

11 | CONTACTO DE SEGUIMIENTO CON EL CLIENTE DESPUÉS DEL TRABAJO

Beneficios estándar

- **Cliente:** Para considerarse, tener una relación continua y privilegiada con el distribuidor. Dar al Cliente la oportunidad de expresar su grado de satisfacción.
- **Concesionario:** Identificar a los Clientes insatisfechos. Convertir el descontento en una oportunidad para mostrar profesionalidad. Identificar las causas recurrentes para un mejor tratamiento.

Principales funciones afectadas: Asesor de Servicios (SA).

1

Contacto con el Cliente en un plazo de 4* días laborables (*depende de las normas empresariales regionales de NPS)

- Contactar con todos los Clientes por teléfono:
 - En un plazo de 4* días con seguimiento por parte del concesionario (muy recomendable) o de un proveedor de servicios
 - Para regresos al taller, exclusivamente por el Responsable posventa del concesionario.
 - Después de 3 contactos telefónicos infructuosos a diferentes horas del día, grabe un mensaje de voz o envíe un SMS/correo electrónico.
- Contacto con el Cliente desde:
 - Hoja de herramientas Tabla de seguimiento de contactos con el Cliente después del trabajo, incluidas:
 - Lista de Clientes a contactar (si está asegurada por el proveedor, la lista se ha retirado de las regresos del taller y contiene toda la información que permite un enfoque personalizado - fecha y naturaleza de la intervención, piezas sustituidas, nombre del asesor de servicio, puesta a disposición de un vehículo de sustitución o servicio de Pick up & Delivery,...),
 - Fecha y hora de los contactos, verbal del Cliente, soluciones y respuestas dadas al Cliente.
 - Ficha de Cliente que permite preparar la llamada teniendo en cuenta el tipo de intervención realizada (si el contacto lo realiza el concesionario).

Documento de apoyo: [Hoja de método Contacto de seguimiento del Cliente después del trabajo](#)
[Hoja de herramientas Tabla de seguimiento de contactos con el Cliente después del trabajo](#)

11 | CONTACTO DE SEGUIMIENTO CON EL CLIENTE DESPUÉS DEL TRABAJO

2 Tratamiento personalizado en el trabajo D+ 1 de cada insatisfacción

- Para la insatisfacción del Cliente formalizada por correo electrónico, redes sociales, E-reputación...
 - Se identifica la carpeta del Cliente y se consultan las últimas intervenciones.
 - Se estudian una o varias respuestas/soluciones con el Responsable posventa, si es necesario, antes de una llamada telefónica
 - Para las redes sociales o la e-reputación, se da una respuesta por escrito haciendo referencia al intercambio telefónico con el Cliente. La respuesta debe ser cortés, respetuosa y objetiva, al tiempo que agradece al Cliente su fidelidad.
- Para la insatisfacción identificada en la hoja de herramientas «Tabla de seguimiento de contactos con el Cliente después del trabajo» el día abierto anterior, el Responsable posventa:
 - Consulta el expediente de cada Cliente y a las partes interesadas
 - Considera una o varias respuestas/soluciones
 - Llama al Cliente por teléfono con el objetivo de volver a satisfacerle para que nos recomiende
- Se actualiza la tabla de seguimiento y análisis de contactos.

Documento de apoyo: [Hoja de herramientas - Guiones de teléfono/correo de contacto de seguimiento con el Cliente después del trabajo](#)

3 Seguimiento de los contactos con los Clientes después del trabajo por parte del Responsable posventa

- Asegurarse de que los contactos se realizan con regularidad tras el trabajo interno o externo, apoyándose en la tabla de seguimiento y análisis de contactos. Los principales indicadores que se analizan actualmente son:
 - Número de contactos realizados
 - Número de contactos satisfactorios
 - Comentarios de los Clientes en las encuestas de calidad
- Este seguimiento debe compartirse al menos cada 15 días durante las reuniones con el operador de reservas y/o el asesor de servicio.
- Cualquier desviación deberá ser subsanada.