

Ha dicho «Calidad del servicio»

Resulta esencial, en cada entrevista, ofrecer a nuestros clientes una experiencia única asegurándose de bien tener en cuenta su solicitud, procurando aportarle una respuesta adaptada, y personalizando el intercambio.

Las bases

- En la mayoría de los casos, usted es el primer punto de contacto del cliente.
- Debe asegurarse de la correcta identificación de cada cliente cumpliendo las reglas definidas localmente.
- Cualquiera que sea el canal de comunicación utilizado, su solicitud debe ser tratada con profesionalismo y en su globalidad, a partir de la primera interacción.
- Siempre que sea posible, se recomienda recordar al cliente su interés en usar el espacio personal. Como ya lo sabe, está disponible las 24 horas al día y los 7 días de la semana.
- También puede alentarlos a consultar la web pública del banco que presenta numerosas informaciones y que puede responder a algunas preguntas mediante las Preguntas Frecuentes (FAQ).
- No olvide que la calidad de su interacción tiene un impacto directo en la percepción de su entidad por el cliente, su nivel de recomendación (NPS) y de fidelidad a la marca y al banco.

Los indicadores de calidad

- Cada contacto con el cliente activa el envío de un sondeo, para medir su nivel de satisfacción.
- Con estos sondeos, seguimos tres indicadores importantes.
 - El FCR «First Contact Resolution»: es un indicador que nos permite medir si la solicitud del cliente ha sido tratada a partir de la primera interacción.
 - El CSAT «Customer Satisfaction»: es un indicador que nos permite definir si el cliente está satisfecho de su nivel de servicio.
 - El NPS «Net Promoteur Score»: es un indicador que nos permite medir el nivel de satisfacción de un cliente, a partir de su intención de recomendar la marca o el banco a su entorno.

Para concluir

La calidad del servicio está en el centro de nuestra estrategia. El NPS es nuestro indicador estrella y su evolución la siguen cada mes todos nuestros colaboradores del grupo STELLANTIS.

