



7^a Edición del certamen
Líderes en Servicio

El impulso para tu
servicio de atención al
cliente



METODOLOGÍA

La Metodología se basa en **200 tests de Mystery Shopper** y **2.000 encuestas de satisfacción** y es llevada a cabo por nuestros partners metodológicos **eAlicia** y **TNS** respectivamente.

eAlicia®

eAlicia es una plataforma para la medición, evaluación y gestión de calidad de atención al cliente que además cuenta con mystery shoppers formados, especialistas en el certamen.

TNS

La mayor agencia de investigación de mercados y opinión Ad-Hoc del mundo, se encarga de realizar 2000 encuestas de satisfacción por categoría participante.



METODOLOGÍA

En base a los criterios evaluados en cada canal, se obtiene una puntuación global entre 0 y 36 dependiendo del número de criterios evaluados.

Para cada criterio, la puntuación será la siguiente:

- 0** *respuesta incorrecta o falsa (falsa o inexistente)*
- 1** *respuesta correcta pero parcial o incompleta (parcial)*
- 2** *respuesta correcta y completa (buena).*

A excepción de “La Calidad de la Respuesta” en la que los puntos atribuidos son dobles.

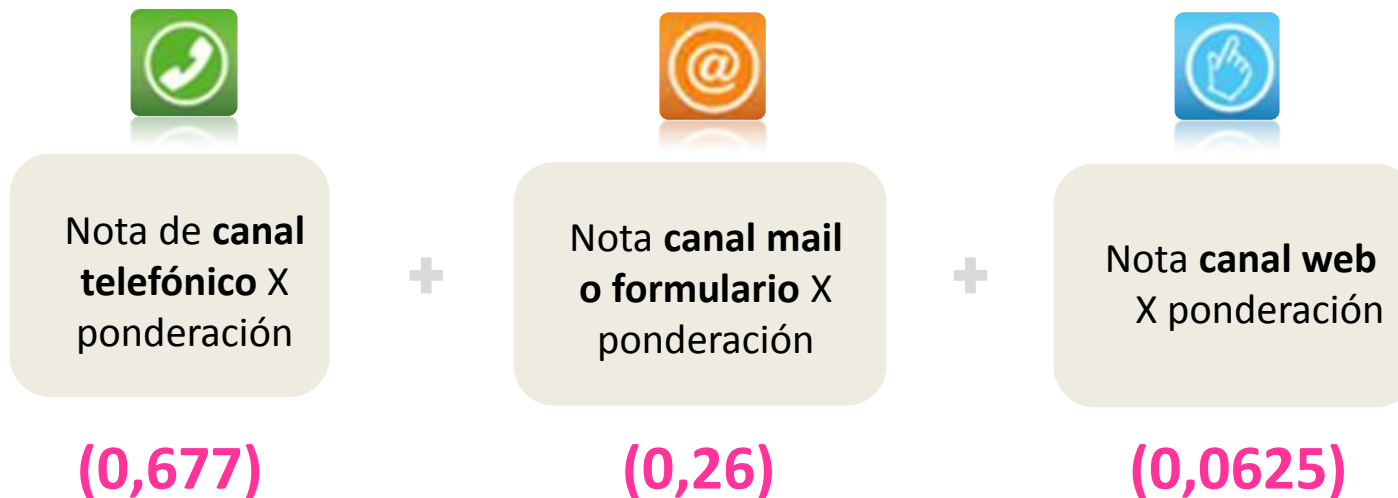
- 0** *respuesta incorrecta o falsa (falsa o inexistente)*
- 2** *respuesta correcta pero parcial o incompleta (parcial)*
- 4** *respuesta correcta y completa (buena).*

Posteriormente la puntuación obtenida se transforma en una escala de 0 a 10 (redondeando a la centésima más cercana), para obtener una nota comparable en los canales de atención al cliente analizados.

METODOLOGÍA

Índice de Calidad Global

El peso de cada canal es proporcional al número de test realizados para ese canal:



METODOLOGÍA

Encuestas de satisfacción

- **2.000** encuestas de satisfacción a personas representativas de la población española (clientes reales o potenciales)
- 2 preguntas filtro para determinar si son clientes reales o potenciales + 3 preguntas que evalúan la **satisfacción global, recomendación, utilidad de la información, amabilidad y valoración global**.
- La nota de las encuestas permite obtener un coeficiente multiplicador que influye en hasta un 20% la nota final de mystery shopper siguiendo la tabla que se presenta:

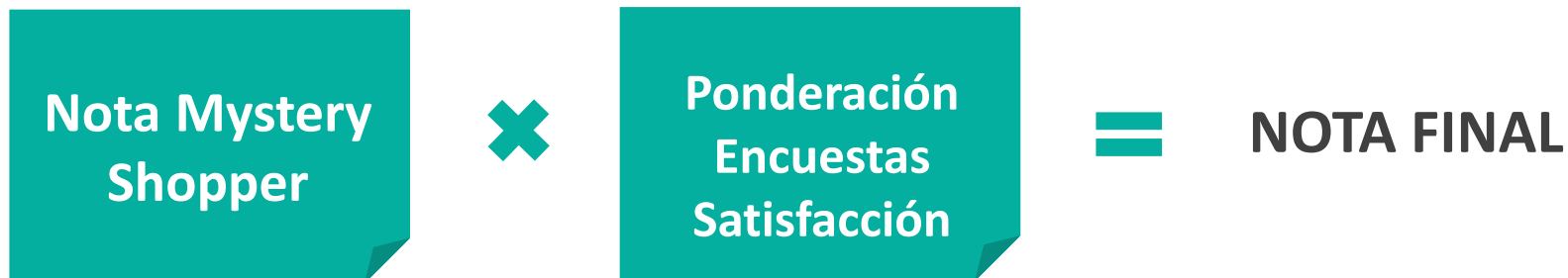
NOTA ENCUESTA SATISFACCIÓN	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
COEF. PONDERACIÓN*	0.8	0.85	0.9	0.95	1	1	1	1.05	1.1	1.15	1.2

* Escala continua: 1 décima = 0.005 puntos

METODOLOGÍA

Obtención de la nota final

La empresa que obtenga la nota más elevada, siempre que se supere el 6, será la ganadora en la categoría.



Análisis de resultados

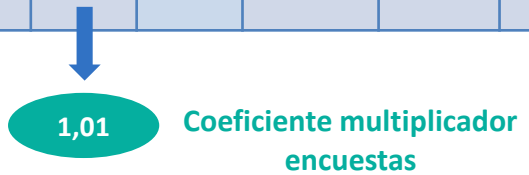


RESULTADOS



NOTA ENCUESTA SATISFACCIÓN	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
COEF. PONDERACIÓN*	0.8	0.85	0.9	0.95	1	1	1	1.05	1.1	1.15	1.2

* Escala continua: 1 décima = 0.005 puntos



Nota Mystery Shopper
9,19
×
Ponderación Nota Encuestas Satisfacción
1,01
=
NOTA FINAL
9,29

Resultados Mystery

A continuación se muestran los resultados obtenidos por xxxx en el mystery shopper en comparación con su categoría y el total del certamen.



Resultados Mystery

Analizando los resultados de cada canal, y teniendo en cuenta las valoraciones establecidas, a continuación se muestran los resultados obtenidos de xxx

Nota xxxx

9,19

Detalle por Canal:



Telefónico

8,89



Email / formulario























9,85



Navegación web

9,83

Canal telefónico

Mystery Telefónico								
 por encima o igual que el total del certamen  Inferior al total del certamen	XXX				XXX		Total Global	
	Nº tests	Nota de la empresa	% resultados	Posición respecto al global	Nota actividad	% resultados	Nota del certamen	% resultados
Grupo: Gestión de la disponibilidad	89,37%				93,83%		87,71%	
(C9) Tiempo de Respuesta	130	1,74	86,92%		1,85	92,31%	1,80	89,85%
(C10) Hablar con un Asesor/Agente	45	1,71	85,56%		1,89	94,48%	1,77	88,52%
(C11) Acceder al Servicio que desea	45	2,00	100,00%		2,00	100,00%	1,73	86,34%
(C13) Llamada en Espera	1	2,00	100,00%		2,00	100,00%	1,24	62,21%
Grupo: Relacional	87,70%				61,79%		70,36%	
(C1) Toma de contacto	113	2,00	100,00%		1,40	70,08%	1,83	91,29%
(C2) Identificación	47	2,00	100,00%		0,55	27,59%	1,92	96,01%
(C3) Saber Decir	113	2,00	100,00%		2,00	100,00%	1,99	99,72%
(C4) Reformulación	113	1,33	66,37%		0,64	31,80%	0,34	17,24%
(C5) Transferencia de la llamada	1	2,00	100,00%		2,00	100,00%	0,55	27,44%
(C6) Saber Orientar	1	2,00	100,00%		2,00	100,00%	1,82	90,94%
(C7) Saber escuchar/ Escucha Activa	113	1,95	97,35%		1,97	98,73%	1,92	96,15%
(C8) Despedida	113	1,39	69,47%		0,67	33,33%	0,54	27,10%
Grupo: Calidad de la Respuesta	86,92%				91,92%		87,54%	
(C14) Calidad de la respuesta	130	3,48	86,92%		3,68	91,92%	3,50	87,54%
Grupo: Calidad Humana	92,39%				85,03%		90,80%	
(C15) Impresión General	130	1,73	86,54%		1,56	78,08%	1,71	85,51%
(C16) Calidad del Tono	113	1,98	99,12%		1,86	92,86%	1,93	96,69%
Total puntuación ponderada	8,89				7,51		7,95	

Canal telefónico

Conclusiones

Puntos Fuertes

Acceder al servicio que desea → **100%**

Llamada en espera → **100%**

Toma de contacto → **100%**

Identificación → **100%**

Saber decir → **100%**

Transferencia de la llamada → **100%**

Saber orientar → **100%**



















Puntos a Mejorar

Tiempo de respuesta → Se dan 17 casos de llamadas no atendidas en el plazo que establece el certamen.

Reformulación → En muchos casos el asesor no reformula la problemática.

Despedida → El asesor no se despide con el nombre del cliente ni pregunta si necesita algo más en algunos casos.

Canal mail/formulario

Mystery Email/formulario								
 por encima o igual que el total del certamen  inferior al total del certamen	XXX				XXX		Total Global	
	Nº tests	Nota de la empresa	% resultados	Posición respecto al global	Nota actividad	% resultados	Nota del certamen	% resultados
Grupo: Calidad de Respuesta, Humana y Técnica	96,31%				86,76%		82,40%	
(C9) Tiempo de Respuesta	50	1,88	94,00%		1,71	85,50%	1,51	75,28%
(C11) Calidad de la Respuesta	50	3,76	94,00%		2,92	73,00%	3,04	76,09%
(C12) Impresión General	50	1,88	94,00%		1,59	79,50%	1,51	75,65%
(C13) Tono Empleado	47	2,00	100,00%		1,99	99,42%	1,99	99,58%
(C14) Legibilidad	47	2,00	100,00%		2,00	100,00%	1,97	98,52%
Grupo: Relacional	100,00%				64,53%		75,70%	
(C1) Remitente	47	2,00	100,00%		1,09	54,65%	1,85	92,39%
(C2) Asunto	47	2,00	100,00%		1,77	88,37%	1,94	97,10%
(C3) Personalización	47	2,00	100,00%		1,09	54,65%	1,32	66,15%
(C4) Redacción	47	2,00	100,00%		1,09	54,65%	1,43	71,44%
(C5) Contexto	47	2,00	100,00%		1,09	54,65%	0,82	40,81%
(C6) Despedida en tono y forma adecuado	47	2,00	100,00%		2,00	100,00%	1,77	88,33%
(C7) Identificación	47	2,00	100,00%		1,09	54,65%	1,54	77,05%
(C8) Seguimiento de la Relación	47	2,00	100,00%		1,09	54,65%	1,45	72,34%
Total puntuación ponderada	9,85				7,36		7,91	

Canal mail/formulario

Conclusiones

Puntos Fuertes

Tono empleado → 100%

Legibilidad → 100%

Remitente → 100%

Asunto → 100%

Personalización → 100%

Redacción → 100%

Contexto → 100%

Identificación → 100%

Despedida en tono y forma adecuado → 100%

Seguimiento de la relación → 100%



















Puntos a Mejorar

Calidad de la respuesta → Hay 3 mails sin contestar en el plazo que determina el certamen (hasta 4 días hábiles) por lo que se consideran NO CONTESTADOS y penalizan.

Tiempo de respuesta → Los 3 mails no contestados afectan a este criterio.

Impresión general → Los 3 mails no contestados afectan a este criterio.

Canal web

Mystery WEB								
 por encima o igual que el total del certamen  inferior al total del certamen	XXX				XXX		Total Global	
	Nº tests	Nota de la empresa	% resultados	Posición respecto al global	Nota actividad	% resultados	Nota del certamen	% resultados
Grupo: Visibilidad y Accesibilidad	97,22%				97,24%		92,80%	
C1. Visibilidad	12	2,00	100,00%		2,00	100,00%	1,88	93,85%
C3. Eficacia	12	2,00	100,00%		2,00	100,00%	2,00	100,00%
C4. Retroactividad	12	2,00	100,00%		2,00	100,00%	2,00	100,00%
C5. Navegabilidad	12	2,00	100,00%		2,00	100,00%	1,94	96,92%
C6. Identificación	12	2,00	100,00%		2,00	100,00%	2,00	100,00%
C7. Forma de Respuesta	11	1,64	81,82%		1,65	82,61%	1,85	92,33%
C8. Saber Hacer	1	2,00	100,00%		2,00	100,00%	1,11	55,49%
Grupo: Calidad de la Respuesta	100,00%				100,00%		96,22%	
C11. Calidad de la Respuesta	12	4,00	100,00%		4,00	100,00%	3,70	92,53%
C9. Redacción	11	2,00	100,00%		2,00	100,00%	2,00	100,00%
Grupo: Calidad Humana	100,00%				100,00%		99,67%	
C12. Impresión General	12	2,00	100,00%		2,00	100,00%	1,99	99,67%
Grupo: Calidad Técnica	100,00%				100,00%		99,56%	
C13. Legibilidad	12	2,00	100,00%		2,00	100,00%	1,99	99,56%
Total puntuación ponderada	9,83				9,83		9,46	

Canal web

Conclusiones

Puntos Fuertes

La web tiene todos los criterios valorados con una puntuación de **100%** a excepción «formato de la respuesta»

Puntos a Mejorar

Forma de respuesta → En 2 navegaciones web, la respuesta no es concisa y aparece en más de 1 página (para una pantalla de 17 pulgadas, con una resolución de 1280 x 800 pixeles.

Canal web

Ejemplos



Pantallazos web



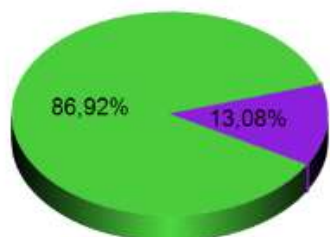
Pantallazos web

Tasa de respuesta

Tasa de Respuesta por Canal

Mystery Telefónico
Muestra 130

Mystery Telefónico

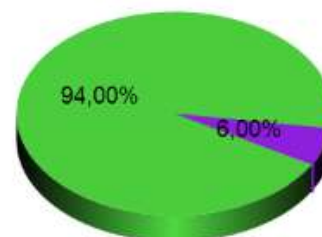


Se obtiene respuesta de **113** de **130** contactos. El **86,92%** de las llamadas es atendida en un plazo inferior a cinco tonos o a 20 segundos.

	Base
lunes	19
martes	27
miércoles	28
jueves	20
viernes	36
Horario	
9:00 a 14:00	104
14:00 a 20:00	25

Mystery Email/formulario
Muestra 50

Mystery Email/formulario

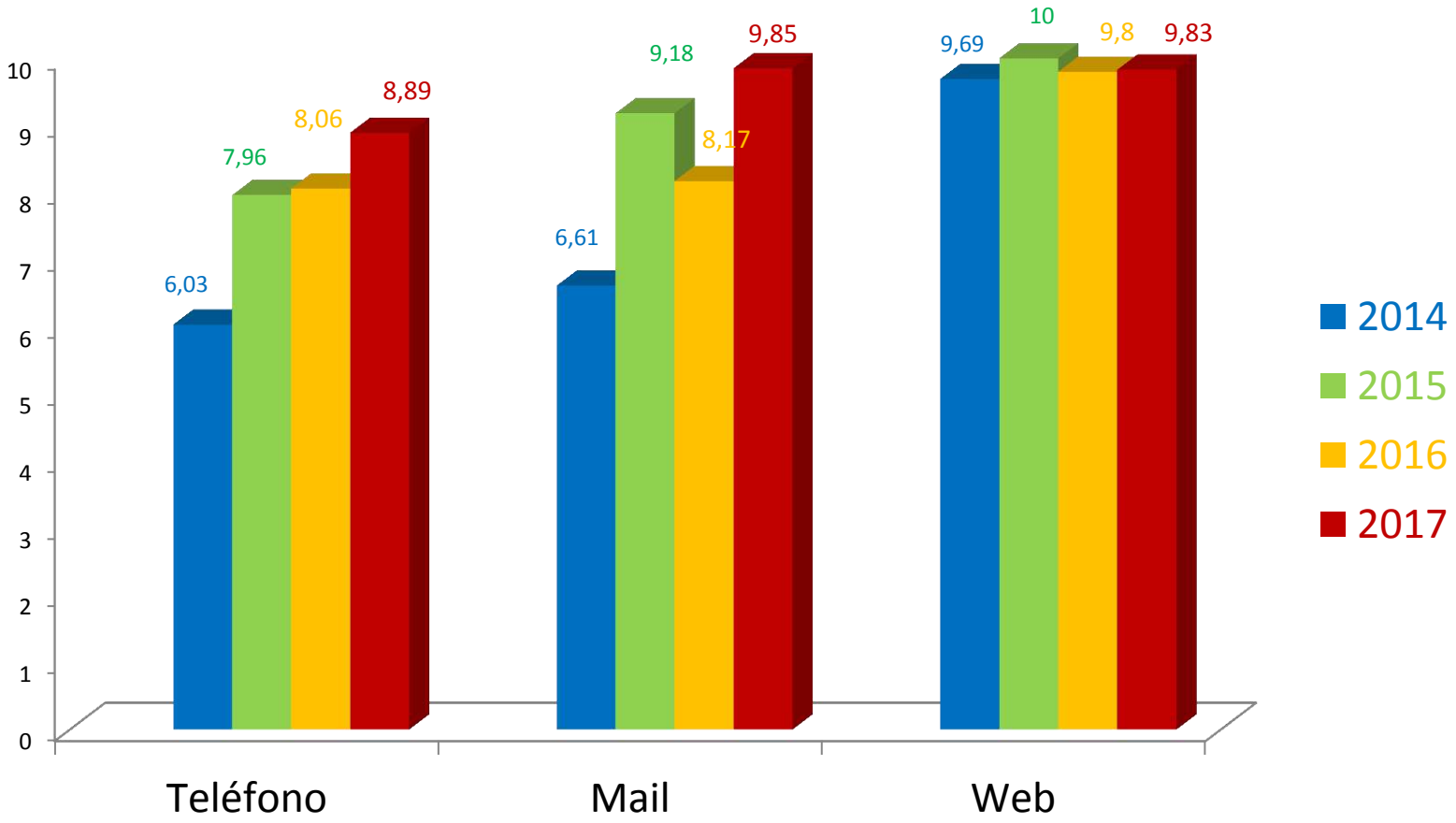


En **47** casos se ha recibido respuesta por email en el plazo indicado, antes de 1 día hábil.

	Base
lunes	14
martes	8
miércoles	9
jueves	10
viernes	8
domingo	1
Horario	
9:00 a 14:00	25
14:00 a 20:00	20

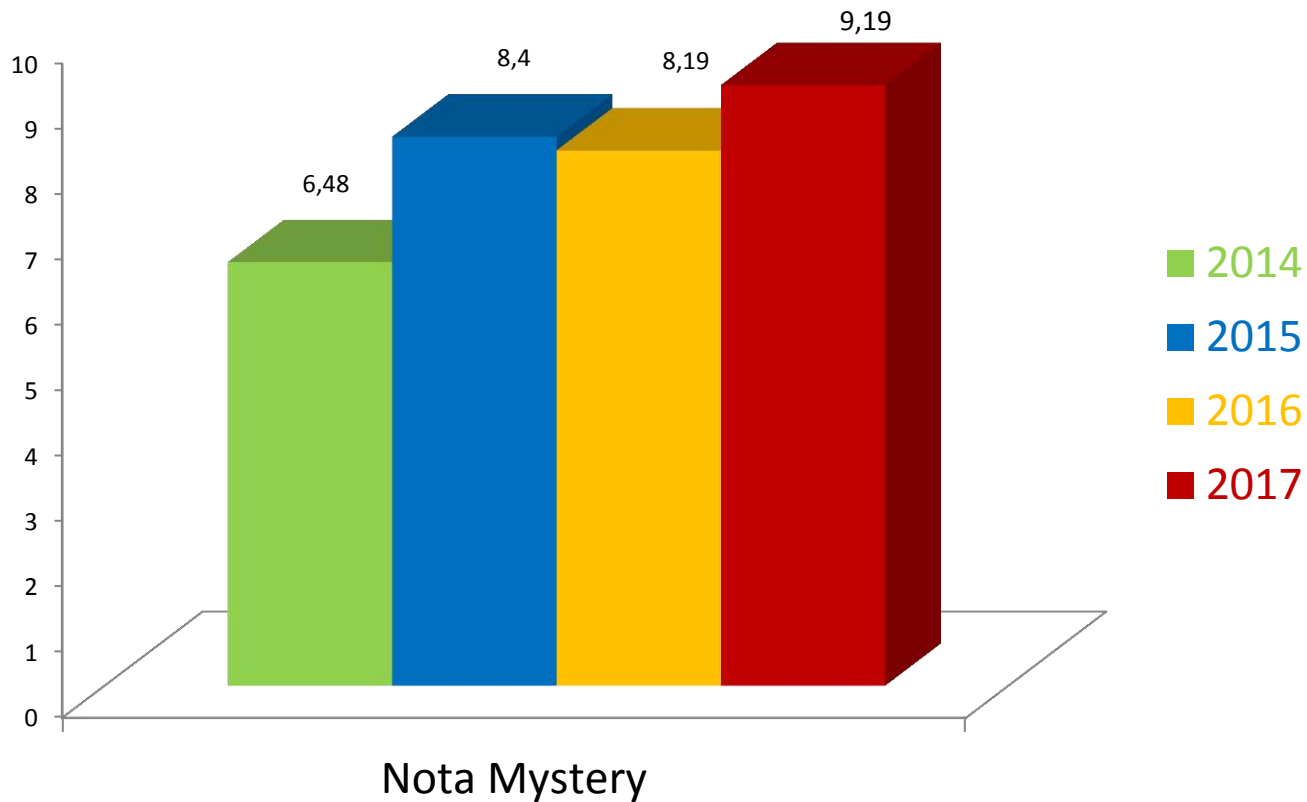
Evolución Mysteries

Gráfico comparativo de Mystery Shoppers en las ediciones 2014 -2015-2016-2017 por Canal



Evolución Mysteries

Gráfico comparativo de Mystery Shoppers en las ediciones **2014 – 2015-2016-2017**



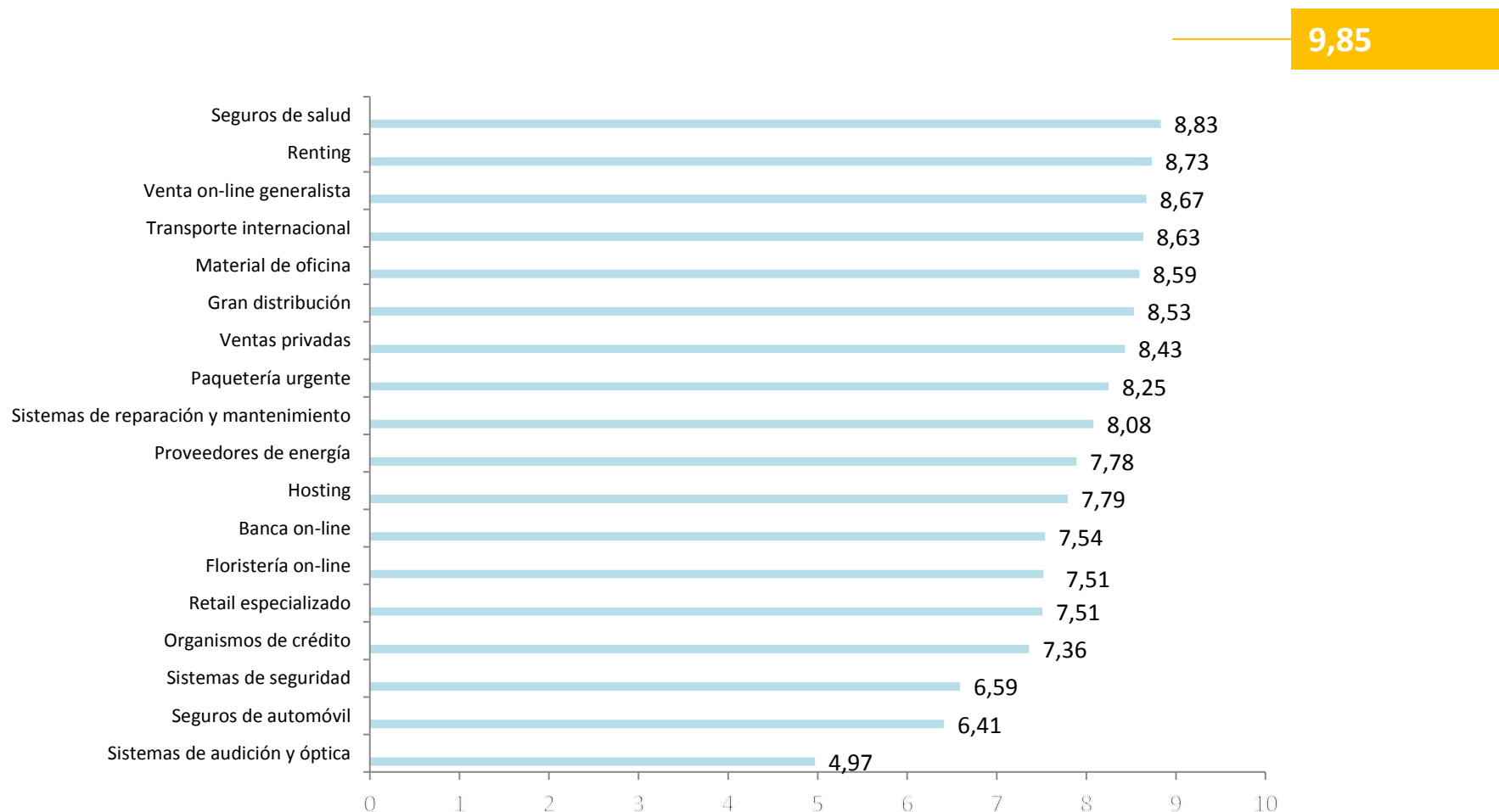
Comparativo general

Nota media del certamen por categorías → CANAL TELEFÓNICO



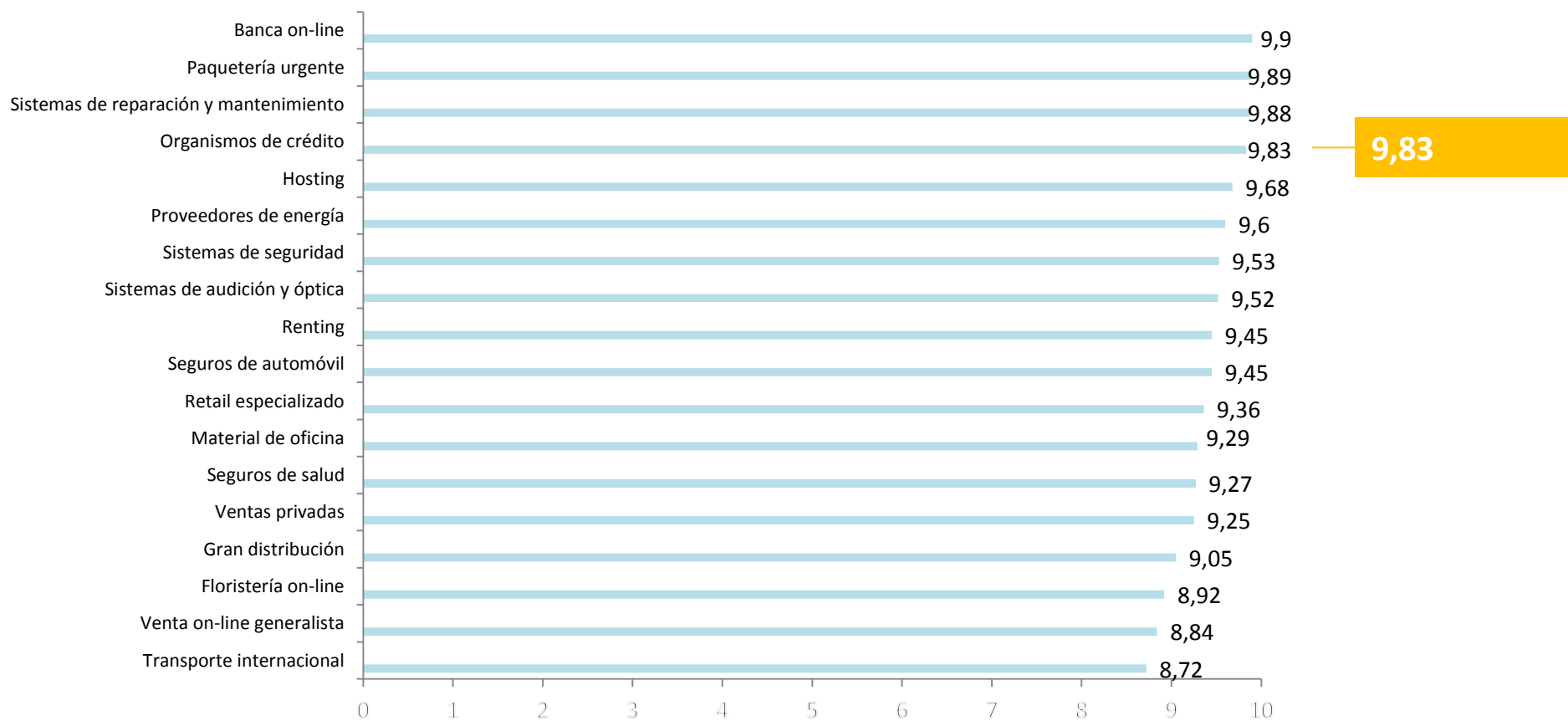
Comparativo general

Nota media del certamen por categorías → CANAL MAIL / FORMULARIO



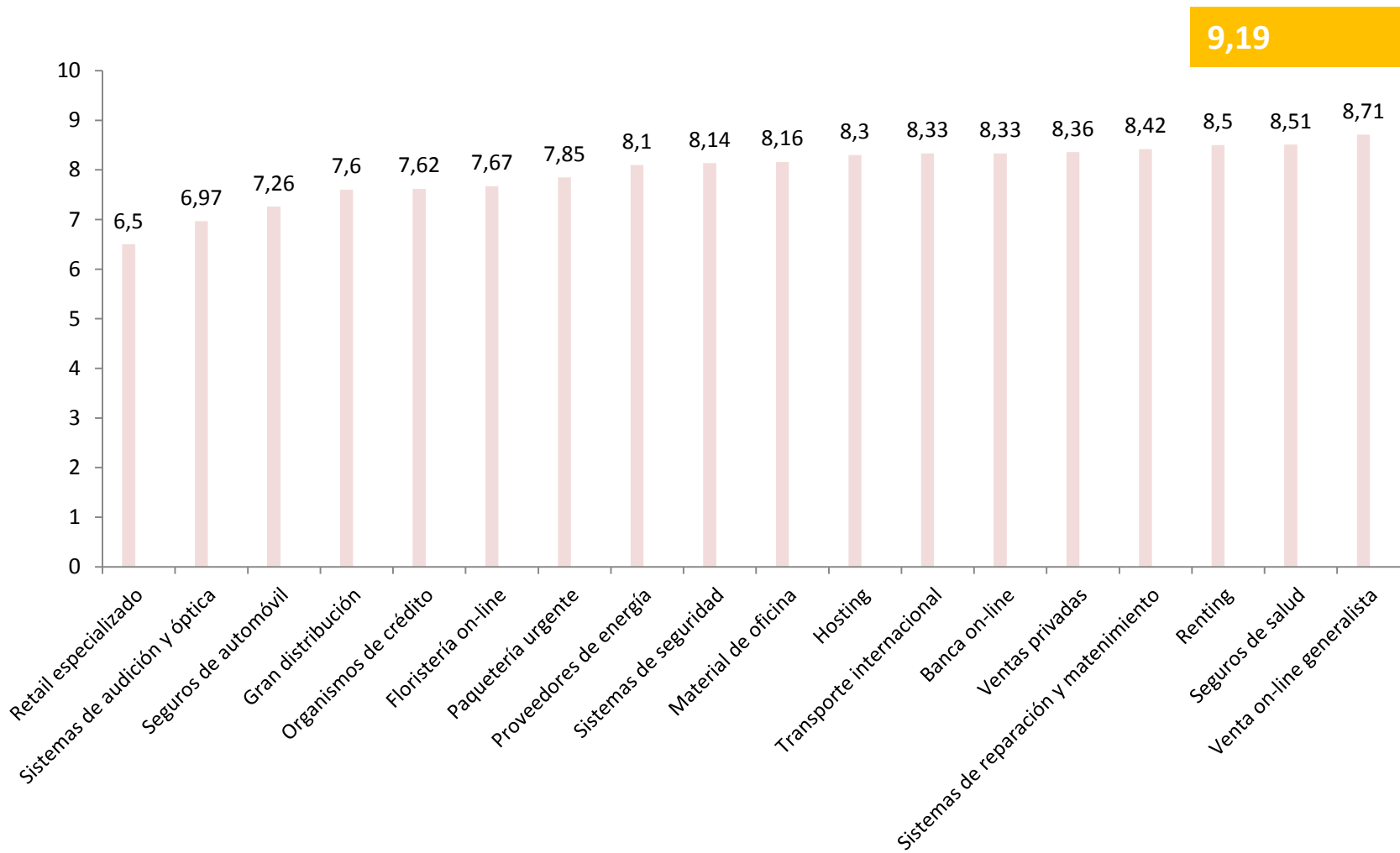
Comparativo general

Nota media del certamen por categorías → CANAL WEB



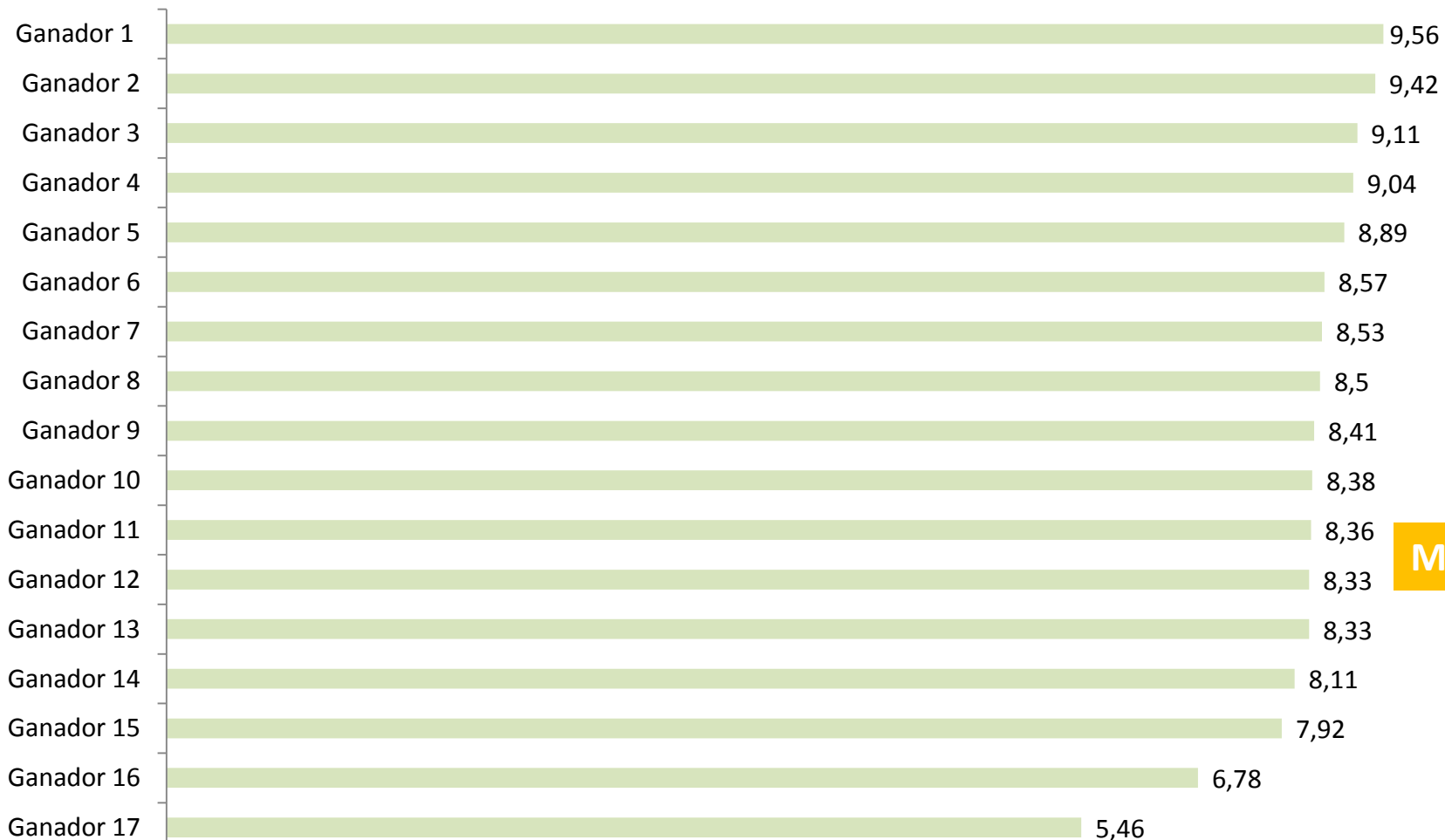
Comparativo general

Ranking general por categorías en Mystery Shoppers



Comparativo general

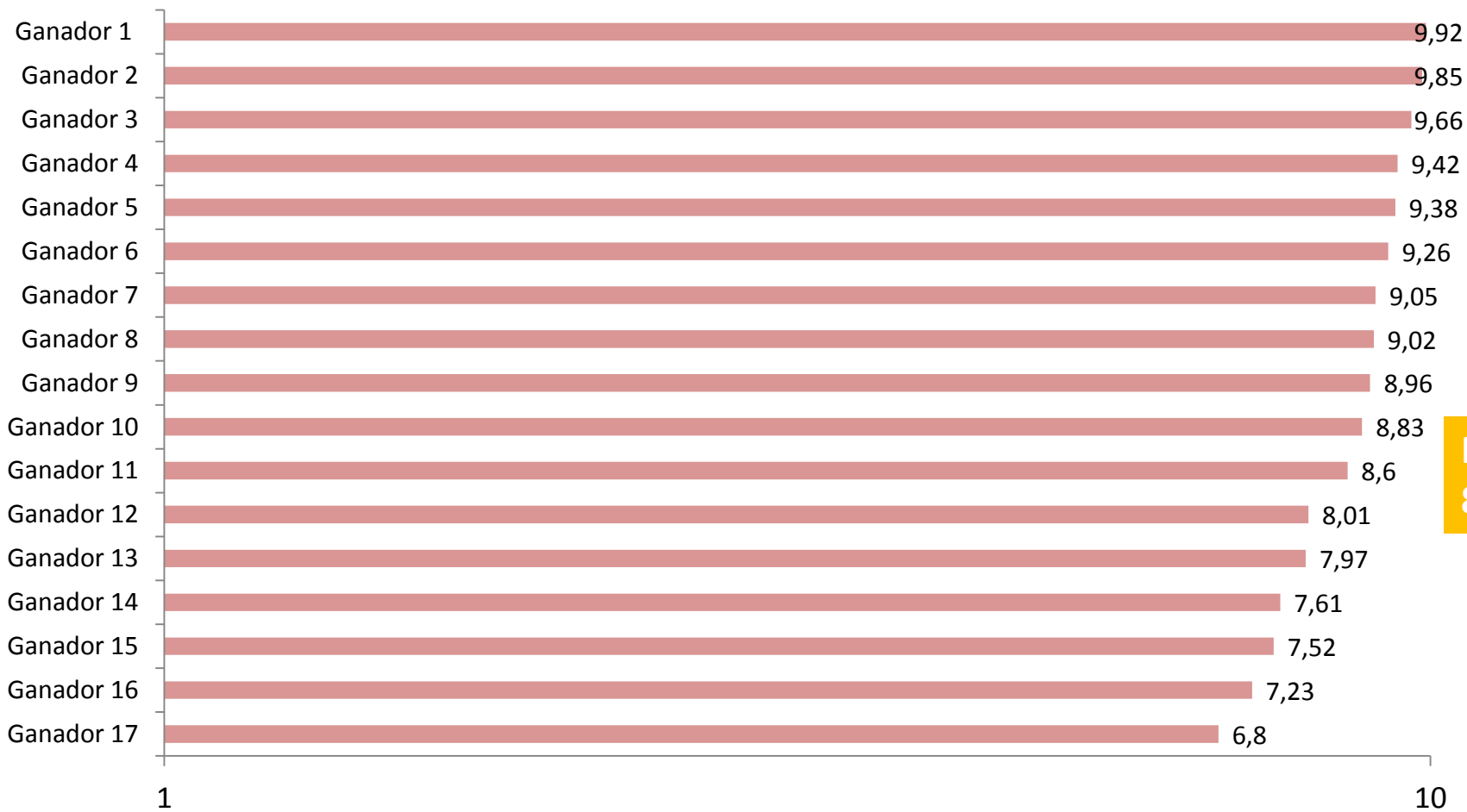
Nota de los ganadores → CANAL TELEFÓNICO



Media: 8,34

Comparativo general

Nota de los ganadores → CANAL MAIL / FORMULARIO



Comparativo general

Nota de los ganadores → CANAL WEB

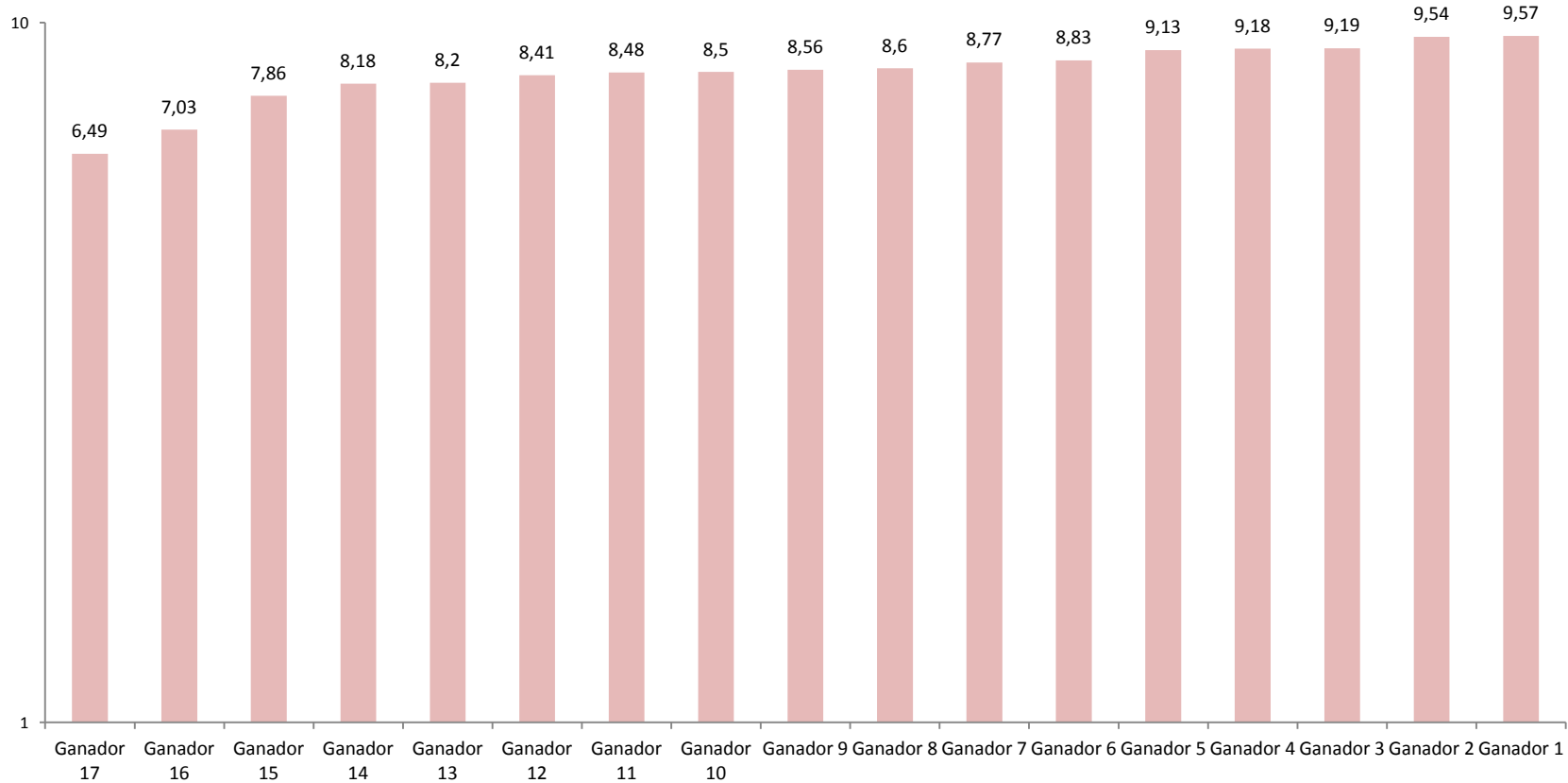


Media: 9,47

Comparativo general

Ranking general de ganadores en Mystery Shoppers

Media
8,50



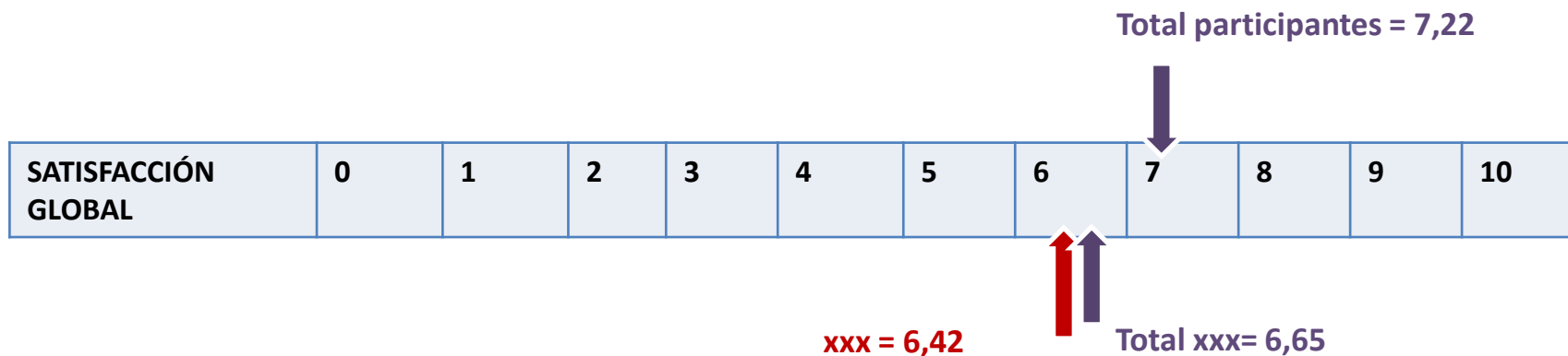
Encuestas satisfacción



Detalle por Pregunta:

1

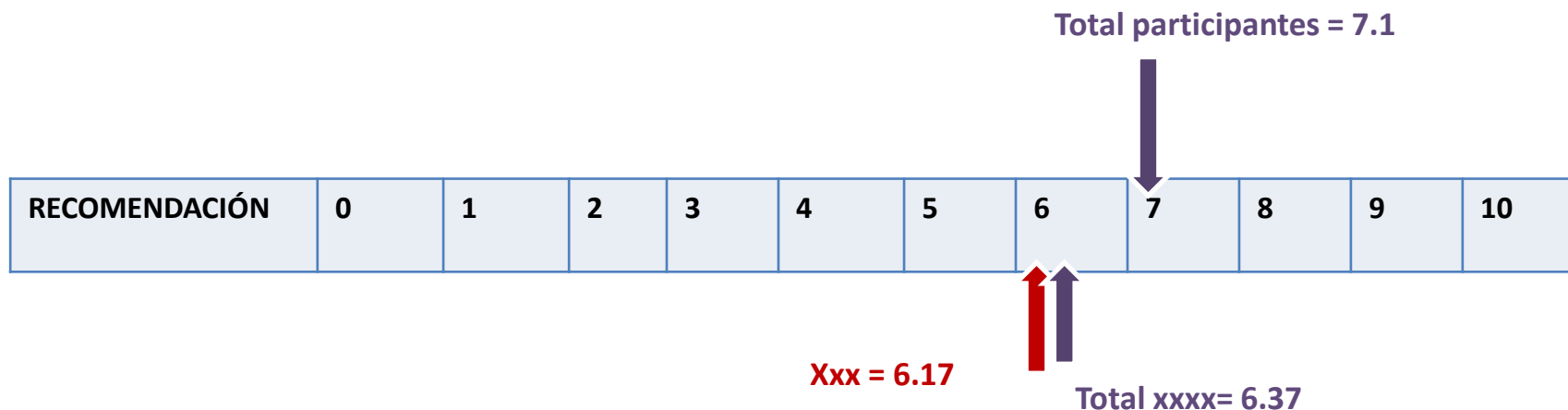
Valore de 0 a 10 su grado de **satisfacción global** con las siguientes empresas



Encuestas satisfacción

2

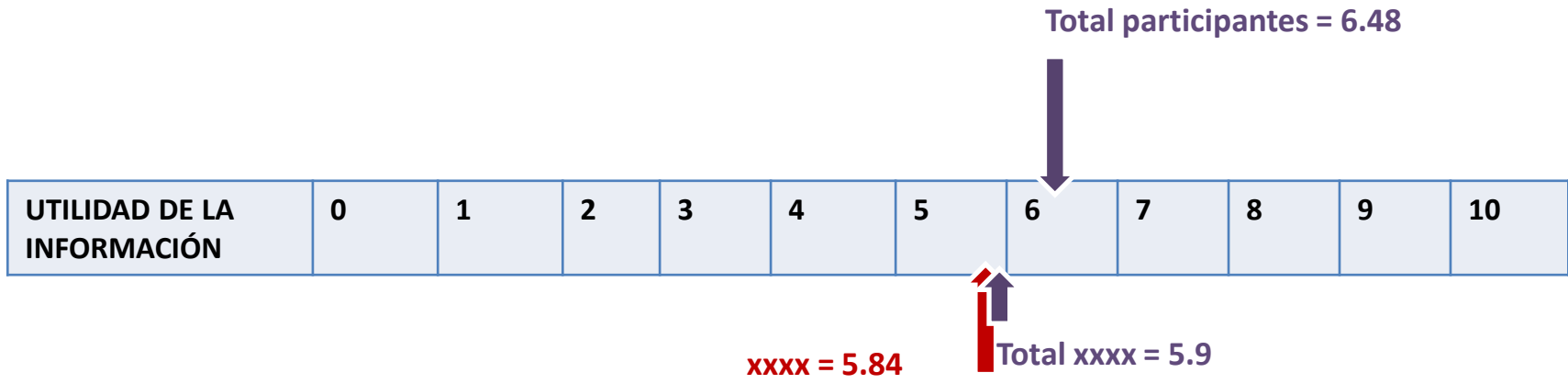
De 0 a 10, ¿hasta qué punto está usted de acuerdo con la siguiente afirmación? **Recomendaría** el servicio de esta compañía a mi familia, amigos o cualquier persona de mi entorno.



Encuestas satisfacción

3

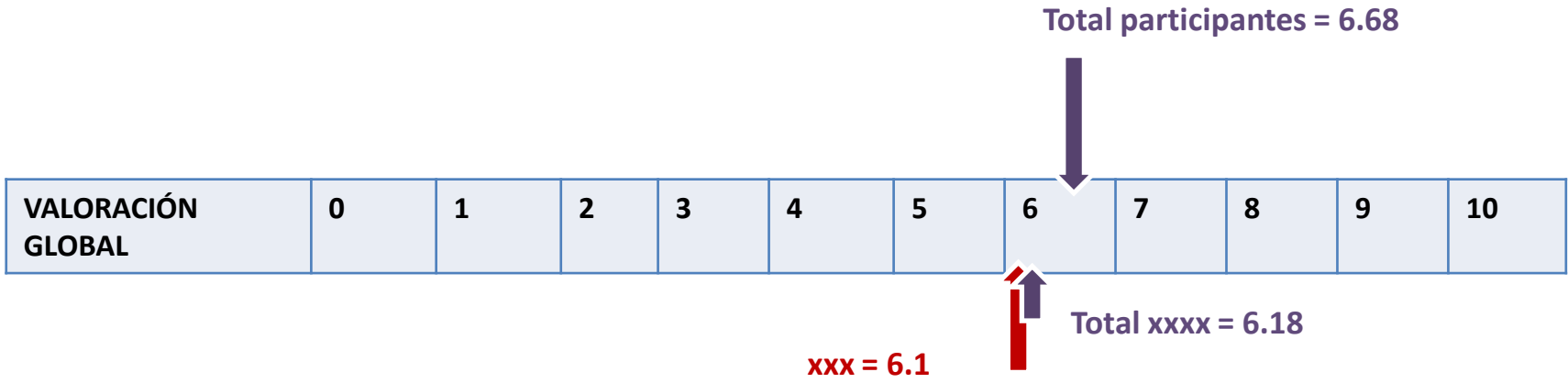
Sobre las empresas con las que ha contactado o le han contactado en los últimos 12 meses, valore de 0 a 10 su satisfacción en cuanto a **Utilidad de la información** que le dieron.



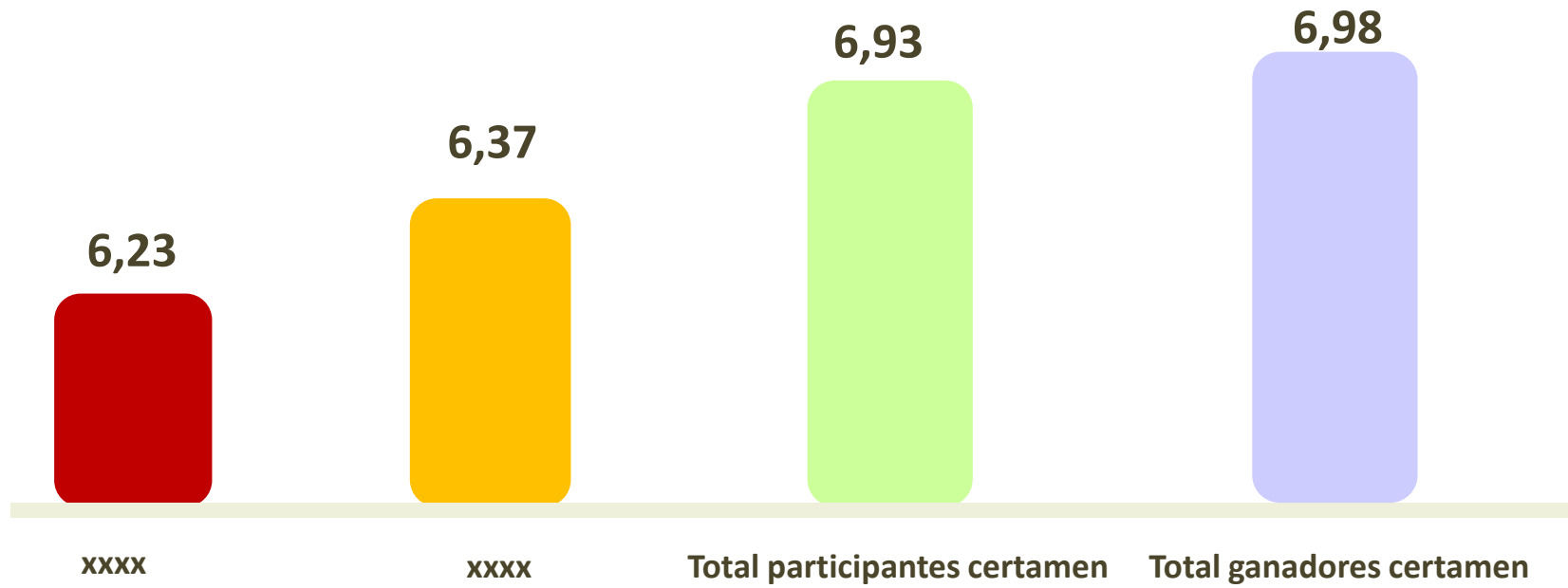
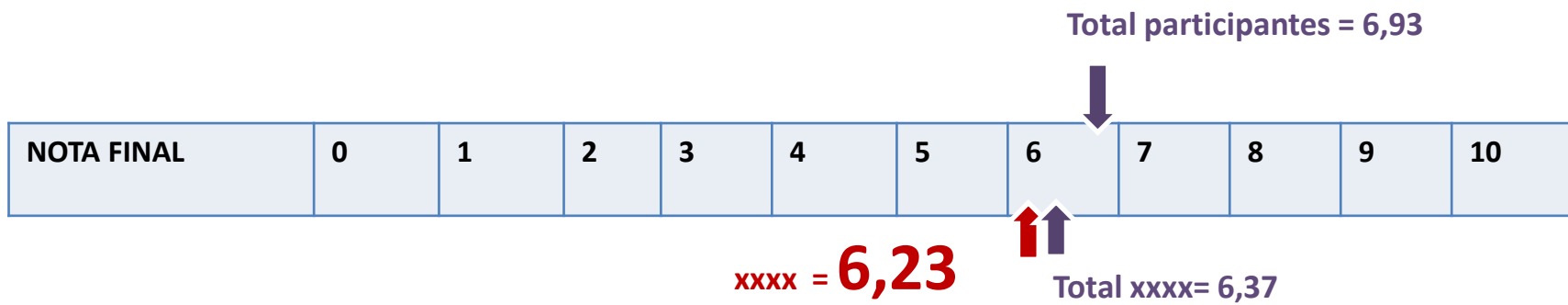
Encuestas satisfacción

5

Sobre las empresas con las que ha contactado o le han contactado en los últimos 12 meses, valore de 0 a 10 su satisfacción en cuanto a **Valoración Global** del contacto comercial.

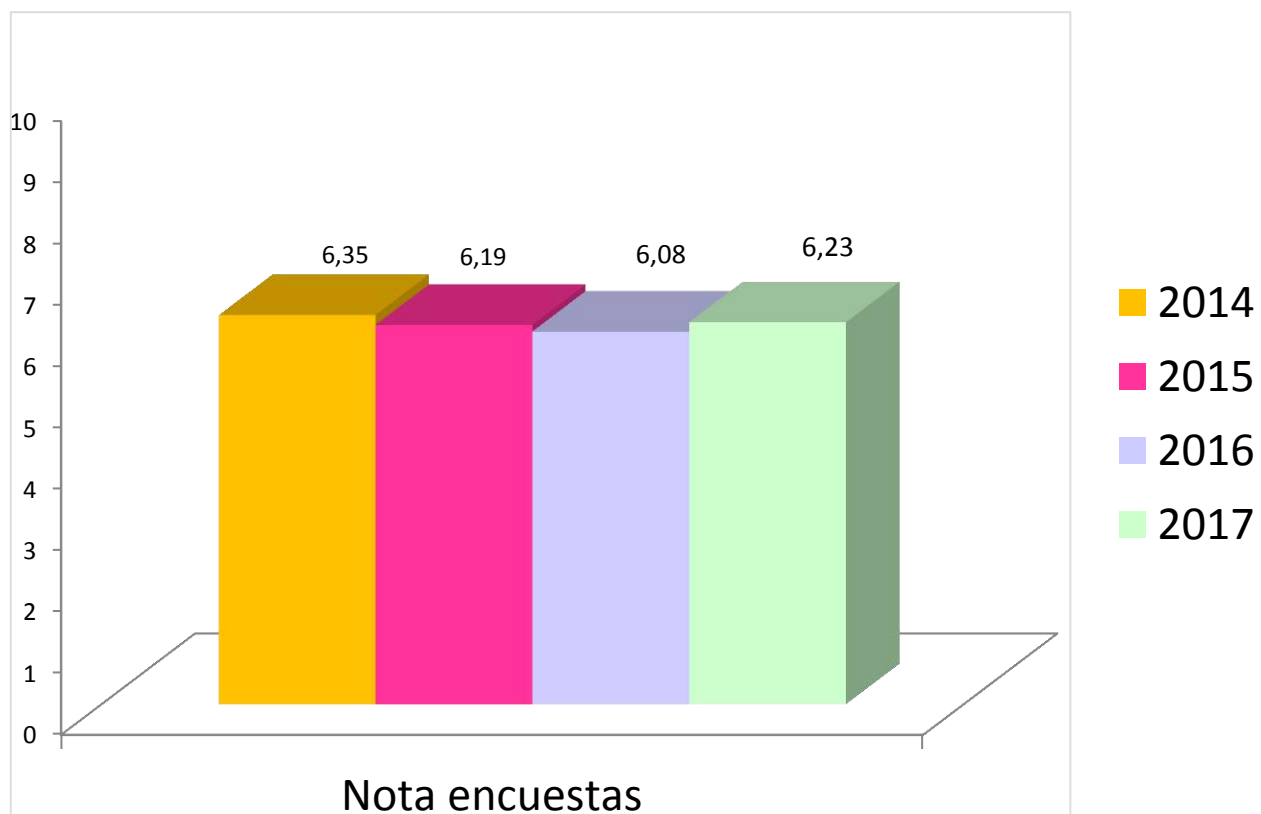


Encuestas satisfacción



Histórico encuestas

Gráfico comparativo de Encuestas de Satisfacción en las ediciones **2014 – 2015-2016-2017**



Resultados generales

Nota Mystery Shopper

9,19

×

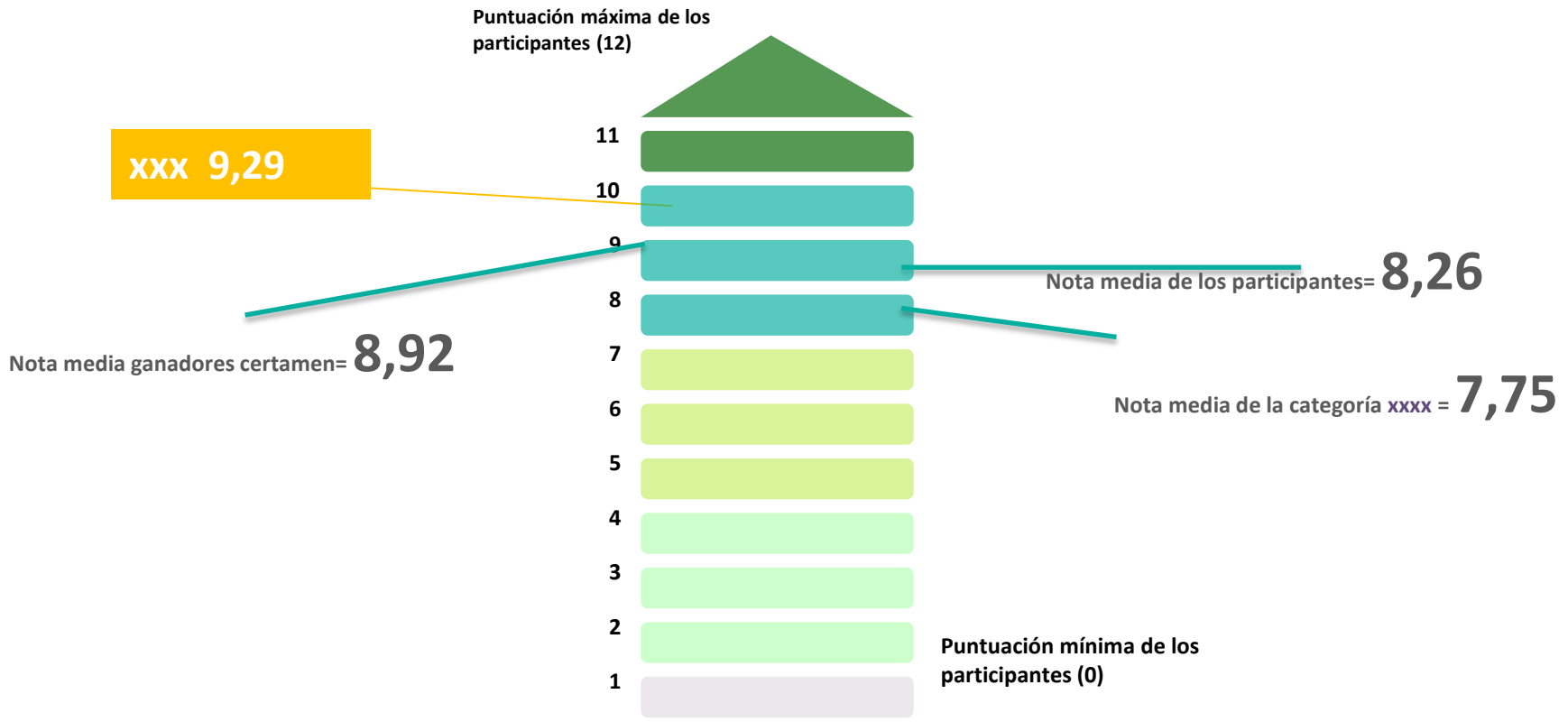
Ponderación Nota Encuestas Satisfacción

1,01

=

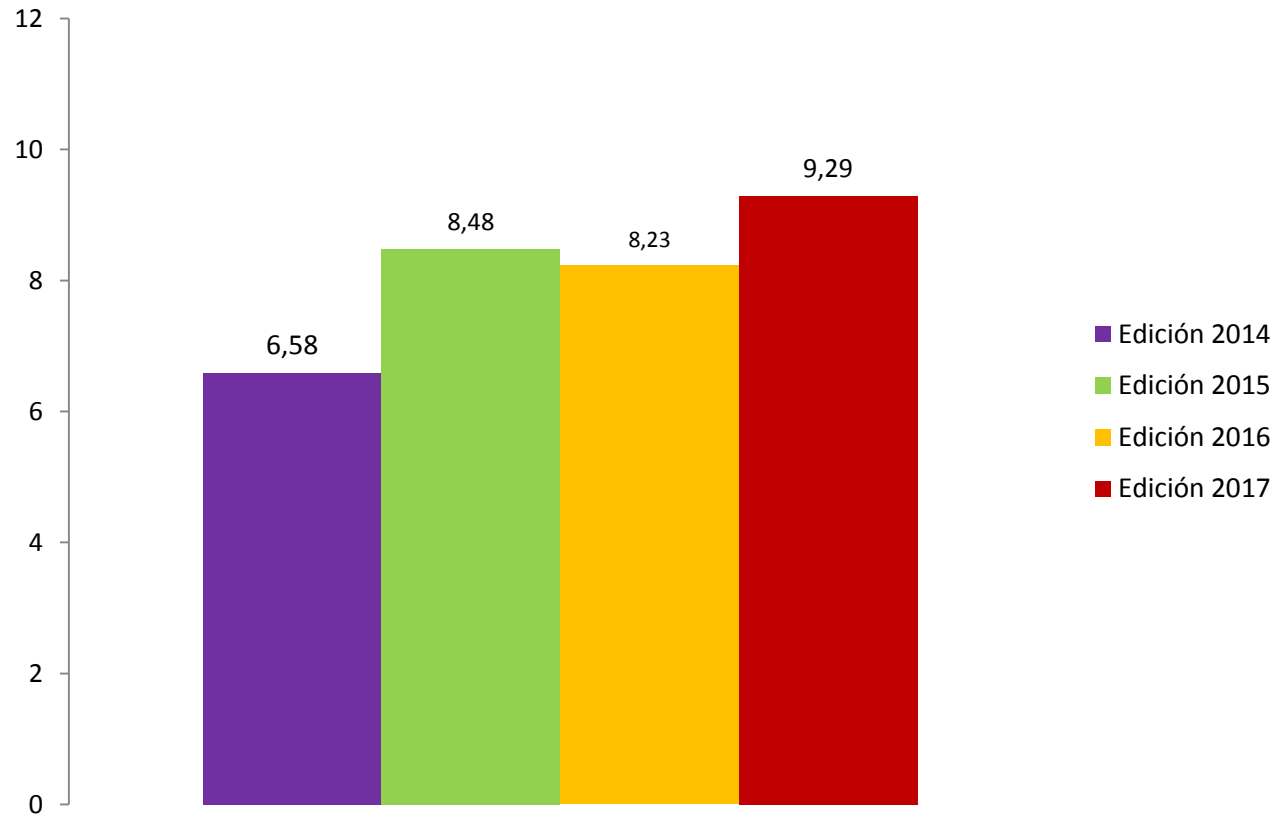
NOTA FINAL

9,29



Resultados generales

Evolución de la participación en el certamen (Mystery + Encuestas)



Contacto

Sotto Tempo Advertising S.L.
C/Mare de Déu de Núria 8 bajos
08017 Barcelona
media@sottotempo.com
93 205 85 80



www.lideresenservicio.com
www.elblogdelservicioalcliente.com



@LideresServicio



Líderes en Servicio

Reportajes especiales en medios

LA VANGUARDIA

CincoDías

EL PAÍS

ejecutivos

Entidades colaboradoras

net
quest

eAlicia[®]
Customer Experience