

1.10. Se potrivește socoteala de acasă cu cea din târg?



UNIUNEA EUROPEANĂ



MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI ȘI
PROTECȚIEI SOCIALE
AMFOSDRU



FONDUL SOCIAL EUROPEAN
POSDRU
2007-2013



INSTRUMENTE STRUCTURALE
2007-2013

Desigur, vom fi foarte încântați de ceea ce am realizat, dar ne interesează și cum este receptat produsul nostru de către beneficiari. Tinta noastră a fost vânzarea produsului și, deși s-a pornit la drum cu un studiu de piață privind potențialii clienți, trebuie să ne convingem și că el răspunde cerințelor lor.

Aceasta este o problemă importantă într-o afacere și este cunoscută sub denumirea de Satisfacția clientului (*Customer satisfaction*), un indicator cheie de performanță în strategia afacerii.



UNIUNEA EUROPEANĂ



MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI ȘI
PROTECȚIEI SOCIALE
AMFOSDRU



FONDUL SOCIAL EUROPEAN
POSDRU
2007-2013



INSTRUMENTE STRUCTURALE
2007-2013

Satisfacția clientului determină gradul în care serviciile și produsele furnizate de o companie îndeplinesc sau depășesc așteptările beneficiarilor. Fără satisfacția clientului vechii beneficiari sunt pierduți la fel de repede ca și câștigarea unora noi. Ori, este un adevăr recunoscut că pentru a câștiga un nou client costă de 10 ori mai mult decât păstrarea unuia vechi. Atunci, nu este de mirare că peste 3000 de companii din întreaga lume s-au organizat într-o Asociație pentru Măsurarea Satisfacției Clientului (Customer Satisfaction Measurement Association™), o

asociație de companii care întreprind studii de evaluare privind identificarea practicilor care îmbunătățesc satisfacția clientului și operațiile globale ale membrilor.



UNIUNEA EUROPEANĂ

MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI ȘI
PROTECȚIEI SOCIALE
AMFOSDRUFONDUL SOCIAL EUROPEAN
POSDRU
2007-2013INSTRUMENTE STRUCTURALE
2007-2013

Masurarea Satisfactiei clientului

Deoarece satisfactia este in fond o stare psihologică variabilă de la persoană la persoană măsurarea ei trebuie făcută cu grijă. Numeroase studii științifice au fost initiate și sunt disponibile mai multe metodologii, printre care enumerăm:

- American Customer Satisfaction Index (ACSI);
- The International Customer Service Standard (TICSS);
- Modelul Kano;
- ServQual, s.a.



UNIUNEA EUROPEANĂ



MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI ȘI
PROTECȚIEI SOCIALE
AMFOSDRU



FONDUL SOCIAL EUROPEAN
POSDRU
2007-2013



INSTRUMENTE STRUCTURALE
2007-2013

Standardul International de Servire a Clientului (TICSS)

Indrumă organizatiile să-și concentreze atenta asupra excelenței în managementul servirii clientului, dar în același timp prevede identificarea reușitei lor printr-o schemă de înregistrare prin intermediul unei terțe părți. Standardul oferă organizației un Model de Calitate a Serviciului, care utilizează modelul celor 5P – **P**olitică, **P**roces, **P**ersonal, **P**remize, **P**roduct/Serviciu – precum și măsurarea performanței.

Implementarea unui standard pentru calitatea serviciului ar trebui să ducă la un grad mai mare al satisfacției clientului, care are ca efect reținerea vechilor clienți și loialitate lor.



UNIUNEA EUROPEANĂ



MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI ȘI
PROTECȚIEI SOCIALE
AMFOSDRU



FONDUL SOCIAL EUROPEAN
POSDRU
2007-2013



INSTRUMENTE STRUCTURALE
2007-2013

ISO 9000

ISO 9000 este o familie de standarde pentru sistemele de management a calității sustinute de ISO, Organizația Internațională pentru Standardizare și administrate de organisme de acreditare și certificare.

Dintre acestea, ISO 9001:2000 cuprinde și cerințe și metode pentru măsurarea și managementul satisfacției clientului [1].

O companie sau organizație care a fost independent auditată și certificată că este în conformitate cu cerințele standardului poate în mod explicit să afișeze faptul că este "ISO 9001 certified" sau "ISO 9001 registered“.



UNIUNEA EUROPEANĂ



MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI ȘI
PROTECȚIEI SOCIALE
AMFOSDRU



FONDUL SOCIAL EUROPEAN
POSDRU
2007-2013



INSTRUMENTE STRUCTURALE
2007-2013

Standardul ISO prevede mai multe niveluri de dificultate a supravegherii satisfactiei clientului, de la cel mai ușor, la cel mai bun. Se recomanda ca aceasta activitate se fie proactiva. Simpla colectare a cardurilor de reclamatie a clientilor nu este o activitate de Satisfactie a clientului.

Caracteristicile supravegherii Satisfactiei clientului la nivelul cel mai ușor:

	Unelte si frecventa raspunsurilor	Desfasurarea si mediul	Durata necesara pregatirii	Metoda de masurare
Necesar	Metodologie ServQual (facut de o persoana neutra)	Scris: posta, fax sau electronic: email	2 ore	Analiza lipsurilor
Activitate	Examinare carduri postale: raspunsuri la materiale scrise 10-30%; email 30-70%	Anual , prin posta sau posta electronica	1-2 ore	Procentual sau analiza lipsurilor
Rezolutia sistemului de reclamatii	Carduri de comentarii	Material scris	1 zi (stabilirea intrebarilor si analiza)	Insumarea numarului si tipurilor de comentarii

Model de
chestionar
pentru evaluarea
satisfactiei
clientului

CHESTIONAR EVALUARE SATISFACTIE CLIENT		Vă felicităm că ne-ați ales ca furnizor. Pentru o colaborare cât mai bună în viitor, vă rugăm să completați formularul și să-l returnați prin fax la nr. sau e-mail:					
		Cu stimă, DIRECTOR VANZARI,					
Informații despre client	Denumire firma / Nume client :						
	Adresa :						
	Telefon:, Fax:						
	E-mail:						
	Produse / servicii / lucrări achiziționate de la noi						
Nivelul satisfacției	Ce produse / servicii / lucrări ați dori să vă oferim ?						
	Criteriu de evaluare (Marcați cu x în casuta corespunzătoare aprecierii D-vs.) NS = nesatisfacatoare ; S = satisfacatoare B = buna ; FB = foarte buna	nu este cazul	NS	S	B	FB	
	Calitatea produsului / serviciului						
	Calitatea prestației personalului nostru						
	Nivelul prețului comparativ cu alte produse / servicii de pe piață						
	Promptitudinea prestației în perioada de garanție						
	Promptitudinea prestației în perioada de post - garanție						
Aprecierea generală a relației cu firma noastră							

Principii pentru o buna relatie cu clientul

- Dialogul fata-in-fata
- Promptitudinea raspunsurilor la intrebarile clientului
- Condescendenta conversatiei
- Claritatea politicii de satisfactie a clientului
- Atentie la micile detalii
- Anticiparea cerintelor clientului
- Onorarea promisiunilor



UNIUNEA EUROPEANĂ



MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI ȘI
PROTECȚIEI SOCIALE
AMFOSDRU



FONDUL SOCIAL EUROPEAN
POSDRU
2007-2013



INSTRUMENTE STRUCTURALE
2007-2013

Satisfactia clientului nu se obtine numai prin polarizarea atentiei asupra acestuia, deoarece la sunt și alti factori care concura la realizarea acesteia, in primul rand proprii angajati. Un factor important este permanenta educare, instruire și certificare a lor.



UNIUNEA EUROPEANĂ



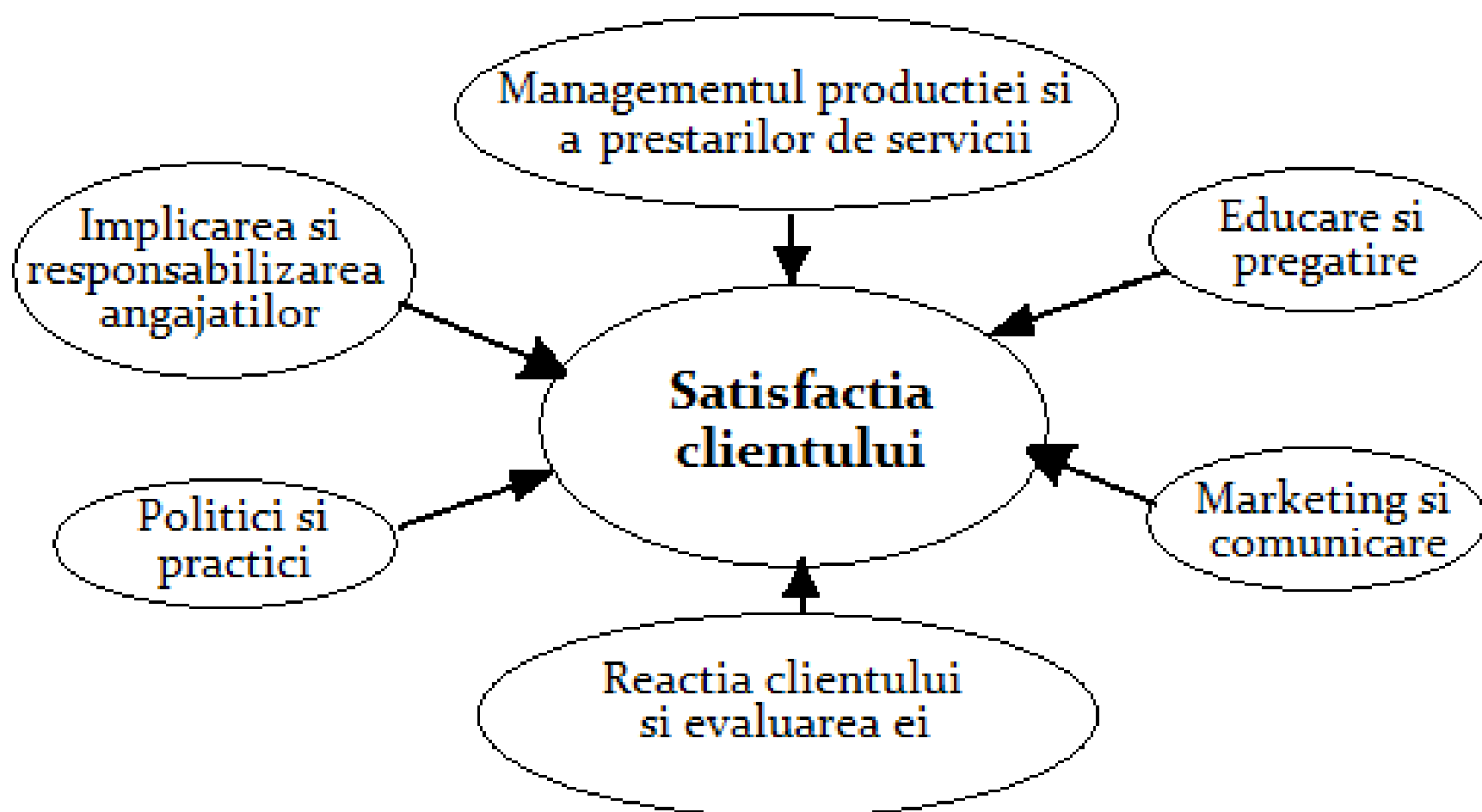
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI ȘI
PROTECȚIEI SOCIALE
AMFOSDRU



FONDUL SOCIAL EUROPEAN
POSDRU
2007-2013



INSTRUMENTE STRUCTURALE
2007-2013



Bibliografie

[1] “Customer Satisfaction Toolkit For ISO9001:2000” ,
Sheila Kessler, American Society for Quality, Quality Press,
2003, ISBN 0-87389-559-2



UNIUNEA EUROPEANĂ



MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI ȘI
PROTECȚIEI SOCIALE
AMFOSDRU



FONDUL SOCIAL EUROPEAN
POSDRU
2007-2013



INSTRUMENTE STRUCTURALE
2007-2013