

INDICE DE RECONOCIMIENTO DEL CLIENTE (IdR)

Instrucciones:

1º.- Lea en <http://venketing.blogspot.com/> el artículo de "Índice de reconocimiento: filosofía y marketing".

2º.- Piense en su empresa, lea las afirmaciones que se exponen en el cuestionario, procediendo a calificar la coincidencia o discrepancia de cada una de ellas con lo que ocurre en su empresa, dentro una escala de "0" a "10": siendo la nota del extremo cero, cuando lo que ocurre en su empresa **no** coincide en absoluto con la afirmación que se expone, y 10 cuando **sí** coincide plenamente.

3º.- Si la suma de sus calificaciones está entre **110 y 90**, enhorabuena, su empresa tiene un **alto índice de reconocimiento**; si la suma arroja un valor entre **89 y 60**, su empresa tiene un **índice medio de reconocimiento**, luego debe actuar para mejorar. Cuanto más alejada, por debajo, esté la suma del valor **60**, su **índice de reconocimiento es bajo**, y le está indicando que debe tomar medidas urgentes para corregirlo.

CUESTIONARIO DE ÍNDICE de RECONOCIMIENTO (IdR)	Nota de 0 (No) a 10 (Sí)
1).- Su empresa afirma y declara formalmente (web, memorias, estrategias, comunicaciones, etc.) que el cliente es el principal activo de la empresa.	
2).- En su empresa se hacen "día a día" muchas cosas que convierten al cliente en el "Rey" o el verdadero "Jefe" de la organización. Podría dar muchos ejemplos.	
3).- En su empresa, todas las personas, de todos los departamentos, están orientadas al cliente , a la solución de sus problemas, a hacerle la vida más fácil, a servirle.	
4).- Las remuneraciones de los empleados tienen una parte que está relacionada con el grado de satisfacción de los clientes , con los índices de reclamaciones, de abandono, y con otro tipos de medidas similares.	
5).- Cuando un cliente se va, o hace una reclamación, la empresa reacciona de forma potente , rápida, y eficaz. Se organiza un verdadero "terremoto".	
6).- Es muy habitual que los clientes "nos recomienden a otros clientes" . Actúan como verdaderos "misioneros" de nuestra empresa. Los usamos como referencias.	
7).- La empresa cuida de forma exquisita cada uno de los contactos con los clientes, tanto en persona, como en las instalaciones, por correo, teléfono, email, etc. Cada contacto con el cliente es "oro" . Prestando máxima atención a los "momentos de la verdad".	
8).- La empresa evalúa constantemente los procesos de relación con los clientes , para encontrar formas de hacerlos más sencillos, cómodos, ágiles, y para encontrar oportunidades de " darles abrazos ", de sorprenderlos, de mejorar la experiencia y la relación.	
9).- La empresa considera el trato al cliente como un factor de diferenciación respecto a la competencia.	
10).- La empresa mide de forma regular este "reconocimiento" que se da al cliente, y propone medidas para su mejora constante.	
11).- La definición de " valor " se realiza siempre desde la óptica del cliente . Es el cliente quién marca la "proposición de valor" que se hace en el portafolio de los productos de la empresa.	
SUMA	Índice de Reconocimiento del Cliente (IdR):

