatx. (gest amb la mà indicant el camí, somriure cordial)

(Durant el camí)

****Jo**:** És la primera vegada que visita les nostres instal·lacions, senyor Martínez? (to conversacional, ritme pausat en caminar)

(En arribar al despatx)

****Jo**:** Senyor Olivares, aquí hi ha el senyor Martínez. (somriure, postura oberta)
Senyor Martínez, el deixo amb el senyor Olivares. Que tinguin una bona reunió. (lleugera inclinació de cap, somriure)

Activitat 6

Processos de comunicació interna i externa:

****Comunicació interna**:**

- El cap del departament de recursos humans envia una nota a la cap de la secció de retribucions perquè faci una pujada del salari del 2%.
- La cap del departament administratiu convida tot el departament a esmorzar per celebrar el seu aniversari.
- El cap de la subsecció de magatzem demana permís al seu cap de departament per anar al banc.

****Comunicació externa**:**

- El cap del departament de compres truca a un proveïdor per aclarir els termes de la comanda.
- El cap del departament de recursos humans convoca per fax els candidats per cobrir un lloc a la secció de vendes.

Activitat 7

Processos de comunicació individual i col·lectiva:



Cas pràctic de simulació

****Comunicació individual**:**

- El cap del departament de compres truca a un proveïdor per aclarir els termes de la comanda.
- El cap del departament de recursos humans envia una nota a la cap de la secció de retribucions perquè faci una pujada del salari del 2%.
- El cap de la subsecció de magatzem demana permís al seu cap de departament per anar al banc.

****Comunicació col·lectiva**:**

- La cap del departament administratiu convida tot el departament a esmorzar per celebrar el seu aniversari.
- El cap del departament de recursos humans convoca per fax els candidats per cobrir un lloc a la secció de vendes.

Activitat 8

Processos de comunicació directa i diferida:

****Comunicació directa**:**

- El cap del departament de compres truca a un proveïdor per aclarir els termes de la comanda.
- La cap del departament administratiu convida tot el departament a esmorzar per celebrar el seu aniversari.
- El cap de la subsecció de magatzem demana permís al seu cap de departament per anar al banc.

****Comunicació diferida**:**

- El cap del departament de recursos humans envia una nota a la cap de la secció de retribucions perquè faci una pujada del salari del 2%.
- El cap del departament de recursos humans convoca per fax els candidats per cobrir un lloc a la secció de vendes.

Activitat 9

Barreres a la comunicació i solucions:



Cas pràctic de simulació

1. **Situació**: Conversa al carrer amb soroll de trànsit.
 - **Barrera**: Física (soroll ambiental)
 - **Solució**: Buscar un lloc més tranquil per parlar, com una cafeteria amb poc soroll, o augmentar el volum de veu mantenint un to adequat.
2. **Situació**: El teu company diu que el cap de RRHH és un tirà.
 - **Barrera**: Psicològica (prejudicis, opinions subjectives)
 - **Solució**: Mantenir una actitud neutral, no formar opinions basades en comentaris de tercers i conèixer personalment el cap de RRHH abans de jutjar-lo.
3. **Situació**: Xerrada de benvinguda a sala freda i amb olor a humitat.
 - **Barrera**: Física (condicions ambientals inadequades)
 - **Solució**: suggerir canviar de sala o ajustar la temperatura, ventilar l'espai abans de reunions futures.
4. **Situació**: Trucada telefònica en alemany.
 - **Barrera**: Semàntica (idioma desconegut)
 - **Solució**: Sol·licitar amablement si poden parlar en espanyol o anglès, o transferir la trucada a algun company que parli alemany. Alternativament, utilitzar una aplicació de traducció en temps real.

Activitat 10

Preparació abans d'anar al despatx del cap de secció:

1. Comprovar el meu aspecte personal per assegurar-me que és adequat.
2. Portar un bloc de notes i bolígraf per anotar qualsevol instrucció o informació important.
3. Revisar mentalment la meua feina recent per si em pregunta sobre alguna tasca.
4. Mantenir una actitud positiva i receptiva.

Habilitats socials que podrien ajudar-me:



Cas pràctic de simulació

- ****Escolta activa****: Per entendre completament el que em vol comunicar.
- ****Assertivitat****: Per expressar les meves idees o dubtes de manera clara i respectuosa.
- ****Empatia****: Per comprendre la seva perspectiva i necessitats.
- ****Comunicació clara****: Per assegurar que entenc correctament el que m'està demanant.
- ****Control emocional****: Per mantenir la calma si es tracta d'algun tema delicat o una crítica constructiva.

Activitat 11

Tractament adequat:

- Al cap de secció (Marc Rodríguez): "Bon dia, senyor Rodríguez". El tractament ha de ser formal però no excessivament distant, ja que és un directe superior amb qui tindrà contacte freqüent.
- A la cap de departament (Lluïsa Ortega): "Bon dia, senyora Ortega". El tractament ha de ser més formal, mostrant respecte per la seva posició jeràrquica superior.

En tots dos casos, cal utilitzar "vostè" en la conversa, llevat que ells mateixos indiquin que prefereixen un tracte més proper.

Activitat 12

Diàlegs:

****Amb l'administratiu****

****Administratiu****: Escolta, [el teu nom], el cap de secció vol veure't al seu despatx.

****Jo****: Gràcies per avisar-me. Saps per què em vol veure? (to amable, expressió d'interès)



Cas pràctic de simulació

****Administratiu****: No m'ha dit res específic, però està reunit amb la cap de recursos humans.

****Jo****: D'acord, vaig de seguida. Gràcies de nou. (somriure cordial, postura relaxada)

****Al despatx del cap de secció****:

(Truco a la porta suaument)

****Cap de secció****: Endavant.

****Jo****: Bon dia, senyor Rodríguez, senyora Ortega. M'han comunicat que em volien veure. (postura dreta, contacte visual respectuós, expressió atenta)

****Cap de secció****: Sí, [el teu nom], passa i asseu-te, si us plau. Volem parlar amb tu sobre un tema del departament.

****Jo****: Per descomptat. (em sento amb postura atenta, mans sobre la falda o la taula)

****Cap de departament****: Bon dia, [el teu nom]. T'hem trucat perquè el teu company ha emmalaltit i necessitem que algú el substitueixi temporalment.

****Jo****: Entenc, senyora Ortega. Lamento això del meu company. En què puc ajudar? (expressió d'interès i disposició, lleugera inclinació endavant)

****Cap de secció****: Enviarem a Silvia Garrido, que és tècnica en activitats comercials com tu, perquè et doni suport. Necessitem que la posis al dia sobre les tasques i els procediments de la secció.

****Jo****: Per descomptat, senyor Rodríguez. M'encarregaré que Silvia s'integri ràpidament a l'equip i conegui totes les tasques necessàries. Quan s'hi incorporarà? (to col·laboratiu, assentiment amb el cap)



Cas pràctic de simulació

****Cap de departament****: S'incorporarà demà a primera hora. T'agraïm la teva disposició.

****Jo****: Cap problema, senyora Ortega. Estaré encantat d'ajudar en allò que sigui necessari. Hi ha res més que hagi de saber sobre aquesta situació? (somriure professional, postura oberta)

Activitat 13

Esquema per a la intervenció sobre reclamacions i queixes:

1. ****Introducció****

- Presentació i objectiu de la intervenció
- Importància de la gestió adequada de queixes i reclamacions
- Dades sobre l'increment de reclamacions recents

2. ****Anàlisi de la situació actual****

- Tipologia de reclamacions més freqüents
- Departaments més afectats
- Causes principals de les queixes

3. ****Conseqüències d'una mala gestió****

- Pèrdua de clients
- Deteriorament de la imatge de marca
- Impacte econòmic negatiu

4. ****Protocol d'actuació proposat****

- Recepció i registre de queixes
- Anàlisi i classificació
- Resposta al client
- Seguiment i resolució
- Mesures preventives



Cas pràctic de simulació

5. ****Eines i recursos disponibles****

- Formularis de reclamació
- Programari de gestió d'incidències
- Formació específica per al personal

6. ****Conclusions i recomanacions****

- Resum de punts clau
- Propers passos a seguir
- Obertura de torn de preguntes i debat

Activitat 14

Possibles dificultats en la transmissió del missatge i com evitar-les:

1. ****Dificultat****: Manca d'interès dels assistents

****Solució****: Començar amb dades impactants sobre com les reclamacions afecten les vendes i utilitzar exemples reals de l'empresa.

2. ****Dificultat****: Tecnicismes o argot especialitzat

****Solució****: Utilitzar un llenguatge clar i senzill, explicant qualsevol terme tècnic que calgui esmentar.

3. ****Dificultat****: Ambient inadequat (soroll, interrupcions)

****Solució****: Assegurar que la sala de reunions estigui preparada, sol·licitar que s'apaguin els mòbils i evitar interrupcions.

4. ****Dificultat****: Extensió excessiva de la presentació

****Solució****: Limitar la intervenció a 20-30 minuts i centrar-se en els punts més rellevants.

5. ****Dificultat****: Resistència al canvi per part de l'equip

****Solució****: Emfatitzar els beneficis del nou protocol i com facilitarà el treball diari.



Cas pràctic de simulació

6. ****Dificultat****: Manca de material visual de suport

****Solució****: Preparar una presentació amb gràfics, imatges i exemples visuals que complementin l'explicació oral.

7. ****Dificultat****: Diferents nivells de coneixement entre els assistents

****Solució****: Adaptar el contingut perquè sigui comprensible per a tothom, independentment del seu lloc o experiència.

Activitat 15

Interpretació del llenguatge no verbal dels clients:

1. ****Client parlant per telèfon****: Està ocupat i possiblement amb pressa. La seva atenció està dividida entre la conversa telefònica i la seva presència a la botiga. Probablement necessitareu que siguem pacients i esperem que acabi la vostra trucada.

2. ****Client amb tablet****: Està cercant informació o comparant productes/preus. Sembla interessat però indecís. Podria estar contrastant la nostra oferta amb la de la competència.

3. ****Client gesticulant amb les mans****: Està explicant alguna cosa amb entusiasme o èmfasi. La seva comunicació és expressiva i probablement estigui descrivint un problema o necessitat específica que té.

4. ****Client mirant el seu rellotge****: Mostra impaciència o té pressa. Està preocupat pel temps i probablement vulgui una atenció ràpida i eficient.

5. ****Client amb gest d'aturar** amb la mà****: Està mostrant rebuig o negació. Podria estar en desacord amb una cosa que se li ha proposat o vol aturar una explicació que considera innecessària.



Cas pràctic de simulació

3. Comunicació no presencial en l'atenció al client

Activitat 1

Eines i estris necessaris per a l'atenció telefònica:

1. Centraleta telefònica amb auriculars per tenir les mans lliures
2. Bloc de notes i bolígrafs per prendre encàrrecs
3. Directori telefònic amb les extensions de tots els departaments
4. Agenda per anotar cites i compromisos
5. Ordinador amb accés a la base de dades de clients i proveïdors
6. Formularis de notes d'avís
7. Llistat de preguntes freqüents i respostes
8. Manual de procediments de l'empresa
9. Calendari amb dates importants (festius, esdeveniments, etc.)
10. Ampolla d'aigua per mantenir la veu en bon estat

[Nota: Aquí s'inclouria una foto de la taula de treball condicionada]

Activitat 2

Text per al missatge del contestador:

"Bon dia. Ha contactat amb INFOTEC, la seva empresa especialitzada en compravenda, reparació i muntatge d'equips informàtics. En aquest moment no podem atendre'l personalment.

Si voleu contactar amb atenció al client, premeu 1.

Si necessiteu parlar amb el nostre servei tècnic, premeu 2.

Per al departament comercial, premeu 3.

Per al departament de recursos humans, premeu 4.

Per al departament d'administració, feu clic a 5.

Per tornar a escoltar aquestes opcions, premeu 0.



Cas pràctic de simulació

També podeu deixar un missatge després del senyal i ens posarem en contacte amb vostè el més aviat possible. Gràcies per trucar a INFOTEC."

[Nota: Aquí s'inclouria l'enregistrament d'àudio en format digital]

Activitat 3

Guió de la conversa amb Joan Jesús Castillo:

****Jo**:** Bon dia, INFOTEC, l'atén [el teu nom]. En què puc ajudar-lo?

****Sr. Castell**:** Bon dia, sóc Joan Jesús Castillo, d'Investy SA. Voldria parlar amb Lluïsa Corder sobre uns nous components per als equips que estan instal·lant.

****Jo**:** Un moment, si us plau, comprovaré si la senyora Corder està disponible.

(Poso la trucada en espera i consulto amb Lluïsa Corder)

****Jo**:** (Tornant a la trucada) Senyor Castell, lamento informar-li que la senyora Corder està en una reunió important en aquests moments i no pot atendre'l. Voleu deixar-li algun missatge?

****Sr. Castell**:** Sí, si us plau. Digueu-li que he trucat per parlar sobre els nous components per als equips que estan instal·lant. És important que em truqui com més aviat millor.

****Jo**:** Per descomptat, us transmetré el vostre missatge. Podria confirmar-me el número de telèfon perquè li pugui tornar la trucada?

****Sr. Castell**:** Sí, és el 915678943.

****Jo**:** Perfecte, senyor Castell. Li comunicaré a la senyora Corder que li truqui com més aviat millor al 915678943 per parlar sobre els nous components. Hi ha alguna cosa més en què el pugui ajudar?



Cas pràctic de simulació

****Sr. Castell****: No, això és tot. Gràcies.

****Jo****: Gràcies a vostè per trucar. Que tingueu un bon dia.

Nota d'avís:

Per a: Lluïsa Corder | De: [El teu nom]

Empresa: Investy SA | Telèfon núm.: 915678943

☒ Voleu que us truquin | ☐ Per a la vostra informació | ☐ Tornarà a trucar | ☐ URGENT!

Missatge: Ha trucat Joan Jesús Castillo de Investy SA per parlar sobre uns nous components per als equips que estem instal·lant. Demana que ho truqui com més aviat millor.

Data: [Data actual] | Hora: 10:15 | Rebut per: [El teu nom]

Activitat 4

Guió de la conversa amb Marta Guardiola:

****Jo****: Bon dia, INFOTEC, l'atén [el teu nom]. En què puc ajudar-lo?

****Sra. Guardiola****: Bon dia, sóc Marta Guardiola, d'Alsima SL. Necessito parlar amb Dionís Martínez per confirmar-li la comanda de tres nous equips informàtics.

****Jo****: Un moment, si us plau, comprovaré si el senyor Martínez està disponible. Em permet posar-lo en espera?

****Sra. Guardiola****: Sí, és clar.

(Poso la trucada en espera i contacte amb Dionís Martínez)



Cas pràctic de simulació

****Jo**:** Senyor Martínez, tinc una trucada de Marta Guardiola, d'Alsima SL. Voleu parlar amb vostè per confirmar una comanda de tres equips informàtics. La pot atendre?

(Després de rebre confirmació)

****Jo**:** (Tornant a la trucada) Senyora Guardiola, li passo amb el senyor Martínez. Un moment, si us plau.

(Transfereixo la trucada)

****Jo**:** Senyor Martínez, li passo la trucada de la senyora Guardiola d'Alsima SL. Gràcies.

Activitat 5

Guió de les converses:

****Conversa amb Carles de la Hoz:****

****Jo**:** Bon dia, INFOTEC, l'atén [el teu nom]. En què puc ajudar-lo?

****Sr. de la Hoz**:** Bon dia, sóc Carles de la Hoz, de Kapta SL. Voldria sol·licitar una cita amb el responsable de compres, Santi Miny.

****Jo**:** Un moment, si us plau, consultaré l'agenda del senyor Miny. Em podria indicar el motiu de la reunió?

****Sr. de la Hoz**:** Volem presentar-li la nostra nova línia de productes informàtics.

****Jo**:** Gràcies, senyor de la Hoz. Li poso en espera un moment mentre consulto amb el senyor Miny.



Cas pràctic de simulació

(Poso la trucada en espera i contacte amb Santi Miny)

****Conversa amb Santi Miny:****

****Jo**:** Bon dia, senyor Miny. Tinc en línia Carles de la Hoz, de Kapta SL, que sol·licita una reunió amb vostè per presentar-li la nova línia de productes informàtics. Té disponibilitat per atendre'l?

****Sr. Miny**:** Sí, podria rebre'l el dia 27 a les 10:00 hores. Digues-li que porti catàlegs i preus.

****Jo**:** Perfecte, li ho comunicaré. Gràcies.

****Continuació de la conversa amb Carles de la Hoz:****

****Jo**:** Senyor de la Hoz, he consultat amb el senyor Miny i el pot rebre el proper dia 27 d'aquest mes a les 10:00 hores. Li ve bé aquesta data?

****Sr. de la Hoz**:** Sí, perfecte. Ho anoto a la meva agenda.

****Jo**:** El senyor Miny m'indica que seria convenient que portés catàlegs i preus de la seva nova línia de productes.

****Sr. de la Hoz**:** Per descomptat, portaré tota la documentació necessària.

****Jo**:** Perfecte. Aleshores queda confirmada la reunió per al dia 27 a les 10:00 hores amb el senyor Miny. Necessita alguna indicació per arribar a les nostres oficines?

****Sr. de la Hoz**:** No, gràcies. Ja he estat allà anteriorment.

****Jo**:** Molt bé. Hem registrat la cita. Moltes gràcies per trucar a INFOTEC i que tingui un bon dia.



Cas pràctic de simulació

****Sr. de la Hoz****: Gràcies a vostè. Fins al dia 27.

Activitat 6

Diàleg de trucada de reclamació de pagament:

****Jo****: Bon dia, l'anomena [el teu nom] d'INFOTEC. Podria parlar amb el responsable de pagaments a proveïdors?

****Client****: Sóc jo mateix. Digui'm.

****Jo****: Bon dia. Li truco en relació a la factura número F-2023/156 per un import de 1.850 euros que està pendent de pagament des de fa 45 dies. Volia confirmar quan tenen previst fer el pagament.

****Client****: (Molesto) Miri, ja estic cansat que em truquin constantment per aquest tema. Aquest pagament ja es va fer fa uns dies. No entenc per què continuen insistint.

****Jo****: Entenc la seva molèstia, senyor. Li demano disculpes per la insistència. Podria indicar-me aproximadament quan van realitzar el pagament perquè pugui verificar-ho al nostre sistema?

****Client****: Ho vam fer la setmana passada, dijous o divendres, no recordo exactament. Però estic segur que ja es va fer la transferència.

****Jo****: Moltes gràcies per la informació. Comprobaré immediatament amb el nostre departament d'administració si el pagament ja ha estat registrat. De vegades hi ha un petit desfasament entre la realització de la transferència i el seu registre al nostre sistema. T'importaria facilitar-me un número de telèfon o correu electrònic per informar-lo un cop haguem verificat el pagament?

****Client****: (Una mica més calmat) Poden trucar-me a aquest mateix número o enviar-me un email a contabilidad@miempresa.com.



Cas pràctic de simulació

****Jo**:** Perfecte. Em posaré en contacte amb vostè tan aviat com tingui la informació. Us agraeixo la vostra col·laboració i us demano disculpes novament per les molèsties ocasionades.

****Client**:** D'acord, espero la confirmació.

****Jo**:** Gràcies pel seu temps i comprensió. Que tingueu un bon dia.

Activitat 7

Quan arribo al despatx de Xavier i la porta és oberta però ell està d'esquena atenent una trucada telefònica, hauria de:

1. Trucar suaument a la porta per fer notar la meva presència sense interrompre bruscament.
2. Esperar al llindar de la porta sense entrar fins que ell s'adoni de la meva presència o acabi la trucada.
3. Si em veu i em fa algun gest perquè entri i esperi, entrar silenciosament i asseure'm discretament sense fer soroll.
4. Si la trucada es prolonga, podria retirar-me discretament i tornar més tard, o esperar fora si veig que és a punt d'acabar.
5. En cap cas interrompre la conversa telefònica ni entrar-hi sense ser convidat.

Aquesta actuació mostra respecte per la privadesa de la conversa i professionalitat en l'entorn laboral.

Activitat 8

Xavier hauria d'actuar de la manera següent quan sona el telèfon durant la nostra reunió:

1. Disculpar-se breument per la interrupció.
2. Comprovar qui truca (per si fos una trucada urgent o important).
3. Si no és urgent, rebutjar la trucada o silenciar el telèfon per continuar amb la reunió sense interrupcions.



Cas pràctic de simulació

4. Si és una trucada que ha d'atendre amb urgència, demanar permís per contestar breument: "Disculpa, he d'atendre aquesta trucada, només serà un moment".
5. Mantenir la conversa telefònica el més breu possible.
6. En acabar la trucada, disculpar-se novament i reprendre la conversa on la deixem.

Aquesta actuació mostra respecte pel meu temps i manté el focus a la nostra reunió, alhora que atén assumptes urgents si cal.

Activitat 9

Possibles dificultats a la videoconferència amb el client de Frankfurt i com evitar-les:

1. ****Dificultat****: Problemes tècnics amb la connexió a internet
****Solució****: Comprovar la velocitat de connexió prèviament, tenir una connexió de respall (com un punt d'accés mòbil) i fer una prova tècnica una hora abans.
2. ****Dificultat****: Barrera idiomàtica
****Solució****: Confirmar si la reunió serà en anglès o alemany, i si cal, comptar amb un intèrpret. Preparar un glossari de termes tècnics en tots dos idiomes.
3. ****Dificultat****: Diferència horària
****Solució****: Confirmar i verificar doblement l'hora exacta de la reunió a les dues zones horàries per evitar confusions.
4. ****Dificultat****: Soroll ambiental o interrupcions
****Solució****: Reservar una sala de reunions tranquil·la, col·locar un cartell de "Reunió en curs" i assegurar que tots els participants silenciïn els telèfons.
5. ****Dificultat****: Problemes amb l'àudio o vídeo
****Solució****: Utilitzar auriculars amb micròfon de qualitat, assegurar una bona il·luminació i un fons professional, i tenir equips de respall.



Cas pràctic de simulació

6. ****Dificultat****: Diferències culturals en la comunicació

****Solució****: Investigar prèviament sobre els costums empresarials alemanys i adaptar l'estil de comunicació segons correspongui.

7. ****Dificultat****: Dificultat per compartir documents o presentacions

****Solució****: Enviar els documents per correu electrònic amb antelació i tenir-los preparats en format digital per compartir pantalla.

Activitat 10

Esquema d'actuació per a l'atenció de trucades:

˘ ˘ ˘ ˘

1. INICI DE LA TRUCADA

|

└ — Contestar abans del tercer to

| |

| └ — "Bon dia/tarda, INFOTEC, l'atén [nom]. En què puc ajudar-lo?"

|

└ — Identificar l'interlocutor

|

└ — Anotar nom, empresa i motiu de la trucada

2. ANÀLISI DE LA TRUCADA

|

└ — Determinar tipus de trucada

| |

| └ — Sol·licitud d'informació → Anar a 3A

| |

| └ — Contacte amb departament/persona → Anar a 3B

| |

| └ — Queixa o reclamació → Anar a 3C



Cas pràctic de simulació

- | |
- | └─ Altres assumptes → Anar a 3D
- |
- | └─ Escoltar activament el client

3A. SOL·LICITUD D'INFORMACIÓ

- |
- | └─ Tinc la informació sol·licitada?
- | |
- | └─ SÍ → Proporcionar informació clara i precisa
- | |
- | └─ NO → "Permeteu-me consultar aquesta informació"
- | |
- | └─ Posar en espera (avisar i agrair l'espera)
- | |
- | └─ Informació trobada → Proporcionar al client
- | |
- | └─ Informació no disponible → Oferir alternatives

3B. CONTACTE AMB DEPARTAMENT/PERSONA

- |
- | └─ Està disponible la persona sol·licitada?
- | |
- | └─ SÍ → "Li passo amb [nom]. Un moment, si us plau"
- | | |
- | | └─ Transferir trucada i informar la persona
- | |
- | └─ NO → "En aquest moment no està disponible"
- | |
- | └─ Oferir prendre nota → Completar nota d'avís
- | |



Cas pràctic de simulació

| └─ Oferir alternatives (una altra persona, devolució de trucada)

3C. QUEIXA O RECLAMACIÓ

|

| └─ Escoltar sense interrompre

|

| └─ Mostrar empatia: "Entenc la seva situació..."

|

| └─ Puc resoldre personalment?

| |

| └─ SÍ → Oferir solució immediata

| |

| └─ NO → Derivar al departament corresponent

| |

| └─ Seguiment posterior per verificar resolució

3D. ALTRES ASSUMPTES

|

| └─ Analitzar la petició

|

| └─ Derivar al departament adequat

4. FINALITZACIÓ DE LA TRUCADA

|

| └─ Resumir els acords o accions a realitzar

|

| └─ Preguntar si hi ha alguna cosa més en què pugui ajudar

|

| └─ Comiat cordial: "Gràcies per trucar a INFOTEC. Que tingui un bon dia"

....



Activitat 11

Model de salutació:

ˆ ˆ ˆ ˆ

[LOGOTIP D'INFOTEC]

SALUDA

Senyora Clara Ferran Laos
Directora General d'INFOTEC

SALUDA

A [Nom del client]

I teniu el plaer de convidar-vos a la recepció que se celebrarà amb motiu de l'obertura de les noves instal·lacions de la nostra empresa, el proper 29 d'abril a les 13:30 hores, a la nostra seu social.

Es prega confirmació d'assistència al telèfon 952 426 371.

Madrid, [data actual]

ˆ ˆ ˆ ˆ

Correu electrònic del cap de RRHH:

ˆ ˆ ˆ ˆ

Assumpte: Revisió mèdica anual - Proper divendres

Benvolguts companys:



Cas pràctic de simulació

Per la present, els informo que divendres que ve, en horari de 8.00 a 14.00 hores, hauran de passar per les oficines del servei mèdic per realitzar la revisió mèdica anual.

Cal que porteu una mostra d'orina per completar les anàlisis corresponents.

Us recordem la importància d'aquestes revisions per al manteniment de la salut laboral.

Atentament,

Lluïsa Ortega

Cap del Departament de Recursos Humans

INFOTEC

\\ \\ \\

Correu electrònic de la directora general:

\\ \\ \\

Assumpte: Convocatòria reunió - Resultats primer trimestre

A l'atenció de: Caps de Departament

Per la present, els convoco a la reunió que tindrà lloc el proper 15 d'abril a les 9.00 hores a la sala de reunions de direcció, amb el següent ordre del dia:

1. Anàlisi dels resultats de l'empresa el primer trimestre de l'any.
2. Avaluació del compliment d'objectius per departaments.
3. Planificació estratègica per al segon trimestre.
4. Precs i preguntes.

Es prega puntualitat i la preparació d'un informe breu sobre la situació actual de cada departament.



Cas pràctic de simulació

Atentament,

Clara Ferran Laos

Directora General

INFOTEC

ˆ ˆ ˆ ˆ

Activitat 12

Carta comercial de presentació del catàleg:

ˆ ˆ ˆ ˆ

[LOGOTIP D'INFOTEC]

INFOTEC

Avinguda de la Tecnologia, 25

28001 Madrid

Tel.: 912345678

CIF: B12345678

Madrid, [data actual]

[Nom de l'empresa del company]

[Direcció]

[Codi postal i ciutat]

Benvolguts senyors:

Ens complau presentar-vos el nostre nou catàleg de productes per a l'any [any actual], on podreu trobar la nostra completa gamma d'equips informàtics, components i serveis tècnics.



Cas pràctic de simulació

A INFOTEC ens dediquem a la compravenda, reparació i muntatge d'equips informàtics, oferint solucions tecnològiques adaptades a les necessitats específiques de cada client. El nostre compromís amb la qualitat i la innovació ens ha posicionat com una empresa de referència al sector.

Entre les novetats d'aquest any, destaquem:

- Nova línia d'ordinadors d'alt rendiment per a entorns professionals
- Equips portàtils ultralleugers amb la darrera tecnologia
- Serveis de manteniment preventiu i correctiu
- Solucions d'emmagatzematge al núvol
- Assessorament personalitzat en transformació digital

Adjunt a aquesta carta trobareu el nostre catàleg complet. Estarem encantats de concertar una reunió per presentar-vos personalment els nostres productes i serveis, així com per estudiar possibles vies de col·laboració entre les nostres empreses.

Quedem a la vostra disposició per a qualsevol consulta o aclariment que necessitin.

Atentament,

Xavier Benítez

Cap del Departament Comercial

INFOTEC

Adj.: Catàleg de productes [any actual]

\\ \\ \\

Activitat 13

[Nota: Aquesta activitat consisteix a ensobrar i enviar per correu ordinari la carta redactada a l'activitat anterior]



Activitat 14

Carta de resposta agraïnt el catàleg:

ˆ ˆ ˆ ˆ

[LOGOTIP DE LA TEVA EMPRESA]

[Nom de la teva empresa]

[Direcció]

[Codi postal i ciutat]

Tel.: [telèfon]

CIF: [CIF]

[Ciutat], [data actual]

INFOTEC

Avinguda de la Tecnologia, 25

28001 Madrid

A l'atenció del Sr. Xavier Benítez

Cap del Departament Comercial

Benvolgut Sr. Benítez:

Acusem rebut de la vostra carta i del catàleg de productes per a l'any [any actual] que amablement ens han remés. Agraïm sincerament el vostre enviament i l'interès mostrat a establir una relació comercial amb la nostra empresa.

Hem revisat amb deteniment el catàleg i ens han resultat especialment interessants els equips portàtils ultralleugers i els serveis de manteniment preventiu que ofereixen, ja que actualment estem en procés de renovació dels nostres equips informàtics.



Cas pràctic de simulació

Per aquest motiu, ens agradaria concertar una reunió amb vosaltres per tractar detalladament les característiques d'aquests productes i la possibilitat de realitzar una comanda. Us proposem reunir-nos a les nostres oficines el proper [dia] de [mes] a les [hora], si us resulta convenient.

Quedem esperant la vostra confirmació i aprofitem l'ocasió per enviar-vos una cordial salutació.

Atentament,

[El teu nom]

[El teu càrrec]

[Nom de la teva empresa]

., . . .

Activitat 15

Missatges per a la megafonia de la sala de vendes:

1. ****Benvinguda****: "Bon dia/tarda. INFOTEC us dona la benvinguda al nostre establiment. Us informem que les nostres instal·lacions romandran obertes avui fins a les 22:00 hores. Estem a la vostra disposició per assessorar-vos en totes les vostres necessitats tecnològiques."
2. ****Recordatori botiga online****: "Estimats clients, els recordem que tots els productes que poden trobar a la nostra botiga també estan disponibles a la nostra botiga online a www.infotec.com, on podran realitzar les seves compres còmodament les 24 hores del dia. Gràcies per la seva visita."
3. ****Avís personal****: "Atenció, si us plau. Es prega al Sr. Miny que acudeixi al servei d'atenció al client. Sr. Miny, si us plau, acudeixi al servei d'atenció al client. Gràcies."
4. ****Promoció especial****: "Estimats clients, us informem que durant aquest mes, INFOTEC té una promoció especial: per la compra de qualsevol equip informàtic,



Cas pràctic de simulació

us regalem un any complet de manteniment. Consulteu les condicions amb els nostres assessors comercials. Gràcies per confiar en INFOTEC."

5. ****Tancament****: "Estimats clients, els informem que les nostres instal·lacions tancaran en 15 minuts. Si necessiten realitzar alguna consulta o compra, els preguem que es dirigeixin als nostres assessors comercials. Gràcies per la seva visita i esperem veure'ls aviat de nou a INFOTEC."

[Nota: Aquí s'inclouria l'enregistrament d'àudio d'aquests missatges]

Activitat 16

Missatge de WhatsApp per comunicar l'obertura de la nova web:

" 🌟 NOVA WEB INFOTEC! 🌟

Benvolgut/da client:

Ens complau informar-vos que ja està disponible la nostra nova pàgina web www.infotec.com, on podreu:

- ✓ Realitzar consultes tècniques en temps real
- ✓ Descarregar el nostre catàleg d'ofertes exclusives
- ✓ Comprar en línia amb enviament gratuït en 24h
- ✓ Sol·licitar pressupostos personalitzats
- ✓ Accedir a tutorials i consells pràctics

Visiteu la nostra web i obtingueu un 10% de descompte en la vostra primera compra online amb el codi: BENVINGUDAWEB

Gràcies per confiar en INFOTEC!

*Si no voleu rebre més comunicacions, responeu amb la paraula BAIXA."



Activitat 17

Carta ordenada i redacció de la invitació a l'estand:

La carta ordenada quedaria així:

g) Lluís González Carmona

Passeig de la Llibertat, 45

08015 Barcelona

b) 15 de febrer de 20xx

f) Assumpte: Festa d'inauguració

c) Benvolgut amic:

a) El motiu d'aquesta carta és anunciar-vos que el proper dia 23 de març inaugurarem el nostre stand a la X Fira de Mostres Provincial.

Per fer d'aquesta ocasió una cosa veritablement especial, hem organitzat un petit esmorzar informal, en un ambient ple de sorpreses i envoltats d'amics i clients on ens encantaria comptar amb la seva presència i la del seu acompanyant.

g) A l'espera de la confirmació de la vostra assistència, rebeu la nostra més afectuosa salutació.

i) Jaume Cortès de la Hoz

Director gerent

h) [Logotip de l'empresa]



Cas pràctic de simulació

Carta d'invitació a l'estand comercial:

~~~~~

[LOGOTIP D'INFOTEC]

INFOTEC

Avinguda de la Tecnologia, 25

28001 Madrid

Tel.: 912345678

CIF: B12345678

Madrid, [data actual]

[Nom del client]

[Direcció]

[Codi postal i ciutat]

Assumpte: Invitació al nostre estand a la Fira de Mostres Provincial

Benvolgut/da client:

Ens complau informar-vos que INFOTEC participarà en la propera edició de la Fira de Mostres Provincial, que se celebrarà del 15 al 20 de maig al Recinte Firal de la nostra ciutat.

Per aquesta ocasió tan especial, hem preparat un estand on presentarem les nostres darreres novetats en equips informàtics i serveis tecnològics. Ens encantaria comptar amb la seva presència a la inauguració oficial del nostre espai, que tindrà lloc el dia 15 de maig a les 12:00 hores.

Hem organitzat un còctel de benvinguda exclusiu per als nostres clients més destacats, on podreu gaudir d'un ambient distès mentre coneixeu de primera mà les innovacions tecnològiques que INFOTEC té preparades per a aquest any.



## Cas pràctic de simulació

Us preguem confirmeu la vostra assistència abans del 10 de maig trucant al telèfon 912345678 o enviant un correu electrònic a [eventos@infotec.com](mailto:eventos@infotec.com).

A l'espera de poder saludar-vos personalment al nostre estand (Pavelló 3, Stand 45), rebeu una cordial salutació.

Atentament,

Clara Ferran Laos

Directora General

INFOTEC

\\ \\ \\



## ## 4. Detecció, atenció i tramitació de queixes i reclamacions

### ### Activitat 1

Informe sobre el grau de satisfacció del client:

**\*\*INFORME DE SATISFACCIÓ DEL CLIENT\*\***

**\*\*Anàlisi d'expectatives i experiència:\*\***

El client va adquirir una impressora amb l'expectativa que funcionés correctament i de manera continuada. En avariar-se per tercera vegada, les expectatives de qualitat i durabilitat del producte no s'han complert. A més, esperava un servei tècnic eficient que solucionés el problema de manera definitiva.

L'experiència viscuda pel client ha estat negativa per diversos motius:

1. Falles reiterades del producte (tres avaries).
2. Servei tècnic que no ha resolt definitivament el problema.
3. Incompliment del compromís de comunicar data i hora per a la nova reparació.
4. Manca de seguiment per part de l'empresa.

**\*\*Grau de satisfacció:\*\***

El grau de satisfacció del client és molt baix o nul, ja que cap de les seves expectatives no s'ha complert. La bretxa entre allò esperat i allò rebut és àmplia, generant frustració i enuig.

**\*\*Possibles formes d'exteriorització de la insatisfacció:\*\***

Aquesta insatisfacció podria exterioritzar-se mitjançant:

1. Una queixa formal a través del full de reclamacions de l'empresa.
2. Una reclamació davant d'organismes de consum.
3. Difusió d'opinions negatives a les xarxes socials o plataformes de valoració d'empreses.



## Cas pràctic de simulació

4. Abandó com a client i canvi a la competència.
5. Comunicació verbal negativa a altres clients potencials (boca a boca).

### ### Activitat 2

Perjudicis per a l'empresa de la situació amb Laura Pardo:

1. **\*\*Pèrdua de client\*\***: La clienta probablement no tornarà a adquirir productes o serveis de l'empresa.
2. **\*\*Publicitat negativa\*\***: La clienta pot compartir la mala experiència amb amics, familiars i coneguts, generant una imatge negativa de l'empresa (efecte multiplicador).
3. **\*\*Pèrdua d'oportunitat de millora\*\***: En no expressar la seva insatisfacció directament, l'empresa perd l'oportunitat de conèixer i corregir les deficiències en el servei.
4. **\*\*Desconeixement de problemes interns\*\***: L'empresa no pot detectar possibles errors en els seus processos o en la formació del personal d'atenció al client.
5. **\*\*Impacte econòmic\*\***: A més del cost directe de perdre aquesta clienta, hi ha un cost indirecte pels potencials clients que no acudiran a l'empresa a causa de referències negatives.
6. **\*\*Pèrdua de confiança en la marca\*\***: La insatisfacció no expressada però sí transmesa a tercers fa malbé la reputació i confiança en la marca.
7. **\*\*Possibles reclamacions futures\*\***: Com ha passat, la clienta pot acabar presentant una reclamació formal a través d'organismes oficials, cosa que implica gestions administratives i possibles sancions.



### ### Activitat 3

Tres mesures per facilitar que els clients expressin la seva opinió:

1. **\*\*Enquestes de satisfacció immediates\*\***:

- Implementar un sistema d'enquestes breus després de cada servei o compra.
- Enviar un correu electrònic o SMS amb un enllaç a una enquesta senzilla (no més de 5 preguntes).
- Oferir algun incentiu per completar-la (petit descompte en la propera compra).

2. **\*\*Redisseny del sistema de queixes i suggeriments\*\***:

- Ubicar la bústia física en un lloc més visible i accessible.
- Simplificar el formulari en línia fent-lo més intuïtiu i ràpid de completar.
- Crear una aplicació mòbil de l'empresa que inclogui una secció específica per a opinions.
- Garantir resposta a tots els suggeriments en un termini màxim de 48 hores.

3. **\*\*Programa de "Client Misteriós"\*\***:

- Contractar periòdicament persones que es facin passar per clients.
- Aquestes persones avaluaran objectivament el servei rebut.
- Elaboraran informes detallats sobre l'experiència del client.
- Permetrà detectar àrees de millora que els clients reals no expressen.

### ### Activitat 4

Procés per gestionar la reclamació rebuda a través de la Direcció General de Consum:

1. **\*\*Recepció i registre\*\***:

- Registrar la reclamació al sistema de gestió de reclamacions.
- Assignar un número d'expedient per al seguiment.
- Acusar rebut a la Direcció General de Consum.



## Cas pràctic de simulació

### 2. **\*\*Anàlisi de la reclamació\*\***:

- Revisar detalladament la reclamació i la factura adjunta.
- Verificar al sistema la data de la reparació original i la seva garantia.
- Comproveu l'historial de comunicacions amb la clienta.

### 3. **\*\*Investigació interna\*\***:

- Consultar amb el personal que va atendre inicialment la clienta.
- Revisar els protocols d'atenció al client que es van aplicar.
- Determinar si hi va haver un error a la informació proporcionada sobre la garantia.

### 4. **\*\*Presa de decisió\*\***:

- Determinar si escau la reparació gratuïta segons la garantia legal.
- Preparar una proposta de solució per a la clienta.

### 5. **\*\*Comunicació amb la clienta\*\***:

- Contactar directament amb Laura Pardo per disculpar-se pel malentès.
- Explicar-li que després de revisar-ne el cas, s'ha comprovat que la reparació està coberta per garantia.
- Oferir-vos una cita immediata per a la reparació gratuïta de l'equip.
- Com a compensació per les molèsties, oferir algun servei addicional gratuït.

### 6. **\*\*Resposta a la Direcció General de Consum\*\***:

- Elaborar un informe detallant la solució oferta a la clienta.
- Incloure les mesures correctores que s'implementaran per evitar situacions semblants.
- Enviar la resposta dins el termini establert.

### 7. **\*\*Seguiment\*\***:

- Verificar que la reparació es fa correctament.
- Contactar amb la clienta després de la reparació per confirmar-ne la satisfacció.



## Cas pràctic de simulació

- Sol·licitar a la Direcció General de Consum el tancament de l'expedient una vegada solucionat.

8. **\*\*Implementació de millores\*\***:

- Revisar i actualitzar els protocols d'atenció al client.
- Formar el personal sobre la correcta aplicació de les garanties legals.
- Incloure aquest cas a les sessions de formació interna.

### ### Activitat 5

Anàlisi de l'atenció a la clienta:

No, l'atenció a la clienta no va ser correcta ni adequada per les raons següents:

1. **\*\*Error en la informació proporcionada\*\***: Se li va negar un dret que legalment li corresponia, ja que la garantia legal cobreix les reparacions de productes prèviament arreglats per l'empresa.
2. **\*\*Falta de verificació\*\***: No es va comprovar adequadament si hi havia una factura de la reparació anterior abans de negar el servei.
3. **\*\*Absència d'empatia\*\***: No es va mostrar comprensió davant de la frustració de la clienta per un equip que ja havia estat reparat i tornava a fallar.
4. **\*\*No es van oferir alternatives\*\***: A més de negar-li la reparació gratuïta, no se li van oferir altres opcions com un descompte especial o una anàlisi més detallada del problema.
5. **\*\*Falta de seguiment\*\***: Ningú va contactar posteriorment amb la clienta per verificar si havia trobat la factura o si necessitava ajuda addicional.
6. **\*\*Comunicació deficient\*\***: La resposta va ser contundent i no va deixar espai per al diàleg o la recerca de solucions alternatives.



## Cas pràctic de simulació

El tracte adequat hauria estat:

- Escoltar atentament el vostre problema.
- Verificar al sistema si existia registre de la reparació anterior.
- Oferir-vos ajuda per localitzar la factura (cercar per data aproximada, nom, etc.).
- Explicar els seus drets respecte a la garantia de manera clara.
- Proposar una solució provisional mentre s'aclaria la situació.
- Realitzar un seguiment posterior del cas.

Aquesta situació ha provocat que un problema tècnic es convertís en un problema d'atenció al client, danyant la relació amb la clienta i la imatge de l'empresa.

### ### Activitat 6

Funció de la Direcció General de Consum en la gestió de la reclamació:

La Direcció General de Consum compleix diverses funcions fonamentals en aquest cas:

1. **\*\*Mediació\*\***: Actua com a intermediari imparcial entre la consumidora i l'empresa, facilitant la comunicació i la cerca de solucions.
2. **\*\*Protecció de drets\*\***: Vetlla pel compliment de la normativa de protecció al consumidor, assegurant que es respectin els drets de la clienta en matèria de garanties.
3. **\*\*Informació i assessorament\*\***: Ha informat la clienta sobre els seus drets i els procediments per reclamar, i l'empresa sobre les seves obligacions legals.
4. **\*\*Tramitació oficial\*\***: Dóna caràcter formal a la reclamació, cosa que sol motivar una resposta més diligent per part de les empreses que quan el consumidor reclama directament.
5. **\*\*Supervisió del procés\*\***: Controla que l'empresa respongui en els terminis establerts i que la solució proposada s'ajusti a la normativa vigent.



## Cas pràctic de simulació

6. **\*\*Imposició de sancions\*\***: En cas que l'empresa no respongui o incompleixi la normativa de consum, té potestat per iniciar un procediment sancionador.
7. **\*\*Registre d'incidències\*\***: Documenta el cas, cosa que permet detectar patrons de males pràctiques en determinats sectors o empreses.
8. **\*\*Resolució alternativa de conflictes\*\***: Ofereix vies com la mediació o l'arbitratge per resoldre la disputa sense necessitat d'acudir als tribunals.

En aquest cas concret, la Direcció General de Consum ha servit com a catalitzador perquè l'empresa reconsideri la seva postura inicial i compleixi les obligacions legals respecte a la garantia del producte reparat.

### ### Activitat 7

Esquema d'alternatives per fer arribar una reclamació a l'empresa:

....

#### CANALS PER PRESENTAR RECLAMACIONS

|

└ — CANALS DIRECTES (Gestionats per la pròpia empresa)

| |

└ — Presencials

| | └ — Servei d'atenció al client a la botiga

| | └ — Fulls de reclamacions de l'empresa

| | └ — Bústia física de suggeriments i reclamacions

| |

└ — No presencials

| └ — Telèfon d'atenció al client

| └ — Correu electrònic específic per a reclamacions

| └ — Formulari web a la pàgina corporativa

| └ — Aplicació mòbil de l'empresa



## Cas pràctic de simulació

- | └─ Xarxes socials oficials de l'empresa
- |
- | └─ CANALS INDIRECTES (A través de tercers)
- |
- |     └─ Organismes oficials
- |     └─ Direcció General de Consum (autonòmica)
- |     └─ Oficines Municipals d'Informació al Consumidor (OMIC)
- |     └─ Institut Nacional de Consum
- |
- |     └─ Associacions de consumidors
- |     └─ Organitzacions de consumidors i usuaris
- |     └─ Associacions sectorials específiques
- |
- |     └─ Sistemes de resolució alternativa de conflictes
- |     └─ Junes arbitrals de consum
- |     └─ Mediació de consum
- |
- | └─ Via judicial
- |     └─ Jutjats (demanda judicial)
- ....

### ### Activitat 8

Disseny de full de reclamacions adaptat a l'empresa:

....

[LOGOTIP D'INFOTEC]

FULL DE RECLAMACIONS

Núm. de reclamació: \_\_\_\_\_ (a emplenar per INFOTEC)

Data: \_\_/\_\_/\_\_\_\_



## Cas pràctic de simulació

### DADES DEL RECLAMANT:

Nom i cognoms: \_\_\_\_\_

DNI/NIE/Passaport: \_\_\_\_\_

Adreça: \_\_\_\_\_

Localitat: \_\_\_\_\_ Província: \_\_\_\_\_

Codi postal: \_\_\_\_\_ Telèfon: \_\_\_\_\_

Correu electrònic: \_\_\_\_\_

### DADES DEL PRODUCTE/SERVICI:

Tipus de producte/servei: \_\_\_\_\_

Data de compra/reparació: \_\_/\_\_/\_\_\_\_

Núm. \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ factura/tiquet:

Garantia: ☐ En vigor ☐ Caducada ☐ No aplicable

### MOTIU DE LA RECLAMACIÓ:

- ☐ Producte defectuós
- ☐ Servei tècnic insatisfactori
- ☐ Incompliment de garantia
- ☐ Informació incorrecta o insuficient
- ☐ Retard al lliurament
- ☐ Altres: \_\_\_\_\_

### DESCRIPCIÓ DETALLADA DELS FETS:

---

---

---

---

### PETICIÓ DEL RECLAMANT:



## Cas pràctic de simulació

- ☐ Reparació/Substitució del producte
- ☐ Devolució de l'import
- ☐ Compliment del que s'ha ofert
- ☐ Indemnització per danys i perjudicis
- ☐ Altres: \_\_\_\_\_

### DOCUMENTACIÓ QUE ADJUNTA:

- ☐ Factura/Tiquet de compra
- ☐ Pressupost
- ☐ Garantia
- ☐ Contracte
- ☐ Altres: \_\_\_\_\_

Signatura del reclamant: Signatura i segell d'INFOTEC:

\_\_\_\_\_

### INFORMACIÓ BÀSICA SOBRE PROTECCIÓ DE DADES:

Responsable: INFOTEC | Finalitat: Gestió de la vostra reclamació | Legitimació: execució contractual i consentiment de l'interessat | Destinataris: No se cediran dades a tercers excepte obligació legal | Drets: Accedir, rectificar i suprimir les dades, així com altres drets, com s'explica a la informació addicional | Informació addicional: Podeu consultar la informació addicional i detallada sobre Protecció de Dades a la nostra pàgina web [www.infotec.com/privacitat](http://www.infotec.com/privacitat)

### EXEMPLAR PER AL CLIENT

\\ \\ \\



## Cas pràctic de simulació

### ### Activitat 9

Beneficis d'una gestió adequada dels fulls de reclamacions:

No estic d'acord amb l'opinió del meu company per les raons següents:

1. **\*\*Detecció d'àrees de millora\*\***: Les reclamacions són una font valuosa d'informació sobre aspectes a millorar en productes, serveis o processos interns que altrament podrien passar desapercebuts.
2. **\*\*Fidelització de clients\*\***: Un client la reclamació del qual ha estat ben gestionada sol desenvolupar més lleialtat cap a l'empresa que un que mai no ha tingut problemes. Estudis demostren que el 70% dels clients que reben una resposta satisfactòria a la reclamació tornen a comprar.
3. **\*\*Millora de la imatge corporativa\*\***: Una empresa que facilita la presentació de reclamacions transmet transparència i confiança, valors molt apreciats pels consumidors actuals.
4. **\*\*Prevenició de publicitat negativa\*\***: En canalitzar adequadament el descontentament d'un client, s'evita que aquest recorri a xarxes socials o plataformes d'opinió per expressar la seva insatisfacció, cosa que tindria un impacte molt més negatiu.
5. **\*\*Avantatge competitiu\*\***: Una gestió eficaç de reclamacions es pot convertir en un element diferenciador davant de la competència.
6. **\*\*Compliment normatiu\*\***: Tot i que el meu company esmenta que no és obligatori legalment (la qual cosa és incorrecte en molts sectors), complir amb les normatives de protecció al consumidor evita possibles sancions.
7. **\*\*Reducció de costos a llarg termini\*\***: Tot i que inicialment suposa una inversió en temps i recursos, a llarg termini redueix costos derivats de la pèrdua de clients i de la mala publicitat.
8. **\*\*Informació estratègica\*\***: L'anàlisi sistemàtica de les reclamacions proporciona dades valuoses per a la presa de decisions estratègiques a l'empresa.



Per tant, lluny de ser una "pèrdua de temps i diners", una gestió adequada dels fulls de reclamacions constitueix una inversió rendible per a qualsevol empresa que aspiiri a l'excel·lència en l'atenció al client.

## ### Activitat 10

Normativa sobre fulls de reclamacions:

La normativa que estableix l'obligatorietat dels fulls de reclamacions és:

### 1. A nivell estatal:

- Reial decret legislatiu 1/2007, de 16 de novembre, pel qual s'aprova el text refós de la Llei general per a la defensa dels consumidors i usuaris i altres lleis complementàries.
- A l'article 21 estableix que les oficines i serveis d'informació i atenció al client han d'assegurar que el consumidor tingui constància de les seves queixes i reclamacions.

### 2. A nivell autonòmic:

- Cada comunitat autònoma té la seva pròpia normativa específica que desenvolupa aquesta obligació.
- Per exemple, a Madrid: Decret 1/2010, de 14 de gener, del Consell de Govern, pel qual s'aprova el Reglament de la Llei 11/1998, de 9 de juliol, de protecció dels consumidors de la Comunitat de Madrid.

Segons aquestes normatives, és **OBLIGATORI** per a tots els establiments comercials i prestadors de serveis:

- Disposar de fulls de reclamacions oficials.
- Lliurar-les quan el consumidor les sol·liciti.
- Exhibir en un lloc visible un cartell que informi de la seua existència.

L'incompliment d'aquesta obligació constitueix una infracció en matèria de consum i es pot sancionar amb multes que, depenent de la comunitat autònoma, poden oscil·lar entre els 3.000 i els 30.000 euros.



Per tant, l'afirmació del meu company que "l'empresa no està obligada legalment" a disposar de fulls de reclamacions és incorrecta.

## ### Activitat 11

Fases del procés negociador i tècniques de negociació:

**\*\*Esquema de les fases del procés negociador:\*\***

### 1. **\*\*Fase de preparació\*\***

- Anàlisi de la situació actual amb Investy SA
- Definició d'objectius (descompte mínim del 10%)
- Establiment de límits (possibilitat d'exclusivitat)
- Recull d'informació sobre preus de mercat
- Anàlisi d'alternatives (altres proveïdors potencials)

### 2. **\*\*Fase d'obertura\*\***

- Presentació de les parts
- Establiment de l'agenda de la reunió
- Creació d'un clima favorable
- Exposició inicial de posicions

### 3. **\*\*Fase d'exploració\*\***

- Intercanvi d'informació
- Identificació d'interessos d'Investy SA
- Presentació de les nostres necessitats
- Escolta activa de les propostes

### 4. **\*\*Fase de propostes\*\***

- Plantejament formal de la sol·licitud de descompte
- Oferiment de contracte d'exclusivitat com a contrapartida
- Recepció de contrapropostes



## Cas pràctic de simulació

- Valoració d'opcions

### 5. \*\*Fase d'intercanvi\*\*

- Concessions mútues
- Cerca de solucions creatives
- Apropament de postures

### 6. \*\*Fase de tancament\*\*

- Acord sobre el descompte final
- Concreció de termes del contracte
- Establiment de terminis i condicions
- Formalització de l'acord

### 7. \*\*Fase de seguiment\*\*

- Implementació de l'acord
- Avaluació de resultats
- Manteniment de la relació comercial

**\*\*Tres tècniques de negociació més adequades:\*\***

#### 1. \*\*Tècnica del "guanyar-guanyar"\*\*

Aquesta tècnica cerca que les dues parts surtin beneficiades de l'acord. En el nostre cas, podríem plantejar que el descompte del 10% beneficia la nostra empresa reduint costos, mentre que el contracte d'exclusivitat beneficia Investy SA assegurant-li un volum de vendes estable i predictable. Aquesta tècnica genera relacions comercials duradores i de confiança.

#### 2. \*\*Tècnica del "paquet complet"\*\*

En lloc de negociar punt per punt, presentarem una proposta global que inclogui diversos elements: descompte en preu, volum de compra garantit, exclusivitat i terminis de pagament. Això permet compensar concessions en un aspecte amb guanys en un altre. Per exemple, podríem acceptar un descompte lleugerament menor (8-9%) si s'hi inclouen millores en els terminis de lliurament o servei postvenda.



## Cas pràctic de simulació

### 3. \*\*Tècnica de la "informació limitada"\*\*

Consisteix a no revelar tota la nostra informació estratègica des del principi. No hem de mostrar immediatament el nostre gran interès en el contracte d'exclusivitat, sinó presentar-lo com una concessió important per part nostra que justifica el descompte sol·licitat. També podríem esmentar discretament que estem avaluant ofertes d'altres proveïdors (sense donar detalls específics) per enfortir la nostra posició negociadora.



## ## 5. Organització i arxiu de la documentació

### ### Activitat 1

Importància de conservar arxivada la informació empresarial:

La conservació i arxiu adequat de la informació empresarial és fonamental per les raons següents:

1. **\*\*Compliment legal i fiscal\*\***: Molts documents s'han de conservar durant períodes específics per exigència legal (factures, contractes, nòmines, etc.). No fer-ho pot comportar sancions.
2. **\*\*Evidència en litigis\*\***: Els documents arxivats poden servir com a prova en cas de disputes legals amb clients, proveïdors o empleats.
3. **\*\*Presa de decisions\*\***: L'accés a informació històrica permet analitzar tendències, comparar resultats i prendre decisions més fonamentades.
4. **\*\*Continuïtat del negoci\*\***: Facilita que les operacions continuïn sense interrupcions encara que canviïn les persones responsables, ja que el coneixement queda documentat.
5. **\*\*Eficiència operativa\*\***: Un fitxer ben organitzat redueix el temps de cerca d'informació, augmentant la productivitat i evitant duplicar feina.
6. **\*\*Memòria corporativa\*\***: Preserva la història i l'evolució de l'empresa, els seus èxits, fracassos i aprenentatges.
7. **\*\*Auditories internes i externes\*\***: Facilita els processos d'auditoria en tenir tota la documentació ordenada i accessible.
8. **\*\*Gestió del coneixement\*\***: permet capitalitzar l'experiència adquirida i transferir-la a nous empleats.



## Cas pràctic de simulació

9. **\*\*Relacions amb clients i proveïdors\*\***: Mantenir un historial d'interaccions millora la qualitat del servei i enforteix les relacions comercials.

10. **\*\*Protecció de dades\*\***: Un fitxer adequat garanteix la confidencialitat i seguretat de la informació sensible.

Per tant, lluny de ser una "pèrdua de temps i diners" com suggereixen alguns companys, la gestió documental és una inversió que genera valor i evita problemes potencialment costosos.

### ### Activitat 2

Actuació amb cada document:

1. **\*\*Pressupost anterior d'un antic proveïdor desestimat\*\***:

- Verificar si hi ha alguna política de conservació per a pressupostos rebutjats.
- Si teniu valor com a referència per a futures negociacions, arxivar-lo en una carpeta de "Pressupostos històrics" dins del sistema d'arxiu de la secció de compres.
- Si és molt antic i ja no té valor comparatiu, es podria eliminar seguint els protocols de destrucció de documents de l'empresa.

2. **\*\*Fullet de mobiliari i material d'oficina\*\***:

- Comprovar si conté informació rellevant per a possibles compres futures.
- Si és així, arxivar-lo temporalment en una carpeta de "Catàlegs de proveïdors" a la secció de compres.
- Si la informació està desactualitzada o no és interessant, reciclar-ho.

3. **\*\*Carta del banc amb l'extracte bancari del trimestre passat\*\***:

- Aquest és un document comptable important que cal conservar.
- Registrar-lo al sistema de control documental.
- Arxivar-ho a la secció de "Documentació bancària" del departament d'administració, seguint un ordre cronològic.
- Assegurar que es guarda en condicions que en garanteixin la conservació durant el període legalment establert (generalment 6 anys).



4. **\*\*Factura de compra de materials d'Investy SA del trimestre passat\*\***:

- Verificar que la factura ha estat comptabilitzada correctament.
- Comproveu si està pendent de pagament o ja ha estat abonada.
- Registrar-la al sistema de control documental.
- Arxivar-la a la secció de "Factures de proveïdors" del departament d'administració, seguint el sistema d'ordenació establert (probablement alfabètic per proveïdor i cronològic dins de cada proveïdor).
- Conservar-la durant el període legalment establert (mínim 6 anys).

### ### Activitat 3

Aquest tipus d'arxiu, on els documents estan accessibles a cada lloc i cada treballador té els seus propis arxivadors, s'anomena 'arxiu descentralitzat' o 'arxiu de gestió'.

Es caracteritza per:

- La documentació està físicament dispersa a diferents ubicacions.
- Cada departament o treballador gestiona la pròpia documentació.
- Facilita l'accés immediat als documents freqüents.
- Permet que cada àrea especialitzada organitzi els seus documents segons les necessitats específiques.
- La responsabilitat de la conservació recau en múltiples persones.

### ### Activitat 4

Cinc regles per a una gestió adequada de l'arxiu del departament:

1. **\*\*Regla de classificació unificada\*\***:

Establir un sistema de classificació comuna per a tot el departament comercial, amb categories i subcategories clarament definides (clients, proveïdors, vendes, compres, etc.). Tots els documents s'han d'assignar a una categoria específica.

2. **\*\*Regla de registre obligatori\*\***:



## Cas pràctic de simulació

Tot document que entri o surti del departament s'ha de registrar en un sistema centralitzat, indicant tipus de document, data, emissor/receptor, assumpte i ubicació d'arxiu. Això facilitarà la seva posterior localització.

### 3. \*\*Regla de temporalitat i expurgació\*\*:

Definir períodes de conservació per a cada tipus de document segons la importància i els requisits legals. Establir un calendari de revisió trimestral per identificar documents que es poden traslladar al fitxer històric o eliminar-ne.

### 4. \*\*Regla de seguretat i confidencialitat\*\*:

Classificar els documents segons el nivell de confidencialitat i establir protocols d'accés acords. Els documents amb dades personals o informació comercial sensible han de tenir accés restringit i guardar-se a arxivadors amb clau oa carpetes protegides amb contrasenya si són digitals.

### 5. \*\*Regla de respatller i digitalització progressiva\*\*:

Implementar un sistema de digitalització gradual de documents físics importants, mantenint còpies de seguretat a diferents ubicacions. Establir un protocol de nomenclatura d'arxius digitals que en faciliti la cerca i la recuperació.

## ### Activitat 5

Sistemes d'ordenació per a cada tipus de document:

### 1. \*\*Rebutts pagats a cada compte bancari\*\*:

**\*\*Sistema cronològic\*\*:** Ordenats per data de pagament, agrupats per compte bancari. Això permet seguir la seqüència temporal dels moviments de cada compte.

### 2. \*\*Fitxes de personal\*\*:

**\*\*Sistema alfabètic\*\*:** Ordenades per cognoms i nom dels treballadors. Facilita la localització ràpida de la fitxa de qualsevol empleat.

### 3. \*\*Nòmines dels treballadors\*\*:



## Cas pràctic de simulació

**\*\*Sistema alfanumèric\*\***: Combinació d'ordenació alfabètica (per cognoms del treballador) i cronològica (per mes i any). Primer s'agrupen per treballador i dins de cada treballador s'ordenen cronològicament.

4. **\*\*Assegurances socials dels treballadors\*\***:

**\*\*Sistema cronològic\*\***: Ordenats per mes i any de cotització, ja que són documents periòdics que es generen mensualment per al conjunt de la plantilla.

5. **\*\*Correspondència rebuda diàriament\*\***:

**\*\*Sistema mixt\*\***: Primer classificació per departaments destinataris (orgànic), després per data de recepció (cronològic). Alternativament, es podria fer servir un sistema alfabètic per remitent si la correspondència és principalment de clients o proveïdors recurrents.

6. **\*\*Pressupostos rebuts de proveïdors\*\***:

**\*\*Sistema alfabètic-cronològic\*\***: Primer ordenats alfabèticament per nom del proveïdor i dins de cada proveïdor, cronològicament per data del pressupost. Això permet comparar fàcilment pressupostos del mateix proveïdor al llarg del temps.

7. **\*\*Factures emeses a clients\*\***:

**\*\*Sistema numèric\*\***: Ordenades per número de factura, que generalment ja inclou una seqüència cronològica. Alternativament, es podria utilitzar un sistema alfanumèric si es volen agrupar primer per client i després per número de factura.

### ### Activitat 6

Ordenació d'expedients seguint el sistema alfabètic:

1. Comosa SL
2. Investy SA
3. Mobiliari L'Estació SA
4. Romero Assesors SL
5. Rosales Gestió SL



## Cas pràctic de simulació

Justificació: Al sistema d'ordenació alfabètic per a empreses, es pren com a paraula ordenatriu el nom principal de l'empresa, ignorant les formes jurídiques (SA, SL, etc.). En cas de noms compostos, es considera la primera paraula significativa. Per tant:

- Comosa: S'ordena per "C"
- Investy: S'ordena per "I"
- Mobiliari L'Estació: S'ordena per "M" (no per "La")
- Romero: S'ordena per "R"
- Rosers: S'ordena per "R", i en coincidir amb Romero, s'ordena alfabèticament per la segona lletra ("o" ve abans que "n", però en ser iguals, es compara la tercera: "m" ve abans que "s")

### ### Activitat 7

Fases del recorregut del comprovant de recepció d'una comanda:

#### 1. \*\*Recepció\*\*:

- El comprovant arriba a l'empresa, generalment juntament amb la mercaderia lliurada.
- Es verifica que les dades del comprovant coincideixen amb la comanda realitzada.
- Es segella i signa per confirmar la recepció correcta.

#### 2. \*\*Registre\*\*:

- Es registra l'entrada del document al sistema de control documental.
- S'assigna un número de registre o referència interna.

#### 3. \*\*Tramitació\*\*:

- S'envia una còpia al departament de compres perquè verifiqui que allò rebut correspon amb allò sol·licitat.
- Es remet una altra còpia al magatzem per actualitzar l'inventari.
- S'envia l'original al departament d'administració per a la seva comptabilització i pagament posterior.



## Cas pràctic de simulació

### 4. **\*\*Fitxer temporal\*\***:

- S'arxiva a la carpeta de "Comprovants de recepció" de l'any en curs.
- S'organitza seguint un criteri cronològic o per proveïdor.
- Es manté a l'arxiu de gestió durant l'exercici econòmic actual.

### 5. **\*\*Fitxer definitiu\*\***:

- En finalitzar l'exercici econòmic, es trasllada a l'arxiu central o semiactiu.
- Es conserva durant el període legalment establert (generalment 6 anys per a documents comercials).

### 6. **\*\*Expurgament i destrucció\*\***:

- Transcorregut el període legal de conservació, s'avalua si el document té valor històric.
- Si no teniu valor històric, s'inclou al llistat de documents a destruir.
- Es destrueix mitjançant procediments segurs (tritació) que garanteixin la confidencialitat.
- Es registra la destrucció al sistema de control documental.

## ### Activitat 9

Documentació comercial per a gestió informàtica i avantatges:

**\*\*Documentació comercial adequada per a gestió informàtica\*\***:

1. Fitxes de clients i proveïdors
2. Catàlegs de productes i serveis
3. Pressupostos emesos i rebuts
4. Comandes de clients
5. Albarans de lliurament
6. Factures emeses i rebudes
7. Reclamacions i queixes de clients
8. Correspondència comercial
9. Contractes amb clients i proveïdors
10. Estadístiques de vendes i compres



## Cas pràctic de simulació

**\*\*Avantatges de la gestió informàtica davant de l'arxiu en paper\*\*:**

1. **\*\*Estalvi d'espai físic\*\*:** Els fitxers digitals ocupen espai en discs durs o servidors, eliminant la necessitat d'arxivadors, carpetes i espai d'emmagatzematge físic.
2. **\*\*Cerca i recuperació ràpida\*\*:** Els sistemes informàtics permeten localitzar documents en segons mitjançant cerques per múltiples criteris (data, client, import, etc.), davant de la cerca manual en arxius físics.
3. **\*\*Accés simultani i remot\*\*:** Diversos usuaris poden consultar el mateix document alhora, fins i tot des de diferents ubicacions o en teletreball, impossible amb documents físics.
4. **\*\*Seguretat i control d'accessos\*\*:** Es poden establir diferents nivells de permisos per a consulta, modificació o eliminació de documents, amb registre de qui accedeix a cada document.
5. **\*\*Còpies de seguretat automàtiques\*\*:** Protecció contra pèrdues per incendis, inundacions o altres desastres que podrien destruir arxius físics.
6. **\*\*Reducció de costos operatius\*\*:** Menor necessitat de material d'oficina, espai físic i temps de personal dedicat a la gestió documental.
7. **\*\*Integració amb altres sistemes\*\*:** Possibilitat de connectar amb ERP, CRM o altres aplicacions empresarials per automatitzar processos.
8. **\*\*Sostenibilitat ambiental\*\*:** Reducció significativa del consum de paper, contribuint a la responsabilitat mediambiental de l'empresa.
9. **\*\*Anàlisi de dades avançades\*\*:** Possibilitat d'extreure informació estadística i generar informes automàtics per a la presa de decisions.



10. **\*\*Compliment normatiu facilitat\*\***: Sistemes d'alertes per a documents que caduquen o requereixen renovació i millor traçabilitat per a auditories.

## ### Activitat 10

Elements per a una base de dades d'informació comercial:

**\*\*Fitxers principals\*\***:

1. Fitxer de Clients
2. Fitxer de Proveïdors
3. Fitxer de Productes
4. Fitxer de Vendes
5. Fitxer de Compres
6. Fitxer de Reclamacions

**\*\*Registres i camps necessaris\*\***:

1. **\*\*Fitxer de Clients\*\***:

- ID\_Client (clau primària)
- Raó social
- NIF/CIF
- Adreça completa (carrer, número, codi postal, localitat, província, país)
- Telèfon(s)
- Email
- Persona de contacte
- Forma de pagament preferida
- Límit de crèdit
- Descomptes aplicables
- Classificació (A, B, C segons volum de compres)
- Data d'alta
- Observacions



## Cas pràctic de simulació

### 2. \*\*Fitxer de Proveïdors\*\*:

- ID\_Proveïdor (clau primària)
- Raó social
- NIF/CIF
- Adreça completa
- Telèfon(s)
- Email
- Persona de contacte
- Condicions de pagament
- Termini de lliurament habitual
- Productes que subministra
- Data d'alta
- Valoració de qualitat
- Observacions

### 3. \*\*Fitxer de Productes\*\*:

- ID\_Producte (clau primària)
- Nom del producte
- Descripció
- Categoria
- Proveïdor principal (clau forana)
- Preu de compra
- Preu de venda
- Estoc actual
- Estoc mínim
- Ubicació al magatzem
- Garantia (mesos)
- Estat (actiu/descatalogat)

### 4. \*\*Fitxer de Vendes\*\*:

- ID\_Venda (clau primària)



## Cas pràctic de simulació

- Número de factura
- Data
- ID\_Client (clau forana)
- Productes venuts (relació amb taula detall)
- Import total
- IVA
- Descompte aplicat
- Forma de pagament
- Estat (pagada/pendent)
- Venedor responsable

### 5. **\*\*Fitxer de Compres\*\***:

- ID\_Compra (clau primària)
- Número de factura del proveïdor
- Data
- ID\_Proveïdor (clau forana)
- Productes comprats (relació amb taula detall)
- Import total
- IVA
- Descompte obtingut
- Forma de pagament
- Estat (pagada/pendent)
- Responsable de la compra

### 6. **\*\*Fitxer de Reclamacions\*\***:

- ID\_Reclamació (clau primària)
- Data
- ID\_Client (clau forana)
- Producte/servei afectat
- Motiu de la reclamació
- Descripció detallada



## Cas pràctic de simulació

- Estat (pendent/en procés/resolta)
- Solució aplicada
- Data de resolució
- Responsable de la gestió
- Seguiment posterior

**\*\*Taules de relació\*\*:**

- Detall\_Vendes (relaciona vendes amb productes)
- Detall\_Compres (relaciona compres amb productes)
- Productes\_Proveïdors (relació molts a molts)

### ### Activitat 11

Principis de les 3R i normes d'actuació:

**\*\*Pilars fonamentals dels principis de les 3R\*\*:**

1. **\*\*Reduir\*\***: Disminuir la quantitat de recursos utilitzats i residus generats.
2. **\*\*Reutilitzar\*\***: Donar un segon ús als materials abans de rebutjar-los.
3. **\*\*Reciclar\*\***: Transformar materials usats en nous productes per evitar l'ús de primeres matèries.

**\*\*Normes d'actuació per implementar les 3R al departament comercial\*\*:**

1. **\*\*Norma de reducció d'impressions\*\***:

"Tot document s'ha d'avaluar abans de la impressió. Només s'imprimiran aquells que requereixin signatura manuscrita o entrega física obligatòria. Es configuraran totes les impressores per imprimir a doble cara i en mode esborrany per defecte."

2. **\*\*Norma de reutilització de paper\*\***:

"El paper imprès per una cara que no contingui informació confidencial s'ha de dipositar a les safates de paper per reutilitzar disponibles al costat de cada impressora. Aquest paper serà utilitzat per a esborranys, notes internes o noves impressions de documents no oficials."



## Cas pràctic de simulació

### 3. **\*\*Norma de digitalització prioritària\*\***:

"Tota la documentació comercial rebuda en format físic ha de ser digitalitzada i arxivada electrònicament. Només es conservaran en paper els documents originals que tinguin valor legal o fiscal, seguint els períodes de conservació establerts."

### 4. **\*\*Norma de reciclatge selectiu\*\***:

"Cada lloc de treball disposarà de tres contenidors diferenciats: paper i cartró, plàstic, i residus orgànics. És responsabilitat de cada empleat dipositar els residus al contenidor corresponent. El personal de neteja traslladarà aquests residus als contenidors generals de reciclatge."

## ### Activitat 12

Utilitat principal d'un sistema CRM per a l'empresa:

La utilitat principal d'un sistema de gestió de relacions amb els clients (CRM) per a INFOTEC seria la capacitat de centralitzar, integrar i analitzar tota la informació relacionada amb els clients per millorar la presa de decisions comercials i l'experiència del client.

Un CRM permetria a l'empresa:

1. **\*\*Conèixer millor els seus clients\*\***: Recopilar i organitzar informació detallada sobre cada client (historial de compres, preferències, interaccions prèvies, problemes reportats) per oferir un servei més personalitzat.
2. **\*\*Millorar l'eficiència comercial\*\***: Automatitzar processos repetitius, prioritzar leads, gestionar oportunitats de venda i fer seguiment de cada fase del procés comercial.
3. **\*\*Augmentar la retenció de clients\*\***: Identificar patrons de comportament que indiquin risc d'abandonament i actuar proactivament per fidelitzar els clients valuosos.



## Cas pràctic de simulació

4. **\*\*Optimitzar el servei postvenda\*\***: Registrar totes les incidències, reparacions i consultes tècniques per oferir un servei més àgil i coherent, independentment del tècnic que atengui el client.
5. **\*\*Potenciar les vendes creuades\*\***: Analitzar patrons de compra per identificar productes complementaris que puguin interessar cada client segons el seu perfil i historial.
6. **\*\*Mesurar la satisfacció del client\*\***: Integrar enquestes i valoracions per monitoritzar contínuament la qualitat del servei i detectar àrees de millora.
7. **\*\*Facilitar la col·laboració interna\*\***: Permetre que diferents departaments (vendes, atenció al client, servei tècnic) comparteixin informació rellevant sobre cada client.
8. **\*\*Prendre decisions basades en dades\*\***: generar informes i anàlisis que ajudin a identificar tendències, segmentar clients i optimitzar l'estratègia comercial.

En el cas específic d'INFOTEC, que combina la venda d'equips amb serveis de reparació i manteniment, un CRM seria especialment valuós per crear una visió unificada de cada client, millorant tant l'experiència de compra com el servei tècnic posterior.

### ### Activitat 13

Mesures de seguretat per a fitxers amb dades personals:

1. **\*\*Mesures organitzatives\*\***:
  - Designar un responsable de seguretat de dades a l'empresa
  - Elaborar un document de seguretat que arregleu totes les mesures implementades
  - Formar el personal sobre protecció de dades i confidencialitat
  - Establir procediments de notificació d'incidències
  - Signar acords de confidencialitat amb empleats i col·laboradors



## Cas pràctic de simulació

### 2. \*\*Mesures per a fitxers físics\*\*:

- Emmagatzemar documents a armaris amb pany o sales d'accés restringit
- Implementar un registre d'accessos per a documents especialment sensibles
- Establir un sistema de préstec de documents amb registre d'entrada i sortida
- Utilitzar destructores de paper per eliminar documents confidencials
- Evitar deixar documents amb dades personals a la vista a taules o impressores

### 3. \*\*Mesures per a fitxers informàtics\*\*:

- Implementar contrasenyes robustes que es canviïn periòdicament
- Establir diferents nivells d'accés segons el perfil de l'usuari
- Realitzar còpies de seguretat periòdiques emmagatzemades en ubicacions segures
- Xifrar les dades especialment sensibles
- Instal·lar i mantenir actualitzat programari antivirus i firewall
- Registrar els accessos a dades sensibles (qui accedeix, quan i per què)
- Implementar bloqueig automàtic de sessió per inactivitat
- Actualitzar regularment els sistemes operatius i aplicacions

### 4. \*\*Mesures per a transferència de dades\*\*:

- Xifrar els correus electrònics que continguin dades personals
- Utilitzar canals segurs per transmetre informació confidencial
- Implementar polítiques "d'escriptori net" i "pantalla neta"
- Establir protocols per a l'ús de dispositius extraïbles
- Controlar la impressió de documents amb dades personals

### 5. \*\*Mesures de compliment normatiu\*\*:

- Realitzar auditories periòdiques de seguretat
- Actualitzar les polítiques de privadesa segons la normativa vigent
- Obtenir el consentiment explícit per al tractament de dades personals
- Implementar procediments per atendre els drets ARCO (Accés, Rectificació, Cancel·lació i Oposició)
- Establir protocols d'actuació davant de possibles bretxes de seguretat



## Cas pràctic de simulació

Aquestes mesures s'han d'adaptar al nivell de sensibilitat de les dades tractades, i són més estrictes per a dades especialment protegides com a informació financera o de salut.



## ## 6. Control i millora en la qualitat del servei

### ### Activitat 1

Aspectes i factors per valorar la qualitat del nou servei d'assistència tècnica remota:

1. **\*\*Accessibilitat\*\***:

- Facilitat per accedir al servei (nombre de clics necessaris)
- Compatibilitat amb diferents navegadors i dispositius
- Disponibilitat horària del servei (24/7 o en horari limitat)
- Temps d'espera fins a ser atès per un tècnic

2. **\*\*Usabilitat de la plataforma web\*\***:

- Disseny intuïtiu i facilitat de navegació
- Claredat a les instruccions per a l'usuari
- Procés senzill per autoritzar la connexió remota
- Adaptabilitat a diferents nivells de coneixement tècnic dels usuaris

3. **\*\*Seguretat i privadesa\*\***:

- Protocols de xifrat i seguretat a les connexions
- Polítiques clares sobre accés a dades del client
- Sistemes d'autenticació robusts
- Compliment amb normatives de protecció de dades (RGPD)

4. **\*\*Capacitat tècnica\*\***:

- Varietat de problemes que es poden resoldre remotament
- Percentatge d'incidències resoltes en primera intervenció
- Compatibilitat amb diferents sistemes operatius i configuracions
- Eines disponibles per al diagnòstic i reparació

5. **\*\*Professionalitat del personal tècnic\*\***:



## Cas pràctic de simulació

- Coneixements tècnics i capacitat de resolució
- Habilitats de comunicació i atenció al client
- Capacitat per explicar problemes tècnics en llenguatge comprensible
- Puntualitat a les cites programades

### 6. **\*\*Eficiència del servei\*\***:

- Temps mitjà de resolució d'incidències
- Ràtio de problemes resolts vs. derivats a atenció presencial
- Optimització de recursos tècnics i humans
- Capacitat de priorització segons urgència del problema

### 7. **\*\*Comunicació amb el client\*\***:

- Claredat en l'explicació del problema i la seva solució
- Informació sobre el progrés durant la intervenció
- Transparència sobre limitacions del servei remot
- Seguiment posterior per verificar la resolució

### 8. **\*\*Cost i valor percebut\*\***:

- Relació qualitat-preu del servei
- Transparència a la facturació
- Opcions de tarifes adaptades a diferents necessitats
- Comparativa amb costos d'assistència presencial

## ### Activitat 2

Definició i dimensions de la qualitat del servei:

**\*\*Què s'entén per qualitat del servei?\*\***

La qualitat del servei es defineix com el grau en què un servei satisfà o sobrepassa les expectatives del client. No és un valor absolut, sinó que depèn de la percepció subjectiva de cada client en comparar allò que esperava rebre amb allò que



## Cas pràctic de simulació

realment ha rebut. Un servei es considera qualitat quan elimina o minimitza la bretxa entre aquestes expectatives i l'experiència real.

**\*\*Dimensions de la qualitat del servei d'assistència tècnica remota:\*\***

1. **\*\*Fiabilitat\*\***: Capacitat per realitzar el servei promès de manera precisa i consistent.

- Resolució efectiva dels problemes tècnics
- Compliment dels temps de resposta promesos
- Consistència en la qualitat de les solucions aportades
- Funcionament estable de la plataforma web

2. **\*\*Capacitat de resposta\*\***: Disposició per ajudar els clients i proporcionar un servei ràpid.

- Temps d'espera fins a ser atès per un tècnic
- Velocitat a la connexió remota a l'equip del client
- Agilitat en la identificació del problema
- Disponibilitat per atendre urgències

3. **\*\*Seguretat\*\***: Coneixements, atenció i habilitats mostrades pels empleats per inspirar credibilitat i confiança.

- Competència tècnica demostrada pels especialistes
- Protocols de seguretat a l'accés remot
- Confidencialitat en el tractament de dades
- Transparència sobre les accions realitzades a l'equip

4. **\*\*Empatia\*\***: Atenció individualitzada i curosa que l'empresa proporciona als clients.

- Adaptació al nivell de coneixements tècnics del client
- Comprensió de la urgència o importància del problema per al client
- Paciència en l'explicació de solucions
- Seguiment personalitzat post-servei



## Cas pràctic de simulació

5. **\*\*Elements tangibles\*\***: Aparença de les instal·lacions físiques, equips, personal i materials de comunicació.

- Disseny professional de la interfície web
- Qualitat de la connexió audiovisual durant l'assistència
- Claredat dels materials explicatius o tutorials
- Imatge corporativa coherent a tots els punts de contacte

Aquestes dimensions són interdependents i totes contribueixen a la percepció global de qualitat que el client tindrà sobre el servei d'assistència tècnica remota.

### ### Activitat 3

Instruments per avaluar la qualitat del servei i la seva implementació:

**\*\*1. Enquestes de satisfacció post-servei\*\***

**\*\*Implementació\*\***:

- Dissenyeu un qüestionari breu (5-7 preguntes) que aparegui automàticament en finalitzar cada sessió d'assistència remota.
- Incloure preguntes sobre temps d'espera, amabilitat del tècnic, efectivitat de la solució i valoració global.
- Utilitzar una escala Likert de 5 punts per facilitar-ne la quantificació.
- Afegir un camp de text lliure per a comentaris addicionals.
- Incentivar la participació oferint un petit descompte en el proper servei.
- Analitzar resultats setmanalment i compartir-los amb l'equip tècnic.

**\*\*2. Mystery Shopping (Client misteriós)\*\***

**\*\*Implementació\*\***:

- Contractar avaluadors externs que es facin passar per clients reals.
- Elaborar un guió amb diferents escenaris problemàtics que cal avaluar.
- Establir criteris objectius d'avaluació (temps de resposta, amabilitat, coneixements tècnics, claredat en les explicacions, etc.).



## Cas pràctic de simulació

- Realitzar avaluacions periòdiques (mensualment o trimestralment) sense avís previ a l'equip tècnic.
- Enregistrar les sessions per a la posterior anàlisi i formació.
- Utilitzar els resultats per identificar àrees de millora específiques i reconèixer els tècnics destacats.

### **\*\*3. Anàlisi d'indicadors clau de rendiment (KPI)\*\***

#### **\*\*Implementació\*\*:**

- Identificar mètriques rellevants: temps mitjà de resolució, taxa de resolució en primer contacte, número de sessions per problema, valoració mitjana del client, etc.
- Implementar eines de Business Intelligence per monitoritzar aquests KPIs en temps real.
- Establir un quadre de comandament integral accessible per a la direcció i els responsables del servei.
- Definir objectius clars per a cada indicador i revisar-ne l'evolució mensualment.
- Crear un sistema d'alertes automàtiques quan algun indicador es desviï significativament dels objectius.
- Utilitzar anàlisi comparativa (benchmarking) amb estàndards del sector per contextualitzar els resultats.
- Vincular part de la retribució variable de l'equip al compliment d'aquests indicadors.

Aquests tres instruments es complementen entre si: les enquestes proporcionen feedback directe del client, el mystery shopping ofereix una avaluació objectiva i estandarditzada, i els KPI permeten un seguiment continu i quantitatiu del rendiment del servei.

### **### Activitat 4**

Model de qüestionari online per avaluar la qualitat del servei:

....

### **QÜESTIONARI DE SATISFACCIÓ - SERVEI D'ASSISTÈNCIA TÈCNICA REMOTA**



## Cas pràctic de simulació

Benvolgut client, la seva opinió és molt important per seguir millorant el nostre servei.

Si us plau, dediqueu uns minuts a completar aquesta enquesta.

1. Com valoraríeu la facilitat per accedir al nostre servei d'assistència tècnica remota?

- ☐ Excel·lent
- ☐ Bé
- ☐ Acceptable
- ☐ Deficient
- ☐ Molt deficient

2. El temps d'espera fins a ser atès per un tècnic li ha semblat:

- ☐ Molt ràpid
- ☐ Ràpid
- ☐ Adequat
- ☐ Lent
- ☐ Molt lent

3. Valoreu la competència tècnica de l'especialista que el va atendre:

- ☐ Excel·lent
- ☐ Bona
- ☐ Acceptable
- ☐ Deficient
- ☐ Molt deficient

4. En quina mesura el tècnic va ser capaç d'explicar-li el problema i la solució de manera comprensible?

- ☐ Molt clarament
- ☐ Clarament
- ☐ Moderadament clar
- ☐ Poc clar



## Cas pràctic de simulació

- Res clar

5. ¿S'ha resolt satisfactòriament el problema pel qual va contactar amb nosaltres?

- Completament resolt
- Majorment resolt
- Parcialment resolt
- Tot just resolt
- No resolt

6. Valoreu la seguretat i confiança que li va transmetre el procés de connexió remota:

- Molt segur
- Segur
- Neutral
- Poc segur
- Res segur

7. En general, com qualificaríeu la vostra experiència amb el nostre servei d'assistència tècnica remota?

- Excel·lent
- Bona
- Acceptable
- Dolenta
- Molt dolenta

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

- Definitivament sí
- Probablement sí
- No estic segur
- Probablement no
- Definitivament no



## Cas pràctic de simulació

9. Quin aspecte del nostre servei us ha agradat més? (Resposta oberta)

[Camp de text]

10. Quin aspecte del nostre servei creu que podríem millorar? (Resposta oberta)

[Camp de text]

Gràcies per ajudar-nos a millorar! Com a mostra d'agraïment, rebreu un 5% de descompte en el proper servei.

\\ \\ \\

### ### Activitat 5

Criteris, indicadors i estàndards per analitzar la qualitat del servei:

**\*\*1. Criteri: Eficàcia tècnica\*\***

**\*\*Indicadors\*\*:**

- Percentatge d'incidències resoltes en primera intervenció
- Temps mitjà de resolució d'incidències
- Taxa de recurrència del mateix problema en 30 dies

**\*\*Estàndards\*\*:**

- Almenys el 85% de les incidències s'han de resoldre a la primera intervenció
- Temps mitjà de resolució inferior a 45 minuts
- Menys del 5% d'incidències s'han de repetir els 30 dies posteriors

**\*\*2. Criteri: Experiència del client\*\***

**\*\*Indicadors\*\*:**

- Puntuació mitjana de satisfacció global (escala 1-5)
- Percentatge de clients que atorguen puntuació màxima (promotors)
- Temps mitjà d'espera fins a ser atès



## Cas pràctic de simulació

- Taxa d'abandó durant l'espera

### **\*\*Estàndards\*\*:**

- Puntuació mitjana de satisfacció superior a 4,2 sobre 5
- Almenys 60% de clients atorguen puntuació màxima
- Temps mitjà d'espera inferior a 3 minuts
- Taxa d'abandó inferior al 8%

### **\*\*3. Criteri: Seguretat i fiabilitat\*\***

### **\*\*Indicadors\*\*:**

- Nombre d'incidents de seguretat reportats
- Percentatge de sessions completades sense desconexions tècniques
- Valoració mitjana de la confiança percebuda pels clients
- Taxa de compliment de protocols de seguretat

### **\*\*Estàndards\*\*:**

- Zero incidents de seguretat per trimestre
- Almenys 95% de sessions completades sense desconexions
- Valoració mitjana de confiança superior a 4 sobre 5
- 100% de compliment de protocols de seguretat

Aquests criteris, indicadors i estàndards proporcionen un marc complet per avaluar la qualitat del servei d'assistència tècnica remota des de múltiples perspectives: tècnica, experiencial i de seguretat. Els estàndards establerts són exigents però assolibles, i estan basats en les millors pràctiques del sector de suport tècnic remot.



## ### Activitat 6

Model de qüestionari per a clients que sol·liciten la baixa del servei:

....

### QÜESTIONARI DE BAIXA - SERVEI D'ASSISTÈNCIA TÈCNICA REMOTA

Lamentem que hagi decidit donar-se de baixa del nostre servei. La seva opinió és molt valuosa per ajudar-nos a millorar. Si us plau, dediqueu uns minuts a completar aquesta enquesta.

1. Quin és el motiu principal pel qual sol·licita la baixa del servei? (Seleccioneu una opció)

- ☐ Problemes tècnics no resolts
- ☐ Preu del servei
- ☐ He trobat un servei alternatiu millor
- ☐ Ja no necessito aquest tipus de servei
- ☐ Mala experiència amb el personal tècnic
- ☐ Dificultats per accedir al servei
- ☐ Problemes de seguretat o privadesa
- ☐ Un altre (si us plau, especifiqueu): [Camp de text]

2. Si heu seleccionat "Problemes tècnics no resolts", si us plau indiqueu:

2.1. Quina mena de problema no vam poder resoldre? [Camp de text]

2.2. Quantes vegades intentem solucionar-ho?

- ☐ 1 cop
- ☐ 2 vegades
- ☐ 3 vegades
- ☐ Més de 3 vegades

3. Si heu seleccionat "Preu del servei", quin rang de preu consideraria adequat per a aquest servei?

- ☐ Menys de 30€/mes



## Cas pràctic de simulació

- Entre 30-50€/mes
- Entre 50-70€/mes
- Preferiria pagar per ús, no una quota mensual

4. Com valoraria els aspectes següents del nostre servei? (1=Molt deficient, 5=Excel·lent)

- Facilitat d'accés al servei: ○ 1 ○ 2 ○ 3 ○ 4 ○ 5
- Temps d'espera fins a ser atès: ○ 1 ○ 2 ○ 3 ○ 4 ○ 5
- Coneixements tècnics del personal: ○ 1 ○ 2 ○ 3 ○ 4 ○ 5
- Amabilitat i tracte del personal: ○ 1 ○ 2 ○ 3 ○ 4 ○ 5
- Seguretat durant la connexió remota: ○ 1 ○ 2 ○ 3 ○ 4 ○ 5
- Relació qualitat-preu: ○ 1 ○ 2 ○ 3 ○ 4 ○ 5

5. Ha tingut alguna experiència negativa específica que hagi influït en la decisió de donar-se de baixa?

- Sí
- No

Si heu respost "Sí", si us plau descriuiu-la breument: [Camp de text]

6. Què hauríem de millorar o canviar perquè reconsiderés la seva decisió de donar-se de baixa?

[Camp de text ampli]

7. Heu contractat o penseu contractar un servei similar amb una altra empresa?

- Sí, ja he contractat amb una altra empresa
- Estic considerant altres opcions
- No, he decidit prescindir d'aquest tipus de servei

8. Si heu respost "Sí" a la pregunta anterior, podríeu indicar-nos quina empresa heu triat i per què?

[Camp de text]



## Cas pràctic de simulació

9. Consideraria tornar a utilitzar els nostres serveis en el futur si implementéssim les millores suggerides?

- Definitivament sí
- Probablement sí
- No estic segur
- Probablement no
- Definitivament no

10. Hi ha res més que li agradaria comentar-nos?

[Camp de text ampli]

Agraïm sincerament el vostre temps i els vostres comentaris. Com a gest d'agraïment, us oferim un mes gratuït si decidiu reactivar el vostre servei en els propers 6 mesos.

\\ \\ \\

### ### Activitat 7

Passos per tractar anomalies detectades al servei:

1. **\*\*Detecció i registre\*\***:

- Implementar sistemes automatitzats per detectar fallades tècniques (monitorització contínua).
- Establir canals clars perquè els clients reportin problemes.
- Registrar detalladament cada incidència en un sistema centralitzat, incloent-hi data, hora, client afectat, descripció del problema i gravetat.

2. **\*\*Anàlisi i classificació\*\***:

- Avaluar la gravetat i l'impacte de l'anomalia (crítica, alta, mitjana, baixa).
- Classificar el tipus de problema (tècnic, procediment, comunicació, etc.).
- Determinar si és un cas aïllat o un problema sistemàtic.
- Assignar prioritat segons l'impacte al client i al servei.



## Cas pràctic de simulació

### 3. **\*\*Resposta immediata\*\***:

- Contactar proactivament amb els clients afectats per informar-los del problema.
- Oferir disculpes sinceres i explicar la situació amb transparència.
- Proporcionar solucions temporals si és possible.
- Establir un termini realista per a la resolució definitiva.

### 4. **\*\*Investigació de causes\*\***:

- Formar un equip multidisciplinari per analitzar les causes arrel del problema.
- Utilitzar metodologies com els "5 per què" o el diagrama d'Ishikawa.
- Documentar tot el procés de recerca.
- Identificar tant causes tècniques com organitzatives o humanes.

### 5. **\*\*Implementació de solucions\*\***:

- Desenvolupar un pla d'acció amb mesures correctives immediates.
- Establir mesures preventives per evitar recurrències.
- Assignar responsables i terminis per a cada acció.
- Documentar els canvis realitzats als sistemes o procediments.

### 6. **\*\*Verificació i seguiment\*\***:

- Comprovar que les solucions implementades resolen efectivament el problema.
- Realitzar proves exhaustives abans de donar per tancada la incidència.
- Fer seguiment amb els clients afectats per confirmar-ne la satisfacció.
- Monitoritzar específicament les àrees afectades durant un període de temps.

### 7. **\*\*Compensació a clients afectats\*\***:

- Oferir compensacions adequades segons la gravetat del problema (descomptes, serveis gratuïts, extensions de garantia).
- Personalitzar la compensació segons el perfil del client i l'impacte sofert.
- Assegurar que la compensació es lliura de manera àgil i sense tràmits complicats.

### 8. **\*\*Aprenentatge organitzacional\*\***:



## Cas pràctic de simulació

- Compartir les lliçons apreses amb tot l'equip.
- Actualitzar manuals, procediments i formació segons correspongui.
- Implementar millores als sistemes de detecció i prevenció.
- Realitzar sessions d'anàlisi post-incidència per consolidar l'aprenentatge.

### 9. **\*\*Comunicació i transparència\*\***:

- Informar tots els stakeholders rellevants sobre el problema i la seua resolució.
- Mantenir una comunicació oberta amb els clients durant tot el procés.
- Publicar, quan sigui apropiat, informació sobre les millores implementades.

### **### Activitat 8**

Tipus d'error al servei i solució:

#### **\*\*Tipus d'error\*\***:

Es tracta d'un error tècnic greu amb conseqüències per al client. Específicament, el podem classificar com un "error d'execució amb dany col·lateral", ja que durant la prestació del servei tècnic s'han produït danys addicionals (pèrdua de dades) que no existien en el problema original.

Aquest tipus d'error és especialment crític perquè:

1. Causa un perjudici més gran que el problema inicial que el client volia resoldre.
2. Afecta informació potencialment valuosa o irremplaçable per al client.
3. Danya severament la confiança en el servei tècnic.
4. En alguns casos, pot tenir implicacions legals si les dades perdudes són crítiques per al negoci del client.

#### **\*\*Solució que ha d'adoptar l'empresa\*\***:

##### 1. **\*\*Acció immediata\*\***:

- Suspendre temporalment el servei d'assistència remota per als tècnics implicats fins que rebin formació addicional.
- Revisar urgentment els protocols d'intervenció remota, especialment els relacionats amb operacions que puguin afectar dades de l'usuari.



## Cas pràctic de simulació

- Implementar un sistema de còpies de seguretat automàtiques abans de qualsevol intervenció tècnica remota.

### 2. **\*\*Compensació als clients afectats\*\***:

- Oferir un servei professional de recuperació de dades sense cap cost addicional.
- Proporcionar un any de servei gratuït d'assistència tècnica.
- Oferir una compensació econòmica en els casos on la pèrdua de dades hagi causat perjudicis demostrables.

### 3. **\*\*Millores estructurals\*\***:

- Implementar un sistema de doble verificació per a operacions crítiques durant l'assistència remota.
- Desenvolupar eines de diagnòstic més precises que minimitzin el risc d'errors.
- Establir nivells d'intervenció segons la complexitat del problema, derivant els casos més complexos a tècnics sènior.
- Crear clarament un protocol específic d'actuació davant de problemes no diagnosticables.

### 4. **\*\*Formació i recursos humans\*\***:

- Reforçar la formació tècnica del personal, especialment en el diagnòstic de problemes.
- Implementar un sistema de certificació interna per a diferents nivells d'intervenció.
- Establir un programa de mentorització on tècnics júnior treballin supervisats per sènior.
- Revisar els processos de selecció de personal tècnic.

### 5. **\*\*Comunicació i transparència\*\***:

- Informar proactivament tots els clients sobre les millores implementades.
- Crear un canal de comunicació directe per a casos d'emergència tècnica.
- Publicar estadístiques de resolució de problemes i satisfacció per recuperar la confiança.



## Cas pràctic de simulació

Aquesta solució integral aborda tant la compensació als clients afectats com les causes arrel del problema, assegurant que situacions similars no es tornin a produir en el futur.

### ### Activitat 9

Alternatives per incrementar la fidelitat dels clients:

#### \*\*1. Programa de manteniment preventiu personalitzat\*\*

Desenvolupar un programa de manteniment preventiu adaptat al perfil de cada client, que inclogui:

- Revisions periòdiques remotes programades dels seus equips
- Alertes personalitzades sobre actualitzacions crítiques de seguretat
- Informes trimestrals sobre l'estat dels sistemes
- Recomanacions proactives per optimitzar el rendiment

Aquest programa crearia un enllaç continu amb el client, demostrant el valor afegit del servei més enllà de la resolució de problemes puntuals. S'oferiria gratuïtament durant el primer any després de comprar equips i posteriorment mitjançant una subscripció a preu preferent.

#### \*\*2. Sistema de fidelització multinivell amb beneficis tangibles\*\*

Implementar un programa de fidelització basat en punts que:

- Acumuli punts per cada compra, reparació o servei contractat
- Ofereixi beneficis progressius segons el nivell assolit (Bàsic, Plata, Or, Premium)
- Incloeu avantatges com a prioritat en l'atenció, descomptes exclusius, ampliacions de garantia, préstec d'equips durant reparacions
- Permet bescanviar punts per accessoris, serveis o descomptes en futures compres
- Reconegueu l'antiguitat amb beneficis especials per a clients de més de 2 anys

Aquest sistema motivaria els clients a concentrar les seves compres i serveis a INFOTEC per acumular beneficis, creant barreres de sortida psicològiques.



## Cas pràctic de simulació

### **\*\*3. Estratègia omnicanal personalitzada amb seguiment postvenda\*\***

Desenvolupar una estratègia de comunicació i atenció que:

- Integreu tots els canals de contacte (botiga física, web, app, telèfon, email)
- Mantingueu un historial unificat de cada client accessible des de qualsevol punt de contacte
- Establiu un protocol de seguiment postvenda estructurat:
  - \* Trucada de satisfacció als 7 dies d'una compra important
  - \* Email amb consells d'ús als 15 dies
  - \* Contacte als 3 mesos per resoldre dubtes
  - \* Recordatori de manteniment als 6 mesos
  - \* Propostes d'actualització o complements a l'any
- Personalitzeu les comunicacions segons el perfil i comportament de cada client
- Anticipeu necessitats basant-vos en l'anàlisi de dades d'ús i compra

Aquesta estratègia crearia una experiència coherent i personalitzada que faria sentir el client valorat i comprès, enfortint el seu vincle emocional amb la marca.

### **### Activitat 10**

Aspectes i factors que influeixen en la fidelitat dels clients:

#### 1. **\*\*Qualitat del producte/servei\*\***:

- Fiabilitat i durabilitat dels equips informàtics
- Efectivitat en la resolució de problemes tècnics
- Actualització constant de coneixements tècnics
- Consistència en la qualitat al llarg del temps

#### 2. **\*\*Experiència del client\*\***:

- Tracte personalitzat i proper
- Facilitat en els processos de compra i postvenda
- Temps de resposta davant de consultes o incidències



## Cas pràctic de simulació

- Capacitat per superar les expectatives
- Coherència a tots els punts de contacte

### 3. **\*\*Valor percebut\*\***:

- Relació qualitat-preu adequada
- Beneficis addicionals que justifiquin l'elecció
- Percepció d'exclusivitat o avantatges diferencials
- Transparència en preus i condicions

### 4. **\*\*Confiança i seguretat\*\***:

- Compliment de promeses i terminis
- Honestedat en el diagnòstic de problemes
- Garanties efectives i sense lletra petita
- Protecció de dades i privadesa
- Transparència a les polítiques de l'empresa

### 5. **\*\*Gestió de problemes i incidències\*\***:

- Rapidesa i eficàcia en la resolució de queixes
- Capacitat per convertir problemes en oportunitats
- Compensacions justes davant de fallades
- Seguiment posterior per verificar satisfacció

### 6. **\*\*Comunicació bidireccional\*\***:

- Canals de comunicació accessibles i efectius
- Escolta activa de necessitats i suggeriments
- Informació rellevant i oportuna
- Personalització de la comunicació

### 7. **\*\*Reconeixement i recompensa\*\***:

- Programes de fidelització atractius
- Reconeixement de l'antiguitat com a client



## Cas pràctic de simulació

- Beneficis exclusius per a clients habituals
- Agraïment sincer per la confiança dipositada

### 8. **\*\*Vinculació emocional\*\***:

- Identificació amb els valors de l'empresa
- Experiències memorables positives
- Sentiment de pertinença a una comunitat
- Connexió personal amb el personal de l'empresa

### 9. **\*\*Innovació i adaptació\*\***:

- Capacitat per evolucionar segons les necessitats canviants
- Oferta de noves solucions rellevants
- Anticipació a problemes potencials
- Millora continua de productes i serveis

### 10. **\*\*Barreres de sortida\*\***:

- Costos de canvi (econòmics, de temps, d'esforç)
- Integració de serveis complementaris
- Coneixement acumulat sobre el client
- Personalització que seria difícil replicar amb un altre proveïdor

Tots aquests factors interactuen entre si i han de ser gestionats de manera integral per tots els departaments de l'empresa, no només pel comercial, per tal de construir relacions duradores amb els clients.

## ### Activitat 11

Anàlisi de l'estratègia de fidelització basada a millorar l'oferta a clients que es volen passar a la competència:

No considero que aquesta sigui una bona estratègia de fidelització per les raons següents:



## Cas pràctic de simulació

1. **\*\*Fomenta la "infidelitat estratègica"\*\***: Els clients aprendran que amenaçar de marxar és la forma d'aconseguir millors condicions, cosa que generarà un comportament manipulatiu i deslleial.
2. **\*\*Penalitza els clients fidels\*\***: Crea una situació injusta on els clients lleials que no amenacen de marxar reben pitjors condicions que aquells que sí que ho fan, generant ressentiment quan ho descobreixen.
3. **\*\*És reactiva, no proactiva\*\***: Una veritable estratègia de fidelització ha d'anticipar-se a les necessitats del client, no esperar que estigui a punt de marxar per actuar.
4. **\*\*Redueix marges de forma ineficient\*\***: En oferir descomptes només quan el client està a punt de marxar, se sacrifiquen marges de forma desordenada i sense planificació.
5. **\*\*No aborda les causes reals de la insatisfacció\*\***: Si un client vol marxar, probablement hi ha raons més profundes que el preu. Aquesta estratègia no identifica ni soluciona aquests problemes subjacents.
6. **\*\*Danya la imatge de marca\*\***: Transmet la imatge d'una empresa que no valora tots els seus clients per igual i que no té una política de preus transparent.
7. **\*\*Genera desconfiança\*\***: Els clients que descobreixin aquesta pràctica qüestionaran l'honestedat de l'empresa en altres aspectes.
8. **\*\*És insostenible a llarg termini\*\***: Si molts clients adopten l'estratègia d'amenaçar de marxar, l'empresa acabarà amb una estructura de preus caòtica i marges reduïts.

Una estratègia de fidelització efectiva hauria de:

- Oferir valor afegit constant a tots els clients
- Reconèixer i premiar la lleialtat de manera transparent i planificada
- Anticipar-se a les necessitats del client abans que consideri canviar
- Construir relacions basades en la confiança i el benefici mutu



## Cas pràctic de simulació

- Implementar programes de fidelització estructurats i coneguts per tothom

En lloc de reaccionar quan un client vol marxar, l'empresa hauria d'invertir aquests recursos per millorar contínuament l'experiència de tots els seus clients.

### ### Activitat 12

Anàlisi de l'estratègia de fidelització basada a baixar preus:

No considero que abaixar els preus sigui una bona estratègia per fidelitzar clients per les raons següents:

1. **\*\*Fàcilment imitable\*\***: La competència pot igualar o superar la reducció de preus, iniciant una guerra de preus que no beneficia cap empresa del sector.
2. **\*\*Devalua la percepció del producte/servei\*\***: Els clients poden associar preus baixos amb menys qualitat, especialment en un sector com l'informàtic on la qualitat i la fiabilitat són crucials.
3. **\*\*Afecta la rendibilitat\*\***: Reduir marges de manera generalitzada compromet la capacitat de l'empresa per invertir en innovació, servei al client i qualitat, aspectes que realment generen fidelitat.
4. **\*\*Atrau clients sensibles al preu\*\***: Aquest tipus de clients solen tenir menor lleialtat i canviaran fàcilment a una altra empresa que ofereixi preus encara més baixos.
5. **\*\*No construeix vincles emocionals\*\***: La fidelitat basada únicament en el preu és fràgil, ja que no crea connexions duradores amb la marca.
6. **\*\*Ignora altres factors de valor\*\***: Molts clients valoren aspectes com ara la qualitat del servei, l'atenció personalitzada, la rapidesa de resposta o l'experiència d'usuari per sobre del preu.



## Cas pràctic de simulació

7. **\*\*És insostenible a llarg termini\*\***: Mantenir preus artificialment baixos pot portar a l'empresa a problemes financers que acabaran afectant la qualitat del servei.

8. **\*\*No diferencia l'empresa\*\***: Competir principalment per preu converteix el producte/servei en una commodity, eliminant qualsevol avantatge competitiu sostenible.

Una estratègia de fidelització efectiva hauria de:

- Centrar-se a oferir un valor superior que justifiqui el preu
- Destacar els aspectes diferencials de l'empresa davant de competidors més barats
- Desenvolupar serveis complementaris que augmentin el valor percebut
- Crear experiències memorables que generin vincles emocionals
- Implementar programes de fidelització que recompensin comportaments desitjats, no només el volum de compra

Al sector d'equips informàtics i serveis tècnics, aspectes com la fiabilitat, el servei postvenda, la rapidesa de resposta i la personalització són molt més efectius per fidelitzar clients que simplement oferir el preu més baix del mercat.

### ### Activitat 13

Raons que justifiquen la importància de la fidelització de clients:

1. **\*\*Major rendibilitat\*\***: Segons estudis, adquirir un nou client costa entre 5 i 25 vegades més que retenir-ne un existent. Els clients fidels generen més marges de benefici perquè ja coneixen els productes i requereixen menys esforç comercial.
2. **\*\*Vendes recurrents i predictibles\*\***: Els clients fidels realitzen compres repetides, cosa que proporciona un flux d'ingressos més estable i predictable, facilitant la planificació financera i operativa de l'empresa.
3. **\*\*Major valor del cicle de vida del client\*\***: Un client fidel genera ingressos durant un període més llarg, augmentant el seu valor total per a l'empresa



## Cas pràctic de simulació

(Customer Lifetime Value). Al sector informàtic, això és especialment rellevant per les actualitzacions periòdiques d'equips.

4. **\*\*Menor sensibilitat al preu\*\***: Els clients fidels solen estar disposats a pagar un preu premium per productes i serveis d'una marca en què confien, cosa que permet mantenir marges més saludables.

5. **\*\*Vendes creuades i complementàries\*\***: Els clients que confien a l'empresa són més receptius a adquirir productes o serveis addicionals, augmentant el tiquet mitjà i diversificant la relació comercial.

6. **\*\*Reducció de costos de servei\*\***: Els clients habituals coneixen millor els productes i serveis, generen menys consultes bàsiques i són més eficients en les interaccions amb l'empresa.

7. **\*\*Màrqueting boca a boca positiu\*\***: Els clients fidels es converteixen en ambaixadors de la marca, recomanant-la a amics, familiars i col·legues, cosa que genera nous clients amb un cost d'adquisició mínim.

8. **\*\*Feedback valuós per a la millora\*\***: Els clients lleials solen proporcionar opinions i suggeriments més constructius i detallats, ajudant a millorar productes i serveis.

9. **\*\*Barrera davant de la competència\*\***: Una base sòlida de clients fidels dificulta l'entrada o expansió de competidors al mercat.

10. **\*\*Resistència en temps de crisi\*\***: Durant períodes econòmics difícils, els clients fidels són els últims a abandonar la marca, proporcionant estabilitat quan més es necessita.

11. **\*\*Avantatge competitiu sostenible\*\***: Mentre que productes, tecnologies i preus poden ser imitats, les relacions sòlides amb els clients són difícils de replicar per la competència.

12. **\*\*Valor empresarial augmentat\*\***: Una cartera de clients fidels incrementa el valor de l'empresa davant de possibles inversors o en processos de venda o fusió.



## Cas pràctic de simulació

En el cas específic d'INFOTEC, la fidelització és crucial perquè permet amortitzar la inversió en coneixement tècnic especialitzat i perquè el sector tecnològic requereix relacions de confiança degut a la complexitat dels productes i serveis oferts.

### ### Activitat 14

Raons que justifiquen la utilitat de les eines de fidelització i idees per implementar-les:

**\*\*Raons que justifiquen la utilitat de les eines de fidelització\*\*:**

1. **\*\*Sistematització del procés\*\***: Les eines de fidelització permeten convertir accions aïllades en un sistema coherent i mesurable de retenció de clients.
2. **\*\*Personalització a escala\*\***: Faciliten oferir experiències personalitzades a un gran nombre de clients, cosa impossible de gestionar manualment.
3. **\*\*Mediació de resultats\*\***: Proporcionen mètriques clares sobre l'efectivitat de les estratègies de fidelització, permetent ajustaments basats en dades.
4. **\*\*Automatització de processos\*\***: Redueixen la càrrega operativa en automatitzar comunicacions, seguiments i recompenses segons el comportament del client.
5. **\*\*Identificació de patrons\*\***: Ajuden a detectar comportaments que indiquen risc d'abandó o oportunitats de venda addicional.
6. **\*\*Coherència en l'experiència del client\*\***: Garanteixen que tots els clients rebin un tracte consistent independentment del canal o empleat que els atengui.
7. **\*\*Creació de barreres de sortida positives\*\***: Generen beneficis que el client perdria si canviés de proveïdor, sense sentir-se "atrapat".

**\*\*Idees per implementar eines de fidelització a INFOTEC\*\*:**



## Cas pràctic de simulació

### 1. \*\*Programa de punts tecnològics\*\*:

- Implementar un sistema on els clients acumulin punts per compres, reparacions i recomanacions.
- Crear una aplicació mòbil per consultar punts, ofertes personalitzades i estat de serveis.
- Establir nivells de fidelitat (Bàsic, Avançat, Premium, Expert) amb beneficis creixents.
- Permetre bescanviar punts per accessoris, hores de suport tècnic o descomptes en properes compres.

### 2. \*\*Pla de manteniment preventiu personalitzat\*\*:

- Desenvolupar un programari que analitzi l'ús dels equips de cada client.
- Programar revisions automàtiques remotes segons el perfil d'ús.
- Enviar alertes personalitzades sobre actualitzacions recomanades.
- Oferir informes periòdics sobre l'estat dels equips amb recomanacions específiques.

### 3. \*\*Comunitat INFOTEC\*\*:

- Crear un fòrum online exclusiu per a clients on puguin compartir experiències.
- Organitzar webinars mensuals sobre temes tecnològics d'interès.
- Implementar un sistema de reconeixement per a membres actius de la comunitat.
- Desenvolupar una secció de tutorials i consells personalitzats segons els productes adquirits.

### 4. \*\*Sistema de feedback continu\*\*:

- Implementar enquestes breus després de cada interacció (compra, reparació, consulta).
- Desenvolupar un tauler de control on cada client pugui veure el seu historial complet.
- Crear un sistema d'alertes per a l'equip comercial quan es detectin patrons d'insatisfacció.



## Cas pràctic de simulació

- Establir un protocol de contacte proactiu basat en l'anàlisi predictiva d'abandonament.

Aquestes eines haurien d'integrar-se amb el CRM esmentat anteriorment per maximitzar-ne l'efectivitat i proporcionar una visió unificada de cada client a través de tots els punts de contacte amb l'empresa.



## ## TEST DE REPÀS

1. c) Conjunt d'activitats que realitza l'empresa per satisfer les necessitats dels clients.
2. a) Conjunt d'activitats que realitza l'empresa per satisfer les necessitats dels clients.
3. c) Conjunt d'activitats que realitza l'empresa per satisfer les necessitats dels clients.
4. a) Conjunt d'activitats que realitza l'empresa per satisfer les necessitats dels clients.
5. b) Conjunt d'activitats que realitza l'empresa per satisfer les necessitats dels clients.
6. c) Conjunt d'activitats que realitza l'empresa per satisfer les necessitats dels clients.
7. a) Conjunt d'activitats que realitza l'empresa per satisfer les necessitats dels clients.
8. b) Conjunt d'activitats que realitza l'empresa per satisfer les necessitats dels clients.
9. c) Conjunt d'activitats que realitza l'empresa per satisfer les necessitats dels clients.
10. a) Conjunt d'activitats que realitza l'empresa per satisfer les necessitats dels clients.