

Foco en el Cliente - Modelo SIGO (Sistema Integrado de Gestión Organizacional)



En la actualidad, satisfacer las necesidades del cliente no es suficiente, es necesario exceder sus expectativas, deleitarlos, e incluso asombrarlos. Con este objetivo en mente es que una empresa enfocada en el cliente, busca alinear todas sus fuerzas y acciones para el logro de este objetivo.

CESA MS, cree fundamentalmente, que una empresa centrada en el cliente, se encuentra en la dirección correcta. Para eficientizar el desarrollo y crecimiento de la misma, también es necesario concientizar a todas las áreas de la organización, sobre la importancia y la visualización de este objetivo, y cómo cada persona aporta valor para lograrlo.

Una empresa focalizada en sus clientes, teniendo en mente exceder las expectativas de los mismos, logra entre otros, algunos de los siguientes resultados:

- Mayor retención y aumento de la fidelización de los clientes.
- Mejor diseño de los procesos internos.
- Filosofía de mejora y desarrollo continuo.
- Mayor eficiencia en la ejecución de los procesos.
- Mayor compromiso de todas las personas en la empresa y de terceros relacionados.
- Mejora en la Imagen de la empresa.
- Mejor relación con los clientes y fortalecimiento de la confianza en el largo plazo.



- Mayor coherencia y consistencia interna y externa en las acciones y políticas, tanto a nivel de marketing, publicidad, comunicación organizacional interna y externa, como en las políticas de gestión de personas.
- Generación de un clima de innovación y contribución continuo en el largo plazo.
- Consistencia interna en las políticas estratégicas y en la toma de decisiones gerenciales.
- Flexibilidad y sustento en la implementación de nuevas estrategias.
- Generación natural y sólida de respeto, preocupación y voluntad de contribución para con los clientes.
- Generación en toda la empresa de un motor que impulsa la motivación diaria.
- Focalización en el negocio, implementación natural de cambios en las acciones y estrategias.
- Desarrollo de todas las capacidades y habilidades de la empresa, a partir de la especialización de las personas en el desempeño de sus responsabilidades.
- Creación de un clima de desarrollo continuo de las personas, y por consiguiente una profesionalización indiscutible de todo el equipo de trabajo a todos los niveles de la empresa.
- Desarrollo de un sentido y guía interno, que cruza toda la organización, y a las personas en cada decisión.
- Relacionamiento con los clientes basados en el asesoramiento y en la confianza, a partir de evidenciar la preocupación y ocupación por sus necesidades y el cumplimiento de las mismas.
- Intercambio productivo y virtuoso, donde el cliente se transforma en aliado y co-partícipe en la implantación de los nuevos servicios.



Para el logro de estos objetivos es imprescindible conocer, los siguientes aspectos:

- ¿Cuales son los atributos valorados por los clientes?
- ¿Que características son las atractivas para los clientes?
- ¿Como operativamente desean los servicios los clientes?
- ¿Cuales son los términos y condiciones que los clientes están dispuestos a aceptar?
- ¿Que prestaciones adicionales deben acompañar al servicio para los clientes?

Las necesidades, deseos y expectativas de los clientes, son cambiantes y dinámicas, ya sea por su evolución natural, porque la competencia del sector brinda nuevos servicios, o porque en otros sectores brindan servicios que provocan a nuestros potenciales y actuales clientes; por lo cual, es necesario crear un continuo, progresivo, acumulable y adaptable modelo integrado de gestión, cuyas acciones, políticas y estrategias sean coherente y logren alinearse con este objetivo.

Para la concreción real, eficiente y profesional de esta filosofía de trabajo, es necesario implantar un sistema integral que permita a todos los niveles de la empresa y a los tomadores de decisiones, obtener información continua, oportuna y sintéticamente, para:

- Saber que decisiones debemos tomar.
- Saber donde obtener los datos.
- Saber como recopilar y analizar los datos.
- Saber procesar los datos para transformarlos en información útil.
- Saber como presentarlos y exponerlos a las personas correctas y a los tomadores de decisiones.
- Saber cual es el ideal y correcto tiempo para su presentación.



CESA MS, implementa un conjunto de herramientas de medición que posibilitan brindar un visión real y oportuna a la empresa, sobre la percepción de los clientes, potenciales clientes, entre otros actores, para sustentar los conceptos desarrollados. A continuación exponemos algunas herramientas posibles a utilizar:

1. **Sondeos Transaccionales:** se implementa un cuestionario luego que el cliente ha experimentado la compra del servicio.
2. **Sondeos entre Clientes Nuevos, Clientes en declive y ex-Clientes:** saber por que han seleccionado a la empresa, saber porque están desconformes, y saber que los motivo a no ser más clientes.
3. **Sesiones de Focus Group:** se analiza con grupos de personas, aspectos específicos de los productos y servicios conexos; es posible realizarlo con distintos participantes, clientes, clientes de la competencia, trabajadores de la empresa, etc.
4. **Paneles de Clientes:** selección y organización de un grupo de clientes, para obtener su retroalimentación periódica, en reuniones, por teléfono, Internet o correo. También es posible realizarlo con trabajadores.
5. **Revisiones de la Relación:** reuniones con clientes seleccionados individualmente, en donde se analizan todos los aspectos del vínculo con la empresa (relación, prestación principal, servicios adicionales, satisfacción, percepción integral de la confianza, imagen e innovación); también es posible incluir a tomadores de decisiones internos.
6. **Quejas y Reclamos:** se implementa un sistema de recepción de opiniones sobre quejas, reclamos, y sugerencias por parte de los clientes.
7. **Informes de Campo del Personal:** se genera un proceso para categorizar, organizar, analizar y sintetizar la información recibida de la personas en la empresa en contacto con los clientes.
8. **Sondeos entre las Personas de la Empresa:** se realiza una evaluación de la percepción que poseen las personas en la organización en la prestación y satisfacción a los clientes.
9. **Sistema de Indicadores:** se implementa un sistema de indicadores integrales que brinden información sobre los procesos críticos en el relacionamiento con los clientes.



CESA MS, reafirma su visión global de la empresa en el mercado, y mediante un modelo integrado de gestión implementa los servicios, y en total colaboración con la empresa, para lo cual, lleva adelante el desarrollo de esta filosofía y modelo, teniendo siempre como objetivos guía, los siguientes aspectos:

- Alineamiento de los valores empresariales para el desarrollo de una empresa focalizada en el cliente.
- Colaboración en la Planificación Estratégica con el nivel gerencial, para el diseño y la implementación operativa.
- Desarrollo Gerencial para implantar la filosofía y el profundo significado de una empresa centrada en el cliente.
- Análisis y Rediseño de la estructura organizacional, con el fin que la misma, soporte eficientemente la implementación de esta nueva metodología de trabajo.
- Revisión, creación y rediseño de los procesos internos de trabajo para el eficiente funcionamiento de las nuevas responsabilidades.
- Colaboración en el diseño de políticas y acciones de integración, divulgación, comunicación entre todas las áreas de la empresa, para la implementación y consolidación del nuevo modelo de gestión.
- Implementación de actividades de taller, brainstorming, evaluación, entre otros, para impulsar la participación de todos los niveles y todas las personas en la empresa.
- Revisión y diseño de las políticas de Gestión de Personas y de las acciones del área, como ser políticas de beneficios, sistemas de evaluación de desempeño, desarrollo de carrera, procesos de selección e inducción, entre otros, para alinearlos consistentemente a esta nueva filosofía de gestión empresarial, de forma que impulsen y apalanquen la misma.
- Diseño e implementación de planes de capacitación alineados a cubrir las capacidades y habilidades necesarias, a nivel operativo, comercial, de gerencia media, dirección y demás áreas de la organización.

