Universidad de Buenos Aires Facultad de Ciencias Económicas Escuela de Estudios de Posgrado

CARRERA DE ESPECIALIZACIÓN EN DIRECCIÓN ESTRATÉGICA DE MARKETING

Trabajo Final de Especialización

Límites y potencialidad del canal online de Personal

AUTOR: IVANA COOLS

Tutor: María Muzio

Resumen del Proyecto

El presente proyecto analiza el desempeño - respecto de la satisfacción de clientes- del canal de atención online de la empresa de telefonía móvil Personal Argentina. Se toma como base de análisis de las dimensiones del "Customer Care" y "Customer Experience".

La indagación realizada está enfocada en el segmento de clientes individuos en el canal online para consultas, reclamos y trámites de Postventa.

Este proyecto busca aportar una visión acerca del comportamiento del cliente en el canal online. Cuáles son sus expectativas y el valor que tiene para ellos la atención respecto de la evaluación de marca. Se identificarán espacios de mejora en los servicios de atención al cliente online y telefónica y espacios de inclusión de las últimas tecnologías del Community Management y herramientas del Marketing Relacional para una fidelización y relación "one to one" con sus clientes.

La información brinda sugerencias para la correcta articulación entre el canal estudiado, el call center y los centros de atención, buscando optimizar costos del servicio de posventa y el desarrollo de una atención diferenciada y personalizada y generar una experiencia de marca fidelizadora.

La inexistencia de estudios específicos respecto del desempeño de la categoría en el mercado argentino potencia la relevancia de la temática.

<u>Palabras clave:</u> Atención al Cliente, Marketing Relacional, Cliente, Consumidor, Canal online, Redes Sociales, Internet, Web 2.0, Twitter, Facebook, CRM.

Índice

Resumen del Proyecto	pág. 2
1. Introducción	pág.4
1) La empresa - Contexto Interno	pág.4
2) La Industria - Contexto Externo	pág.5
3) Problemática	pág.8
4) Objetivo General	pág.9
5) Objetivos Particulares y Preguntas de Investigación	pág.9
6) Justificación	pág.9
7) Alcance	pág.10
2. Marco teórico.	pág.11
3. Metodología	pág.20
4. Análisis de Datos	pág.21
5. Conclusiones	pág.32
6. Bibliografía	pág.38
7. Anexos.	pág.40
-ANEXO 1: Guía de Pautas para la investigación	pág.40
-ANEXO 2: Resultado de las encuestas y entrevista	pág.43
-ANEXO 3: Desk Research.	pág.46

1. Introducción

1) La empresa - Contexto Interno

El presente trabajo final de especialización se concentra en el canal online de la empresa Personal S.A. Esta es una de las principales empresas de comunicaciones móviles de Argentina, que opera en el país desde el año 1996, y ofrece servicios sobre las redes 3G y 4G a todo el país.

La empresa cuenta con múltiples canales de atención para los clientes: atención telefónica (*111 desde el móvil o 0800 444 0800), atención personalizada en oficinas comerciales, y por último una plataforma digital de autogestión denominada "Mi Cuenta Personal".

Adicionalmente cuenta con presencia en canales digitales, que permiten la interacción con usuarios como Facebook, Twitter, Foursquare, Youtube, Google+, Linkedin, Pinterest, Tinder, Snaptchat.

Fuera de estos espacios de atención, la compañía cuenta con un programa de beneficios al cliente llamado "Club Personal" que permite a los usuarios obtener importantes promociones y descuentos en varios rubros de entretenimiento.

Personal brinda servicios de telefonía móvil tanto a empresas como a individuos. Para el segmento masivo (individuos) Personal desarrolló múltiples planes "todo incluido" que ofrecen una oferta flexible y conveniente para los usuarios centrada en el uso de datos, para poder disfrutar mejor de la nueva experiencia 4G de acuerdo al perfil que tenga cada cliente. Poseen otros servicios, además reseteo de cuota flexible, llamadas ilimitadas a otro Personal, mensajes de texto ilimitados, larga distancia nacional a precio local, además de crédito extra para clientes con Abono Fijo o minutos incluidos para llamar a otras operadoras para abonos con Factura.

Para clientes de alto valor, es decir, aquellos clientes (llamados clientes "black" llamados así por el alto consumo que realizan de manera mensual) que buscan la última innovación en terminales y servicios de valor agregado pueden disfrutar de atención diferenciada, Spotify

bonificado por un año y llamadas a América a Precio local. Los clientes sin factura (definidos como pre-pagos), también cuentan con beneficios en cada recarga para hablar, enviar mensajes de texto o navegar más a un precio accesible.

Para el segmento de empresas, Personal brinda ofertas con foco en los datos y otros servicios que potencian el negocio de las empresas como ser el Geoposicionamiento y Monitoreo de flotas, soluciones M2M (Machine to Machine), Kit de Seguridad para la Información, soluciones para facilitar la gestión de ventas como Personal CRM y Fuerza de Ventas, Personal Box para resguardo de información en la nube, Office 365, y Protección Personal que permite asegurar los equipos ante siniestros como robo, hurto, extravió o destrucción total.

El Grupo Telecom (conformado por Telecom y Personal) durante 2015 realizó inversiones por más de \$ 10 mil millones orientadas al despliegue y modernización de toda la infraestructura tecnológica de la compañía para sus redes fija, móvil y convergente.

Personal es un operador móvil que opera en 165 países de la región. La marca se identifica bajo el concepto "Hagamos que todo suceda" promoviendo su estrategia de negocio donde el celular actúa como es el facilitador de las conexiones entre las personas. (Recuperado de http://www.personal.com.ar/institucional.html)

2) La Industria - Contexto Externo

El servicio y las desregularizaciones:

El primer cambio operado en el mercado de las telecomunicaciones central en Argentina ocurrió en 1989 con la Ley de Reforma del Estado ,que aseguró la privatización de la empresa estatal de teléfonos Entel.

En 1998 el decreto, firmado por el entonces presidente Fernando de la Rúa, modificó el mercado argentino de las telecomunicaciones al permitir la desregulación de todos los

servicios de telecomunicaciones. Puso fin al esquema de exclusividad que existía entre Telefónica de Argentina y Telecom.

El cambio del régimen a un esquema de servicio privado de competencia imperfecta, permitió la aparición de otros jugadores en el mercado, siendo Movistar (con una participación del mercado del 31%) y Claro (con una participación del mercado del 35%) los principales competidores de Personal (con una participación del mercado del 32%) en la actualidad.

Existe un cuarto prestador residual, que tiene el servicio complementario de radio llamada, que es Nextel Argentina (con una participación del mercado del 2%). (CNC, Comisión Nacional de Comunicaciones, Serie 2008-2012, "Informe de Estadísticas e Indicadores de las Telecomunicaciones en Argentina". Capítulo 3: "Telefonía Móvil".)

En una entrevista que le realizó el Diario Página/12 en el año 2011, el Director de Iplan, Cash Héctor Polino, afirmó: El sector de la telefonía móvil es hoy un oligopolio privado perfecto, lo cual es peor que un monopolio. Hay tres compañías que parece que compiten entre sí pero no lo hacen en nada. Es como una guerra de payasos. Ofrecen la misma tipología de servicio, con los mismos planes y siguen cobrando tarifas exorbitantes. Y como no es un servicio público, a pesar de que todos los habitantes del país tienen un teléfono celular, se les permite tener de rehén al usuario".

En este esquema, las quejas de los usuarios están relacionadas con problemas de red, con información falsa y publicidad engañosa y con la atención al usuario que ofrecen los call centers de cada una de las compañías. En definitiva, problemas técnicos, comerciales y administrativos, es decir, una deficiencia del servicio que se observa en todos los niveles y en todas las empresas. (Recuperado de Artículo Diario Página/12: Sebastián Premici (2011) "Servicio...")

En este marco, tanto a nivel de los usuarios, como del propio gobierno nacional, se han propuesto distintas alternativas, medidas parciales, y algunos proyectos integrales de solución, a cada uno de los problemas previamente mencionados. En esta línea, se avanzó con un decreto presidencial que fijó como inicio del cobro de la llamada, el momento mismo que el receptor acepta la llamada o es el contestador automático quien lo hace. Este es un dato no

menor, puesto que antes las compañías tenían mayores ganancias por llamadas que nunca habían ni siquiera iniciado.

Otro impacto importante en el mercado de las telefónicas se produce a raíz de la Ley de Portabilidad Numérica. La regulación permitió que los usuarios pudiesen cambiar de compañía sin perder su número de teléfono. Esta normativa, tanto en Argentina, como en la mayoría de los países del mundo en la que fue adoptada, no significó una brusca migración de usuarios entre-las empresas, según datos de la propia Comisión Nacional de Comunicaciones, sólo el 1% realizó este trámite. (CNC, Comisión Nacional de Comunicaciones, Serie 2008-2012, "Informe de Estadísticas e Indicadores de las Telecomunicaciones en Argentina". Capítulo 3: "Telefonía Móvil".)

La atención al cliente en las empresas competidoras y las redes sociales:

En la actualidad Movistar, con más de un millón de clientes de Internet Móvil, fue certificada bajo la implementación del modelo COPC®, uno de los estándares de calidad más importantes a nivel internacional, para la gestión de sus clientes corporativos y atención a clientes en los centros de contacto personalizados. De esta manera, Movistar obtuvo una ventaja competitiva en el mercado, destacándose en atributos de calidad y eficiencia en la atención en todos los canales a los que los clientes acceden. (Recuperado de http://www.movistar.com.ar/institucional/)

Adicionalmente, Movistar desarrolló el "Foro Comunidad" un esquema de autogestión participativa entre los mismos usuarios. Este espacio permite generar la vinculación de los clientes, conocer su opinión y facilitar un espacio para el intercambio de ideas. (Recuperado de https://comunidad.movistar.com.ar/)

Aunque no dentro del escenario de análisis, pero como un comportamiento relevante de atención al cliente cabe destacar el accionar de la empresa en Guatemala. En esta plaza, en donde atiende reclamos de clientes a través de la aplicación Whatsapp, en un esquema de cobertura las 24 hs de los 365 días del año.

(Recuperado de http://www.prensalibre.com/economia/atencion-247-compaia-utiliza-la-aplicacion-de-whatsapp-para-atender-todo-el-dia-y-365-dias-a-sus-usuarios)

Otro ejemplo de vanguardia en la atención al cliente, es lo desarrollado en España por Movistar, en donde se implementa la "Atención al Cliente 2.0" que supone el soporte y la atención con eficiencia en todas las redes sociales.

(Recuperado de http://www.socialancer.com/movistar-atencion-al-cliente-2-0/)

3) Problemática

Las quejas de los usuarios de telefonía celular lideran el ranking de todas las empresas de servicios. Según las estadísticas que se recolectó por parte de la Dirección General de Defensa y Protección del Consumidor durante el primer semestre de 2012, se observó un incremento de la denuncias de casi un 15% más que el año anterior sobre el desempeño de los servicios en general. Y en este esquema de malestar, las empresas de telefonía celular lideran el malestar, concentrando para ese año unas 1300 denuncias aproximadamente. Los principales motivos de queja son la atención al cliente y la facturación. (Paci, 2012)

Martin Grosz, un periodista del diario Clarín escribió una nota en el año 2013 sobre los cinco principales problemas de la telefonía celular en Argentina. De acuerdo a su investigación, el cuestionamiento de los usuarios se basa principalmente en a cobertura, los precios, el cobrol por minuto, el vencimiento de la carga y la atención a los clientes. "Hicimos ensayos con los tres grandes prestadores y nos llevó más de 50 minutos al teléfono. El usuario debe explicar su problema varias veces a distintas personas y, mayormente, para colmo, ni siquiera le dan una solución", explicó Muiño. (Grosz, 2013)

Teniendo en cuenta que el mercado argentino de las telecomunicaciones solo se divide en tres compañías que brindan un servicio similar al cliente resulta muy difícil para el consumidor percibir elementos distintivos o diferenciales tanto en el servicio en sí como en la posventa y en la atención al cliente. Se logra percibir que en las últimas décadas las empresas trataron de posicionar su marca en el mercado pero no logran brindar un servicio diferenciado frente a sus competidores. (Grosz, 2013)

En este escenario, de indiferenciación entre players, la atención al cliente aparece como un espacio relevante de diferenciación.

4) Objetivo General

Entender el desempeño del canal online en el sistema de atención al cliente de Personal Argentina.

Analizar su funcionamiento, el perfil de los usuarios y sus necesidades para trabajar en una propuesta de mejora en la atención y una propuesta de posicionamiento diferenciadora.

5) Objetivos Particulares y Preguntas de Investigación

Los objetivos particulares están basados en entender el desempeño del canal online de Personal, más precisamente Facebook y Twitter, en los siguientes puntos:

- Respecto del cliente (Evaluación de la demanda):
- ¿En qué situaciones utiliza las redes sociales para consultas o reclamos del servicio?
- ¿Cuáles son las expectativas de los clientes respecto de la atención al cliente?
- ¿Qué percepción tienen de las redes sociales como canal de consulta?
- ¿Cuáles son las expectativas de utilización de estas herramientas?
- Respecto de Personal (Evaluación de la interna):
- ¿Qué información tiene la empresa sobre los clientes que usan las redes sociales?
- ¿Cuál es la vinculación de las redes sociales con las herramientas de CRM y las acciones que realiza de acuerdo a los resultados obtenidos?

6) Justificación

De acuerdo a las encuestas realizadas recientemente por el ente de Defensa al Consumidor las empresas en Argentina, principalmente las de servicios de telecomunicaciones, tienen un mal desempeño respecto de la atención al cliente. (Paci, 2012)

Las empresas del sector de telecomunicaciones, debido a la gran competencia existente y al canibalismo entre ellas, invierten la mayor parte de su tiempo en conseguir nuevos clientes pero poco en cuidarlos y atenderlos como ellos esperan. (Paci, 2012)

Sin embargo, el escenario al que se enfrentan las compañías de telecomunicaciones, es complejo: indiferenciación de players, incapacidad de mejora en el plano técnico del servicio, regulación de la portabilidad. Todo sumado a que los consumidores son cada día más exigentes, buscan que las empresas los entiendan y comprendan sus necesidades.

El posicionamiento diferencial que deben buscar las prestadoras de servicios de telefonía móvil tiene, al menos, tres espacios de ajuste en los de deben focalizarse: el servicio, el precio y la atención. Siendo el sector de atención al cliente la variable a focalizarse que resulta más flexible y económica para alcanzar el posicionamiento buscado y, por ende, será el espacio lógico de análisis a lo largo de esta tesis.

7) Alcance

El trabajo está enfocado en el análisis del cliente del mercado masivo de Personal Argentina, a nivel del comportamiento así como la percepción y expectativas vinculadas con la atención a través del canal online, con foco en las redes sociales Twitter y Facebook.

2. Marco teórico

La decadencia del centro de contacto en la industria de telecomunicaciones:

Vivimos en un mundo interconectado que gira en torno a las telecomunicaciones, donde las noticias y novedades corren a través de la web. Asimismo muchos clientes utilizan el celular como medio de trabajo y es importante que el servicio funcione adecuadamente y sin problemas. Esta "comoditización" del mercado de las telecomunicaciones genera que las empresas comiencen a diferenciarse entre sí a través de los servicios, la marca o la experiencia del cliente. (Informe de Genesys)

Es importante destacar también que, los centros de contacto no están integrados como debieran. Es decir, la página web, el correo electrónico y los sistemas de autoservicio son silos independientes, sin conexión alguna con los sistemas de asistencia y venta. Con este comportamiento, resulta muy difícil atraer a los clientes en las etapas clave del proceso de decisiones, y las empresas pueden llegar a perderlos. (Informe de Genesys)

En el entorno competitivo de hoy, la atención al cliente es un activo estratégico fundamental de supervivencia, y será necesario esforzarse aún más para brindar valor a los clientes, es el camino hacia la calidad de atención y la diferenciación.

Además, es la herramienta clave para cambiar la percepción que el público tiene de una empresa porque genera "la" experiencia en el cliente. Es la calidad de la experiencia del cliente lo que permitirá a las empresas de telecomunicaciones incrementar sus ganancias y la lealtad de sus clientes. Para ello, deben incorporar nuevos canales para descomprimir sus centros de contacto, rebalsados de gente, a fin de satisfacer las necesidades de una mayor cantidad y diversidad de clientes. (Informe de Genesys)

La necesidad de conocer el comportamiento del consumidor para crear valor:

El estudio del comportamiento del consumidor y el conocimiento de sus necesidades es una cuestión básica y un punto de partida inicial para poder implementar con eficacia las acciones

de marketing por parte de las empresas. El consumidor es considerado desde el marketing como el núcleo, y los operadores de telecomunicaciones tienen que cubrir sus necesidades en un proceso de adaptación constante, mediante el cual detectan estas necesidades e implementan las estrategias que procedan para satisfacerlas. (Sales, 2002).

Las empresas deben entender que en la sociedad de consumo, y en esa gran masa de consumidores no existe la homogeneidad, hay una gran variedad de deseos y preferencias que se juntan con motivaciones e influencias muy variadas propias del rápido cambio tecnológico de este sector, todo ello se ve agravado por una oferta de productos muy superior a las necesidades que realmente tienen los consumidores (Sales, 2002).

Detectar esas necesidades y que es lo que buscan los consumidores constituye la creación de valor para ellos, es decir, una ventaja competitiva que lo que llevará a la generación de una relación duradera con cliente. Tanto la orientación al cliente como el marketing relacional fundamentan esa ventaja competitiva en la creación y entrega de valor al cliente. (Santacruz, 2002).

El valor al cliente se define como las percepciones del servicio menos las expectativas que el cliente tiene sobre el mismo. Además, el valor percibido difiere en los momentos y las circunstancias en las que el cliente piensa sobre el valor, como, por ejemplo, antes y después de la compra. Es decir, que durante la elección del servicio, el consumidor puede imaginar el valor recibido que espera obtener, mientras que durante el uso del servicio el cliente experimenta el valor realmente recibido. (Solomon, 2008). Según Kotler (1995) el valor percibido se relaciona con la con la satisfacción posventa.

Todo esto implica focalizar la gestión de la empresa hacia un conjunto de acciones dirigidas a identificar las percepciones, las necesidades y deseos de los clientes, y a satisfacerlos a través del diseño de ofertas competitivamente viables, la calidad del servicio y la atención posventa que recibe el cliente.

Podemos concluir entonces que se debe trabajar para buscar, conservar y mejorar la relación con el cliente, de manera de que sea una relación duradera que beneficie tanto al cliente como a la empresa. Es importante también de contar con una correcta base de datos (CRM) que

permita identificar las preferencias de los clientes y por ende conocerlos, qué es lo que crea valor para ellos y permite fidelizarlos. (Best, 2007)

Implementación del marketing relacional en el canal online:

El advenimiento de Internet ocasionó un cambio en la forma en que los seres humanos nos comunicamos y relacionamos. El desarrollo de la Web 2.0 y las redes sociales, trajo consigo una dinámica comunicacional en donde cada usuario dejaba de ser un receptor de información, y se convertía en un co-creador. La personalización e inmediatez de contenidos, pasó a ser la nueva dinámica en el uso de Internet.

Como mencionan Maqueira y Bruque, Internet debe ser reconocido como un nuevo medio a través del cual las marcas podían establecer una relación con sus consumidores. El marketing clásico entendió que se debían adaptarse los principios de las 4P's (Producto, Precio, Plaza y Promoción), y ello fue posible mediante el desarrollo de: sitios web, colocar anuncios y promociones en línea, crear o participar en comunidades web y utilizar envíos masivos de correos electrónicos. Hoy en día con la nueva realidad de Internet ha dejado obsoleta esta forma de hacer marketing. Es por ello que los autores recomiendan un conjunto de estrategias para que las empresas se adapten a la nueva realidad Marketing One to One (Uno a Uno).

El mismo parte de la base de los principios del mercadeo directo, esta modalidad busca entender a cada cliente/consumidor como un segmento. Es decir, se busca aplicar las estrategias de marketing considerando las características individuales de cada consumidor y ofrecer la información de forma personalizada. Ello no sólo implica conocer los diversos perfiles de clientes, sino que se apalanca en la Focalización del Comportamiento (Behavioral Targeting).

Mediante el reconocimiento de patrones de comportamiento de navegación en Internet de los consumidores, es posible establecer las páginas visitadas, frecuencia de visita, tiempo de duración, días de visita y contenido a los cuales el público objetivo busca y accede en Internet. Teniendo identificado este comportamiento es posible brindar información adecuada en el momento de navegación correcto. Bien sea en las páginas web de navegación

recurrentes del público objetivo o aquellas que por contenido estén asociadas al hábito de navegación en Internet del consumidor. Entendiendo que uno de los uso de Internet es el entretenimiento, las plataformas web de video juegos han resultado ser de utilidad como una forma de mercadear uno a uno las marcas, productos y/o servicios. Esta inserción de publicidad en los video juegos llamada Advergaming, puede ser ejecutada desde la colocación de una publicidad en una página web de videos juegos en Internet, pasando por la colocación del producto dentro del video juego (permitiendo así la interacción d con la marca), hasta llegar al desarrollo de un video juego en línea de la marca. (Maqueira, J. M., & Bruque, S., 2009)

CRM y el marketing one to one:

De acuerdo al informe de la Comisión Nacional de Comunicaciones (2009), en el año 2020 el 80% de la población mundial dispondrá de un teléfono móvil. De esta manera, con productos convertidos en commodities, como el servicio de telefonía móvil, y operadores con un alto grado de estandarización para vender y diferenciarse de la competencia, se debe buscar la proximidad al cliente y poder influir en su comportamiento. (Valcárcel, I. G., 2001)

El marketing one-to-one se contrapone al marketing masivo tradicional, de manera que mientras éste desarrolla productos y busca posteriormente clientes para él, el marketing one-to-one desarrolla clientes, y busca productos para ellos. Como respuesta a la innovación promovida por el marketing one-to-one, nace, originalmente en el mundo tecnológico, el concepto de CRM, Customer Relationship Management. El razonamiento es claro: dar una respuesta mediante tecnología a los requerimientos de las técnicas de marketing one-to-one, para lo cual es preciso un nuevo conjunto de herramientas que posibiliten ese nuevo tipo de interacción con el cliente, de aprendizaje constante, de adaptación. Se trata de tecnologías como las bases de datos masivas, que comienzan a popularizarse apoyadas por una progresiva disminución del precio del almacenamiento, pero también de las herramientas adecuadas para darles sentido: el data mining y todo el abanico de tecnologías estadísticas preexistentes, pero que ahora se destinan a este fin. (Dans, E., 2001).

El CRM, por tanto, se articula como un concepto surgido a la luz de la evolución tecnológica, consistente en un rediseño del negocio y sus procesos en torno a las necesidades y deseos del cliente. Combina un conjunto de metodologías, software y medios tales como Internet o el teléfono con esa visión "el cliente es el centro", y busca optimizar los ingresos y el beneficio por cliente, así como su satisfacción. La idea es conseguir que, gracias a esa mayor atención y sensibilidad hacia los deseos del cliente, éstos se conviertan en clientes mejores, más fieles, con un sesgo positivo que les haga preferir nuestra marca a otra y, finalmente, que proporcionen un mayor margen de beneficio. (Dans, E., 2001).

El CRM, aunque tiene mucho que ver con el marketing en cuanto a que tradicionalmente éste era el área que interaccionaba con el cliente, es mucho más que eso. Trasciende al departamento de marketing y se convierte en una estrategia que afecta al funcionamiento de toda la empresa, desde las operaciones hasta las finanzas. De acuerdo a esto, la herramienta de CRM brinda múltiples soluciones para conocer a los clientes con información de alto valor desde las diferentes áreas de la Cía.:

- Desde ventas permite obtener datos relevantes de los clientes, desde sus preferencias en productos hasta la evolución histórica y el comportamiento del cliente.
- Desde el área de producto ayuda a saber qué es lo que piensan los clientes de nuestros productos, aprovechar la relación y obtener un contacto más directo invitándolos a participar del lanzamiento de los productos y testeo de prototipos, packaging, etc.
- Desde Marketing nos otorga visibilidad de las tendencias y necesidades del mercado y conociendo la opinión real de sus clientes.
- El servicio de atención al cliente puede conocer al cliente y brindarle una respuesta más rápida con una solución que se adapte más a sus necesidades y expectativas. (Greenberg, 2003)

Sin embargo, y a pesar de las ventajas mencionadas, sólo el 46 % de las empresas que cuentan con la herramienta no utilizan todo su potencial para conocer y fidelizar al cliente. (Informe de Genesys)

Para resumir, entonces, las cualidades que tiene asociadas el CRM son las siguientes:

- Permite un feedback real y en tiempo y forma entre la marca y el cliente: gracias a la monitorización la empresa puede detectar las necesidades en tiempo real y de esta

- manera darle al cliente una respuesta más efectiva satisfaciendo sus necesidades en mayo r medida.
- Contribuye a crear una comunidad estable y sólida: identifica a los clientes más fieles y comprometidos con la marca, ya que se conoce cuales son los contenidos que les resultan más interesantes y que dan pie a la conversación e interacción.
- El CRM mejora el ROI y ayuda a medirlo: ofrece la posibilidad de segmentar la audiencia y hacer un seguimiento de su evolución de manera de evaluar el impacto de las comunicaciones y acciones que realiza la empresa de manera de ajustar las estrategias si fuese necesario.

(Greenberg, 2003)

Las redes sociales como plataformas de atención al cliente en las organizaciones

Desde la aparición de Internet la sociedad ha evolucionado mucho. Hoy, esta red forma parte de nuestras vidas habiéndose introducido en muchas actividades cotidianas, más si cabe desde la aparición de los smartphones y las tablets, dispositivos que suelen acompañarnos a todas partes.

Según asegura el Informe de la Sociedad de la Información 2012, (Fundación Telefónica, 2013), "a finales de 2011 había ya 2.300 millones de personas conectadas a la Red, un 32,5% de la población mundial".

Estas cifras no dejan de crecer año tras año y constatan una serie de cambios sociales, pero también en las maneras con la que las empresas tenían de comunicar hasta ahora. La gestión de la comunicación y de la información que las empresas tenían implementadas hasta hace bien poco ha evolucionado, pasando de la comunicación masiva a la comunicación directa con el cliente, de un trato generalizado a uno personalizado.

Hoy en día hablar de redes sociales es hablar de Facebook, Twitter, Tuenti, Google+, Instagram, Pinterest y muchas otras que forman parte de la manera de relacionarse de la sociedad actual y millones de usuarios que tienen en todo el mundo cada una de estas aplicaciones. Además, se trata de "uno de los fenómenos más importantes que han caracterizado la evolución de Internet durante el último tiempo" (Telefónica, 2013). Hoy

ocupan los primeros puestos entre los servicios de internet en cuanto a número de usuarios y tiempo dedicado a ellos. De hecho, "su verdadero impacto transciende del mero ámbito de Internet para tener una gran influencia en las relaciones sociales y en la forma en la que se comunica la población." (Telefónica, 2013)

El servicio de atención al cliente crece año tras año y según el estudio realizado por Oracle, "Consumer Views of Live Help Online 2012", se estima que sea el segundo método de interacción con los clientes en tres años. Polo y Polo (2012) afirman que "en breve, atender a un cliente en plataformas sociales masivas será una obligación."

Además, son cada vez más los clientes que se acercan a estos perfiles profesionales, que se han convertido en un medio donde generar conversaciones. Esta presencia de las empresas en las redes sociales está sirviendo para generar una nueva plataforma de atención al cliente.

Santo (2013), menciona los beneficios que esta práctica puede tener para las marcas:

- 1. Conseguir una mayor vinculación entre la marca y sus clientes, y fomenta las recomendaciones. Los clientes que han tenido una experiencia positiva con la marca están hasta cuatro veces más dispuestos a recomendar a una marca, que aquellos que no han tenido ningún tipo de contacto con ella. Esto lleva a las marcas a plantearse seriamente la necesidad de fomentar el engagement con sus clientes y de esmerarse con el fin de ofrecer una experiencia lo más positiva posible.
- 2. Aumentar el valor medio del cliente. Los clientes más comprometidos con la marca gastan entre un 20% y un 40% más. Por tanto, el servicio de atención al cliente puede ser una opción rentable para muchas empresas. Todo depende de su capacidad para dirigir su estrategia hacia el cliente, como vía para llegar hasta él y dar pie a la comunicación bidireccional, donde ambas partes de encuentren en un mismo plano.
- 3. Proporcionar una relación con el cliente más efectiva. Las redes sociales son un canal que permite conectar de forma directa y efectiva con los clientes. El 70% de los consumidores que utiliza las redes sociales para conectar con las marcas seguirá haciéndolo, si obtiene una experiencia positiva.
- 4. Ayudar a proteger la reputación online de la marca. La principal causa de crisis de reputación online durante la última década fue una mala atención al cliente. Para evitar sufrir estas consecuencias lo mejor es contar con una estrategia efectiva de atención en

- redes sociales. De este modo, la empresa será capaz de reaccionar a tiempo, e impedir que el problema pase a mayores.
- 5. *Poder generar oportunidades de negocio*. Las redes sociales permiten el acercamiento con los clientes, el poder contactar de "one to one" y estrechar el vínculo con la marca. Esto permite generar engagement, además de facilitar la comunicación a otro nivel.

El uso de Twitter como plataforma de atención al cliente

Una de las redes sociales en la que se están abriendo perfiles específicamente dedicados a la atención al cliente es Twitter. Sus características hacen de ella una plataforma adecuada para ofrecer estos servicios. Una de las más importantes es la inmediatez de sus mensajes, que pueden ser vistos por el destinatario de una manera casi instantánea: "es rápido y ahorra tiempo: no es fácil filtrar las llamadas para seleccionar cuál tiene prioridad y a cuál dedicar nuestro tiempo en ese momento para resolver una duda o problema. En Twitter podes hacer una selección y contestar primero lo más urgente o importante y a la vez enviar un mensaje indicando que te pones con ello y después hacer averiguaciones para volver a ponerte en contacto con el cliente de nuevo" (Gutierrez, 2013).

Otra de las características que pueden hacer que las marcas opten por Twitter a la hora de ofrecer servicios de atención al cliente es el alto grado de viralidad que posee de forma implícita: "los clientes satisfechos pueden hablar muy bien a través de Twitter del comportamiento de tu empresa" (Gutiérrez, 2013). Además, la dualidad de mensajes públicos y mensajes privados le otorga la posibilidad de abordar los temas en función de las necesidades del cliente.

Jiménez (2012), también propone a Twitter como una poderosa herramienta como canal de atención al cliente. Cada vez más empresas ofrecen sus servicios de atención al cliente con las herramientas de redes sociales, por el simple hecho que permiten una respuesta rápida y eficiente de los comentarios, quejas, sugerencias, denuncias y dudas de los consumidores. Esta red social ya posee más de 500 millones de usuarios, por lo tanto 1 de cada 14 personas en el mundo tiene una cuenta en Twitter. Si como empresa no se tiene en cuenta estos datos, estarían perdiendo la posibilidad de competir y desaprovechando lo que ofrece este canal con

respecto a su inmediatez en las comunicaciones y su viralidad. Queda claro que los clientes se quieren conectar con la empresa de forma inmediata y directa, sin intermediarios ni ruidos, pero muchas de las empresas no toman en cuenta esa necesidad y por eso no la satisfacen. (Jiménez, 2012)

3. Metodología

El presente trabajo de investigación emplea la siguiente metodología y técnicas de captura de información sobre la utilización del canal online en Personal para la atención de reclamos o consultas de los consumidores.

La investigación se divide en dos partes:

1- Análisis de la demanda: abordaje cuantitativo

Encuestas a clientes de Personal: para conocer los hábitos de utilización y la percepción del cliente de Personal sobre las redes sociales Twitter y Facebook. Se realizó una encuesta online a través de Google Forms, a usuarios de telefonía móvil de la empresa Personal.

Se obtuvieron 39 respuestas completas a la encuesta realizada.

2- Análisis de la interna: abordaje cualitativo

Entrevistas al Community Manager: Para conocer y comprender las expectativas, los objetivos y estrategias de uso del canal online por parte del sector responsable de su desarrollo y gestión.

En una segunda etapa de análisis la lectura de la información es trabajada de manera integral y conjunta, a fin de obtener líneas de vinculación de la información entre la visión y expectativas del cliente y las respuestas por parte de la empresa.

4. Análisis de Datos

A continuación se analizan los datos obtenidos en las investigaciones cualitativas y cuantitativas, vinculando ambos resultados de forma articulada.

1- El objetivo de Personal de estar en las redes sociales:

En las redes sociales, Personal busca seguidores y presencia de marca. Hoy cuenta con perfiles en más de 9 redes sociales, aunque concentra en Facebook y Twitter su mayor número de seguidores y recursos internos de posicionamiento.

Según su Community Manager, Carolina Medrano el objetivo principal de estar presente en las redes sociales es mejorar el Branding. Definiendo esta mejora del branding como la construcción de ser el primero en innovación, compromiso y comunicación. El desarrollo del canal online como un espacio de atención al cliente no es un objetivo de la compañía en redes.

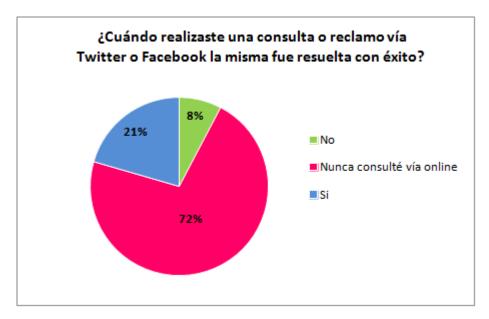
"Igualmente el objetivo original de tener presencia en las redes sociales no fue ni es la resolución de reclamos, sino que buscamos mejorar el Branding. Este es el objetivo principal, es la presencia de la marca en las redes, con eventos, novedades, etc."

Sin embargo no es la intención que reflejan los clientes ya que se reproducen los comentarios negativos acerca del servicio, comentarios o reclamos que resolución y seguimiento. (ver Anexo2- Desk Research)

2- <u>Utilización del canal online para la resolución de consultas o reclamos:</u>

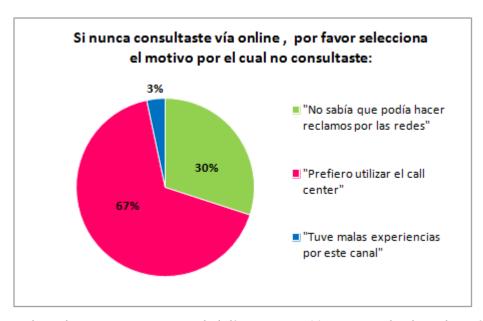
Pese al uso práctico de redes sociales como canal de reclamo, está no es una condición transversal a la mayoría de los clientes, el 72% de los clientes de Personal encuestados nunca consultó sobre algún inconveniente o realizó un reclamo vía las redes sociales Twitter o Facebook. Sin embargo, el 30 % de los encuestados afirmó que desconocía que podían hacerlo a través de este canal y por eso no las realizaban.

Gráfico 1: Resultado de la experiencia en las redes sociales



Fuente: Estudio online cuantitativo no probabilístico. Base: 39 casos. Fecha de realización: Set-16

Gráfico 2: Casos en que utilizan la vía online



Fuente: Estudio online cuantitativo no probabilístico. Base: 39 casos. Fecha de realización: Set-16

3- Percepción del canal online:

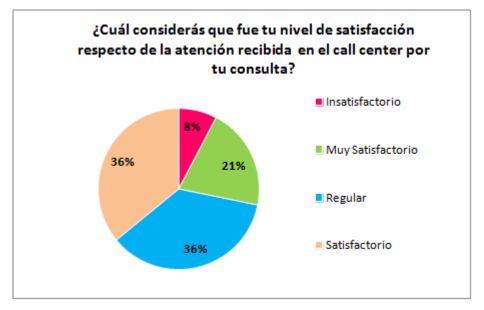
El 67% de los clientes prefieren llamar a un call center para realizar reclamos. En entrevistas con los clientes de la empresa, ellos manifestaron que "sienten más confianza en que los empleados que los atienden el teléfono están más capacitados que aquellos que trabajan en las redes sociales". Los clientes atendidos a través del canal tienen un nivel de satisfacción considerablemente alto (36% satisfactorio 36 % regular).

¿Cuando realizaste una consulta o reclamo por el call center, el incidente fue resuelto con rapidez?

Gráfico 3: Grado de rapidez de respuesta ante reclamos

Fuente: Estudio online cuantitativo no probabilístico. Base: 39 casos. Fecha de realización: Set-16

Gráfico 4: Nivel de satisfacción en el call center



Fuente: Estudio online cuantitativo no probabilístico. Base: 39 casos. Fecha de realización: Set-16

4- Tipos de reclamos y consultas en el canal online:

Los reclamos en las redes son diversos, sin embargo se concentran principalmente en cuestiones relacionadas con la calidad del servicio de red (cobertura) y problemas de facturación.

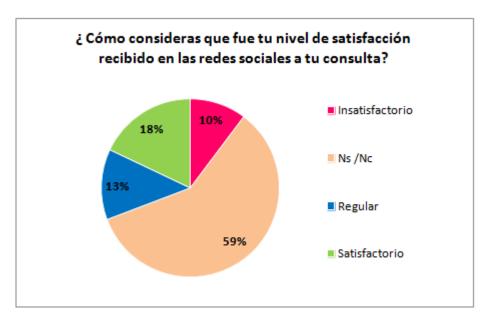
Pese a que originalmente las redes sociales no se posicionan como espacios de gestión de reclamos, debido a la intensidad de reclamos recibidos, se articuló un protocolo de atención el cual deriva las consultas a un chat privado, donde son atendidos por un contacto más capacitado sobre el problema. Este protocolo presenta dos fallas: deja la duda de la solución efectiva del caso y limita la "información" de resolución del problema al usuario específico. (Ver Anexo 2- Desk Research)

5- Nivel del servicio de atención en el canal online:

Los usuarios que si han utilizado las redes sociales bajo como un canal de consulta, pese a reconocer que no se trata de un canal dedicado a la atención al cliente, el 18% consideró

"satisfactorio" el nivel de atención recibida, y un 13 % lo consideró "regular", por lo que se infiere que al menos un 31% consideró que su reclamo o consulta fue "al menos" resuelta.

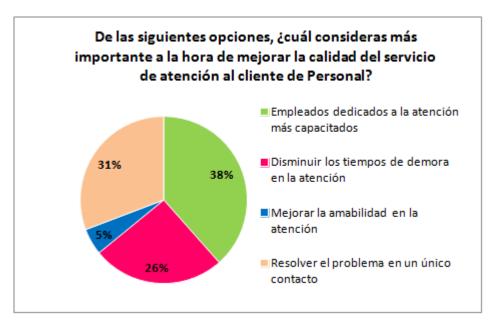
Gráfico 5: Nivel de satisfacción en las redes sociales



Fuente: Estudio online cuantitativo no probabilístico. Base: 39 casos. Fecha de realización: Set-16

En esa línea un 38 % de los clientes consultados consideran que debería existir una mayor capacitación para los empleados de Personal dedicados a la atención al cliente.

Gráfico 6: Factores importantes en la atención al cliente



Fuente: Estudio online cuantitativo no probabilístico. Base: 39 casos. Fecha de realización: Set-16

El 72% de los encuestados reconoció que utilizaría o volvería a utilizar esta vía para contactarse con un representante de Personal.

Gráfico 7: Expectativas de utilización de las redes sociales en el futuro



Fuente: Estudio online cuantitativo no probabilístico. Base: 39 casos. Fecha de realización: Set-16

6- La percepción de la página web:

En el ejercicio de simulación de consultas o reclamos online, soporte cualitativo desarrollado para el entendimiento del canal de atención, se observó que el "look & feel" de la web de Personal no es amigable para el usuario, la información no es fácilmente identificable y no se cumple con la regla de "máximo dos clicks para encontrar lo buscado". (Ver Anexo 2)

Las respuestas de los usuarios refuerzan esta observación. El 72% afirma haber encontrado lo que buscaba en la web, pero demoró demasiado para encontrarlo y un 18% ni siquiera lo encontró.

Al navegar la página web de Personal, dirías que encontraste rápidamente lo que buscabas?

Bencontré lo que buscaba pero demoré
Encontré lo que buscaba rápidamente
No lo encontré

Gráfico 8: Percepción de la página web

Fuente: Estudio online cuantitativo no probabilístico. Base: 39 casos. Fecha de realización: Set-16

7- El Feedback al cliente y su vinculación con el CRM:

Respecto de las métricas, Personal cuenta con mediciones relacionadas con "engagement" (la participación de los seguidores en las redes) y "mood" (el nivel de negatividad de los comentarios en una publicación), así como métricas relacionadas con la parte comercial

vinculadas al desempeño de las ofertas y compras. (Ver Anexo 2- Entrevista con la Community Manager)

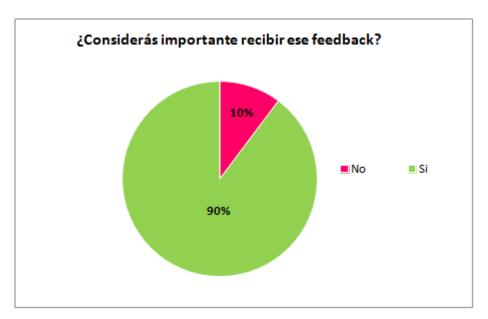
No existen métricas sobre reclamos, respuestas y soluciones, es decir sobre el seguimiento de reclamos y feedback. Sobre este punto, los usuarios muestran una agenda diferente. El 90% de los usuarios encuestados considera sumamente importante que se les realice un seguimiento y feedback luego del reclamo, consideran que esto muestra el compromiso que tiene Personal con los clientes para que se encuentren satisfechos y conformes con el servicio brindado.

Gráfico 9: Seguimiento del reclamo



Fuente: Estudio online cuantitativo no probabilístico. Base: 39 casos. Fecha de realización: Set-16

Gráfico 10: Importancia del Feedback para el cliente



Fuente: Estudio online cuantitativo no probabilístico. Base: 39 casos. Fecha de realización: Set-16

La Community Manager mencionó que no existe una integración entre los posteos, comentarios o reclamos que los clientes hacen en las redes sociales con la herramienta CRM que se utiliza para gestionar la información de los otros canales.

Mientras que un 33 % de los clientes encuestados espera que Personal conozca sus gustos e intereses y otro 33 % que posean una comunicación fluída con ellos.

Gráfico 11: Expectativas sobre la marca



Fuente: Estudio online cuantitativo no probabilístico. Base: 39 casos. Fecha de realización: Set-16

8- Las redes sociales como medio para la comunicación con Personal:

Si bien la marca no tiene como objetivo principal la resolución de reclamos o inconvenientes del servicio por el canal online, un 90% de los clientes considera que es una buena vía para hacerlo.

Gráfico 12: La comunicación futura en las redes



<u>Fuente:</u> Estudio online cuantitativo no probabilístico. Base: 39 casos. Fecha de realización: Set-16

5. Conclusiones

a- Conclusiones respecto del cliente (Evaluación de la demanda)

¿En qué situaciones utiliza las redes sociales para consultas o reclamos del servicio?

Existe un alto porcentaje de clientes que desconoce que Personal resuelve consultas o reclamos a través de la vía online. Los tipos de reclamos que se realizan en las redes sociales son diversos, sin embargo se concentran en cuestiones relacionadas con el servicio de red (cobertura) y la facturación.

Si bien los clientes esperan una rápida resolución de sus temas, la mayoría de los clientes entrevistados prefiere llamar al call center ya que siente que su reclamo está en tratamiento, aunque esto le represente más tiempo.

En este contexto es interesante resaltar que una de las ventajas que tienen estas redes sociales (Twitter y Facebook) o los servicios de mensajería instantánea (como WhatsApp) es la posibilidad de comunicarse con el cliente de forma personal, privada y sin que éste tenga la sensación de perder el tiempo colgado de un teléfono. Puede ser que en las redes sociales la respuesta tarde más en llegar que en la atención telefónica, pero la percepción del cliente no parece ser la misma, no hay sentimiento de pérdida de tiempo y por ende no refleja tanto enojo.

¿Cuáles son las expectativas de los clientes respecto de la atención al cliente?

En el mundo sumamente conectado actual, los consumidores tienen altas expectativas. A la mayoría de los consumidores no les gusta llamar al centro de contacto, sin embargo, no tienen otra opción.

Los clientes en su mayoría no utilizan las redes sociales como canal de atención para realizar consultas o trámites sobre el servicio, tal vez por desconocimiento de que ésto se realiza vía

online o por costumbre de hacerlo vía telefónica. Pero la minoría que si lo ha utilizado, reconoce haber recibido un nivel satisfactorio de atención a su consulta y solución de sus necesidades lo que aumenta la lealtad a la satisfacción y disminuye la pérdida de clientes.

Otro punto de suma importancia para los clientes está relacionado con el tiempo de demora para la resolución de reclamos. Para continuar con este objetivo y mejorar los estándares de calidad de atención resulta esencial que Personal capacite a sus empleados de manera de disminuir los tiempos de demora en la atención y que un solo representante te resuelva el trámite.

¿Qué percepción tienen de las redes sociales como canal de consulta?

El cliente no se siente familiarizado con la atención online, si bien lo considera un medio interesante para comunicarse con la marca, aun prefiere llamar al call center porque consideran que los empleados resolverán con mayor rapidez los temas ya que se encuentran más capacitados.

Los cambios tecnológicos que trajo aparejado la posmodernidad conllevan a la aparición de un nuevo consumidor. Relacionarse, escuchar y entender al cliente son los ejes primordiales del éxito de una marca.

Este crecimiento de Internet como medio de comunicación junto con el fortalecimiento de las redes sociales, hace que las empresas las deban incorporar a sus estrategias empresariales para lograr mayor notoriedad y rentabilidad. Tal es así que la red se puede apreciar como un espacio social, donde tanto las compañías como los clientes participan de conversaciones y cuentan sus experiencias con el servicio y la marca, creando comunidades virtuales que generan valor e interés para los consumidores.

El cliente considera a las redes sociales como buen un canal de comunicación entre marca – cliente. Pero el verdadero ahorro es para los clientes y es el TIEMPO, por lo que considero aún más gran oportunidad de desarrollo.

¿Cuáles son las expectativas de utilización de estas herramientas?

El cliente tiene expectativas sobre su relación con la marca y ha manifestado que espera que Personal conozca sus gustos e intereses y que además posea una comunicación más fluida con él. Para lograr esto es primordial conseguir el nivel de individualización de un mensaje a un cliente en particular y relacionarse con el receptor específico para satisfacer sus expectativas y necesidades.

Los smartphones y la capacidad de estar permanentemente conectado y la adaptación a las redes sociales, son uno de los puntos clave de la expansión que estos nuevos medios han tenido en los últimos años. La atención al cliente a través de las redes sociales comienza a convertirse en una práctica de vanguardia, el cliente espera cada vez más de una marca: que lo conozca, que sepa que busca, que converse con él. Espera que la marca sea más "humana" y lo entienda.

Entender cada interacción con el cliente, se vuelve esencial:

- Que cada interacción sea simple con interfaces intuitivas y para usar, que incluyan solo la información relevante de la transacción y minimicen la cantidad de pasos necesarios para completar una interacción.
- Interacciones que sean consistentes entre el canal y punto de contacto, es decir, que proporcione la misma respuesta y el mismo servicio.
- Que cada interacción sea personal para que cada cliente reciba un trato personalizado y valiosas de manera de aumentar el valor del cliente de por vida. Esto implica, además tener la capacidad de presentar ofertas innovadoras rápidamente y garantizar el cumplimiento según lo prometido.

b- Conclusiones respecto de Personal (Evaluación de la interna)

¿Qué información tiene la empresa sobre los clientes que usan las redes sociales?

Las redes sociales cambiaron totalmente la forma de relacionarse y comunicarse entre la sociedad y las empresas. Las organizaciones no poseen el control de lo que se habla sobre sus productos o servicios, ya que los consumidores en las redes sociales pueden hablar bien o mal y así desprestigiar la marca y quedar expuesto a la vista de todos, cosa que no sucede cuando es vía telefónica, porque es privado entre el empleado y el cliente.

Las compañías deben comprender y escuchar a todo momento a sus públicos, ya que ellos son los que consumen, adquieren sus productos y servicios y esperan nuevos beneficios y mejoras de lo que poseen.

En la actualidad Personal tiene presencia en las redes sociales de vanguardia pero utiliza el canal online como una vía de comunicación unilateral, es decir que la actividad en las redes sociales solo está impulsada por la presencia de marca (Branding) en las redes pero no busca el feedback del cliente.

La investigación realizada ha demostrado que la atención de consultas y reclamos del cliente vía online se ha ido desarrollando de manera forzada cuando al analizar el "mood" de los clientes el mismo arrojaba un alto grado de enojo y negatividad. Entonces la respuesta al cliente se generó de manera no planifica, por lo que considero que Personal aún no explotó los beneficios que puede tener el desarrollo del canal online como plataforma de atención a los clientes. Toda la información proveniente de la utilización de las redes sociales como ser comentarios, likes, posteos, consultas, etc. no es utilizada por la empresa para nutrirse de información y conocer a sus clientes de manera de direccionar el servicio y atención de acuerdo a sus expectativas.

¿Cuál es la vinculación de las redes sociales con las herramientas de CRM y las acciones que realiza de acuerdo a los resultados obtenidos?

Personal no vincula la información proveniente de las redes sociales con su herramienta CRM. Cuenta con escasas métricas para el seguimiento de consultas y reclamos, lo que no permite conocer exactamente donde se concentran los desvío o reclamos para entender cuáles son los focos para la mejora tanto en la atención al cliente como del servicio en sí.

El seguimiento de los reclamos o consultas es fundamental ya que para el cliente es importante que se les realice un seguimiento y feedback luego del reclamo, consideran que esto muestra el compromiso que tiene Personal con los clientes para que se encuentren satisfechos y conformes con el servicio brindado.

El desarrollo del canal online tiene aparejado el ahorro de costes, la inmediatez e interactividad de los mensajes, lo que representa una serie de ventajas frente al uso de otras plataformas como los centros de atención telefónica. Los centros de atención telefónica pueden ser costosos para las empresas, tanto si está montado con medios propios como subcontratado, se trata de una considerable inversión económica.

Además la atención al cliente a través de redes sociales hace disminuir los gastos ya que las empresas no tendrán que pagar por el canal dado que abrir una cuenta en redes sociales es gratuito. El beneficio para la marca es aún más elevado ya que si el cliente satisface su demanda siempre puede lanzar mensajes positivos para la marca que hace público para el resto de sus seguidores.

El servicio al cliente constituye un aspecto fundamental para el éxito organizacional independiente de la actividad comercial desempeñada. En este sentido, el servicio al cliente se convierte en ese elemento diferenciador de la empresa para el logro de una fidelización de sus clientes y para la atracción de unos nuevos.

Por ello creo que puede ser interesante para Personal las siguientes recomendaciones con la finalidad de **"humanizar la marca"** a través del canal online:

- <u>Cliente 2.0:</u> crear una comunidad virtual en la que los clientes sean protagonistas: obtener feedback de ellos de manera instantánea, conocer mejor al público y que los clientes se ayuden entre sí a resolver problemas.
- Armar un equipo de trabajo dedicado a la atención al cliente vía online:

 Capacitaciones, buen trato y disponibilidad de información.
- <u>Integración con el CRM</u> : para saber quién es el cliente y que espera en su atención.
- **Establecer indicadores medibles**: que te indiquen hacia dónde evolucionan las necesidades de tus clientes y la calidad hacia la marca.
- <u>Integrar la atención al cliente vía WhatsApp:</u> utilizar esta herramienta de vanguardia para comunicarse con los clientes de manera más privada y sin necesidad de estar colgado a la línea telefónica. Además el asesor podría estar atendiendo varias comunicaciones al mismo tiempo.

6. Bibliografía

- Adriana Fassio, Liliana Pascual, 2015. "Apuntes para desarrollar una investigación de campo de la Administración y el Análisis Organizacional". Editorial Eudeba.
- Artículo Diario Página/12: Sebastián Premici (2011) "Servicio...") http://www.pagina12.com.ar/diario/suplementos/cash/17-5543-2011-10-30.html
- Artículo Diario Prensa Libre: "Movistar atienda a los usuarios a través de Whatsapp", por Sandra Vi. Julio 2016
 http://www.prensalibre.com/economia/atencion-247-compaia-utiliza-la-aplicacion-de-whatsapp-para-atender-todo-el-dia-y-365-dias-a-sus-usuarios
- CNC, Comisión Nacional de Comunicaciones, "Informe de Estadísticas e Indicadores de las Telecomunicaciones en Argentina". Serie 2008-2012. Capítulo 3: "Telefonía Móvil".
- Dans, E. (2001). Sobre modas y realidades: CRM o el nuevo marketing digital. Información Comercial Española, ICE: Revista de economía, (791), 55-62.
- Entrevista a Paco Vázquez, Responsable del equipo de Community Managers de Movistar España.
 http://www.socialancer.com/movistar-atencion-al-cliente-2-0/
- Fundación Telefónica. (2013). La sociedad de la información en España 2012, Madrid.
- Gutierrez, A. (2013). ¿Por qué Twitter como canal de atención al cliente? http://www.puromarketing.com/42/16759/twittercomo-canal-atencion-cliente.html
- Greenberg, P. (2003). CRM: gestión de relaciones con los clientes. Editorial:
 McGraw-Hill.
- Grosz, M (2013) "Los cinco principales problemas de la telefonía celular en Argentina". Diario Clarín. Recuperado en:
 http://www.clarin.com/sociedad/principales-problemas-telefonia-celular-argentina 0 849515139.html
- Informe de Genesys: "Estrategias de servicio al cliente para el sector de telecomunicaciones para América Latina"
- Jiménez, I. 2012. "Twitter: Una poderosa herramienta como canal de atención al Cliente".

- http://www.puromarketing.com/16/13891/twitter-poderosa-herramienta-como-canalatencion-cliente.html
- Kotler, P.; Camara, D.; Grande, I. 1995. "Dirección de marketing". Prentice Hall, 8^a edición, Madrid.
- Maqueira, J. M., & Bruque, S. (2009). Marketing 2.0: el nuevo marketing en la web de las redes sociales. Ra-Ma.
- Paci, Jimena (2012) Defensa al consumidor. La Nación. Recuperado de http://www.lanacion.com.ar/1503684-la-telefonia-celular-lidera-el-ranking-de-quejasde-usuarios
- Página de Personal: www.personal.com.ar
- Página de Movistar: <u>www.movistar.com.ar</u>
- Polo Hernanz, J.L. y Polo Hernanz, P.F. (2012). #Socialholic: Todo lo que necesitas saber sobre marketing en medios sociales. Gestión 2000.
- Roger J. Best, 2007. "Marketing Estratégico". 4 a edición. Editorial Pearson
 Educación S.A. Capítulo 5:" Segmentación de mercados y marketing de relaciones con los clientes"
- Sales, M. M. 2002: "El comportamiento del consumidor".
- Santacruz, J. 2002: "Orientación al mercado y marketing relacional: dos caras de la misma moneda"
- Santo, C. (2013). Los 5 beneficios de la atención al cliente en redes sociales.
 http://www.puromarketing.com/42/18078/beneficiarseatencion-cliente-redes-sociales.html
- Solomon, M. 2008. "El Comportamiento del Consumidor. Conceptos y Aplicaciones".
- Valcárcel, I. G. (2001). CRM: gestión de la relación con los clientes. FC Editorial.

7. Anexos

ANEXO 1: Guía de Pautas para la investigación:

• Encuestas a los clientes de Personal:

Las encuestas se realizarán online a 30 personas (mínimo), hombres y mujeres de 21 a 65 años de Capital Federal, de diferentes ocupaciones, que posean como Cía. prestadora de telefonía móvil a Personal. La misma se llevará a cabo a través de la herramienta "Google Forms" para que sea respondida en forma anónima.

https://goo.gl/forms/JVBgqRFrbDWJY4aq2

Se realizarán las siguientes preguntas:

- 1- ¿Cuándo realizaste una consulta o reclamo vía Twitter o Facebook la misma fue resuelta con éxito?
 - a- Si
 - b- No
 - c- Nunca consulté por la vía online
- 2- Si nunca consultaste vía online, por favor, seleccióná el motivo por el cual no consultaste:
 - a- Porque desconocía el tratamiento de las redes sociales para reclamos
 - b- Porque prefiero utilizar el call center
 - c- Porque tuve malas experiencias anteriores
- 3- En el futuro ¿Utilizarías o volverías a utilizar Twitter o Facebbok para la realización de reclamos o consultas?
 - a- Si
 - b- No
- 4- ¿Cómo consideras que fue tu nivel de satisfacción recibido en las redes sociales a tu consulta?
 - a. Muy satisfactorio
 - b. Satisfactorio

- c. Regular
- d. Insatisfactorio
- e. Ns/Nc
- 5- ¿Recibiste algún feedback de seguimiento de tu reclamo?
 - a. Si
 - b. No
- 6- ¿Considerás importante recibir ese feedback?
 - a. Si
 - b. No
- 7- Al navegar la página web de Personal, ¿dirías que encontraste rápidamente lo que buscabas?
 - a. Encontré lo que buscaba pero demoré
 - b. Encontré lo que buscaba rápidamente
 - c. No lo encontré
- 8- ¿Buscarías o volverías a buscar algo por este medio?
 - a. Si
 - b. No
- 9-¿Cuando realizaste una consulta o reclamo por el call center, el incidente fue resuelto con rapidez?
 - a. Si
 - b. No
- 10-¿Cuál considerás que fue tu nivel de satisfacción respecto a la atención recibida en el call center por tu consulta?
 - a. Muy satisfactorio
 - b. Satisfactorio
 - c. Regular
 - d. Insatisfactorio
- 11-De las siguientes opciones, ¿cuál consideras más importante a la hora de mejorar el la calidad del servicio de atención al cliente de Personal?
 - a. Empleados dedicados a la atención más capacitados
 - b. Disminuir los tiempos de demora en la atención
 - c. Mejorar la amabilidad en la atención
 - d. Resolver el problema en un único contacto.

- 12- ¿Consideras que las redes sociales un buen medio para la comunicación entre los clientes y las empresas?
 - a. Si
 - b. No

13-¿Cuáles son tus expectativas sobre la marca Personal?

- a. Que conozca mis intereses y gustos
- b. Que posea una comunidad fluida y constante
- c. Que tenga una comunicación fluida conmigo
- d. No tengo expectativas

• Entrevista con el Community Manager

Las preguntas de la entrevista se basarán en investigar cuál es la visión del encuestado sobre el camino que lleva la Cía. respecto al cuidado y fidelización del cliente en las redes sociales, que acciones realizan actualmente y cuál es el horizonte futuro de acciones que realizarán.

Se realizarán las siguientes preguntas:

- 1. En qué redes le interesa más a personal estar? Y por qué?
- 2. Cuál es el beneficio que aporta disponer de un servicio de atención al cliente en redes sociales?
- 3. En qué temas se concentran las consultas?
- 4. Qué tipo de métricas tienen?
- 5. Realizan la integración de los posteos o reclamos o likes con CRM? De qué manera aprovechas el contenido generado por los clientes para seguir comunicando?
- 6. Monitorean palabras claves para darle seguimiento? (seguimiento del posteo end to end?)
- 7. Tienen protocolos de atención al cliente?
- 8. Qué expectativas tienen para el futuro en las redes sociales?

ANEXO 2: Resultado de las encuestas y entrevista:

• Resultados de las encuestas a los clientes de Personal:

De un total de 39 respuestas se consiguieron los siguientes resultados:



• Respuestas de la Entrevista con el Community Manager

Carolina Medrano

Community Manager

Gerencia de COMUNICACION DIGITAL Y BRANDED CONTENT

1. En qué redes le interesa más a Personal estar? Y por qué?

Personal trata de tener presencia en todas las redes sociales, buscamos la innovación, por lo que cada nueva red social que sale la investigamos y generamos contenido.

Hoy en día estamos presentes en la mayoría de las redes Facebook, Twitter, Foursquare, Youtube, Google+, Linkedin, Pinterest, Tinder, Snaptchat, pero es cierto que las que más trascendencia, trayectoria y seguidores tienen son Facebook y Twitter, por lo que la mayoría de nuestras acciones están focalizadas en ellas. Además con estas dos redes abarcamos la mayor parte de nuestro target, porque Facebook lo usamos para personas de 30 años para arriba y Twitter para los más jóvenes, es más, el tipo de publicaciones en ambas redes es distintos, por ejemplo, para el Personal Fest posteamos determinadas bandas en una red social y otras bandas en la otra de acuerdo al target seguidor.

2. Cuál es el beneficio que aporta disponer de un servicio de atención al cliente en redes sociales?

Creo que los beneficios son varios, pero se concentran en la disminución de los tiempos de gestión, la consulta de los clientes se deriva a una conversación privada lo que permite la derivación del reclamo al sector correspondiente y profundizar el análisis del mismo. Esta no exposición del reclamo o solución forma parte del cuidado de la imagen de marca que queremos tener.

Igualmente el objetivo original de tener presencia en las redes sociales no fue ni es la resolución de reclamos, sino que buscamos mejorar el Branding, es el objetivo principal es la presencia de la marca en las redes, con eventos, novedades, y ese tipo de cosas.

3. En qué temas se concentran las consultas?

Se concentran en Servicios de Red (datos y voz) y en Facturación....

4. Qué tipo de métricas tienen?

Nuestras métricas se focalizan en la imagen de marca, por lo que una muy importante para nosotros es el "Mood" que es el grado de negatividad en los comentarios, por ende buscamos que los valores de esta métrica sea baja.... Cuánto más baja mejores comentarios tenemos en las redes...

Otra métrica es importante es el "Engagement" tiene que ver con la interacción y participación de los seguidores en las redes Tal como te comente antes el objetivo de estar en las redes es mostrarnos como marca, por lo que para nosotros es ideal un cliente que esté comprometido con la marca... es un punto muy difícil de lograr, y más por tratarse de una empresa de servicio donde dejar contento al cliente es súper complicado... Y otras muy relacionadas al negocio son las de oferta y compra ... que no son tan interesantes para nosotros pero si para los comerciales... además de esto vive la empresa.

5. Realizan la integración de los posteos o reclamos o likes con CRM? De qué manera aprovechas el contenido generado por los clientes para seguir comunicando?

No, lamentablemente no hay integración con CRM... es una pena porque es cierto que nos brindaría mucha información del cliente... hubieron algunas promesas de proyectos pero se cayeron y finalmente no se unifica al cliente....

A lo que si le damos seguimiento, pero porque tal vez es una cuestión más comercial, es a la participación de los clientes en los sorteos y concursos, pero es cierto que con esto no alcanza, y somos conscientes pero hoy en día no es una prioridad.

- 6. Monitorean palabras claves para darle seguimiento? (seguimiento del posteo end to end?)

 Mmmm... solo algunos... por ejemplo los de los eventos o concursos... por ejemplo,

 cuando hacemos el "Personal Fest" para nosotros es súper importante saber la penetración

 del Hashtag que utilices....pero solo monitoreamos en esos casos que nos interesa seguir y

 que son muy pocos.
- 7. Tienen protocolos de atención al cliente?

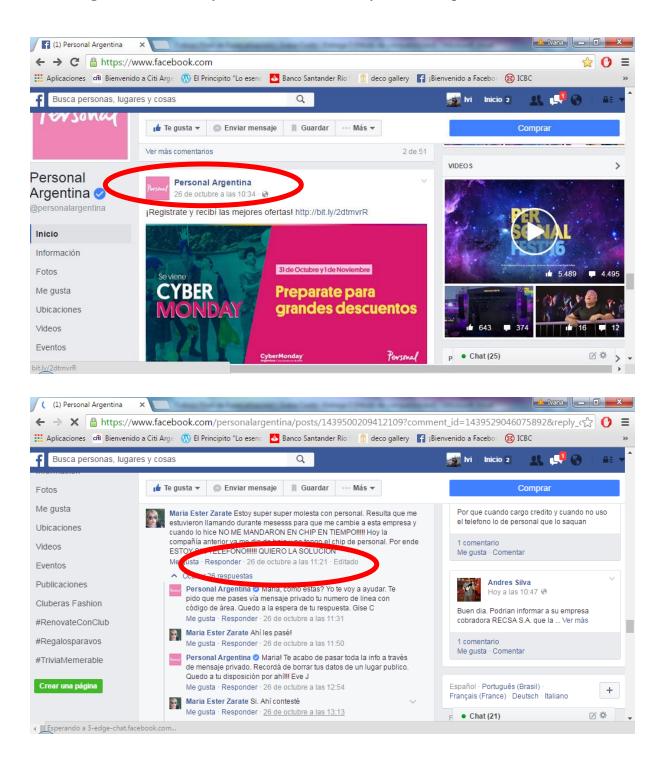
Si, tenemos protocolos en caso de fallas de algún servicio o red en alguna zona, a veces nos enteramos antes por las redes sociales que dentro de la compañía. En ese caso tratamos de no blanquearlo al público en las redes sociales, sino que seguimos un protocolo de crisis que se basa en la verificación de la misma y en caso que se decida publicarlo en las redes se valida con Legales y con el área de Customer Prensa para hacerlo correctamente y evitar inconvenientes.

8. Qué expectativas tienen para el futuro en las redes sociales?

Bueno, como te comenté anteriormente el foco esta puesto en la innovación, el engagement y la comunicación, es decir que nosotros no queremos que sea el reemplazo del canal telefónico para los reclamos, no queremos que se convierta en eso, sino que lo que buscamos es un desarrollo de maraca, a través de contenido "trending"... se busca eso justamente que sea un canal lúdico y amigable donde hablemos de nuevas tecnologías, eventos, concursos... en definitiva una comunidad tecnológica!!

ANEXO 3: Desk Research:

Comentarios negativos, reclamos y consultas sobre la mayoría de las publicaciones:

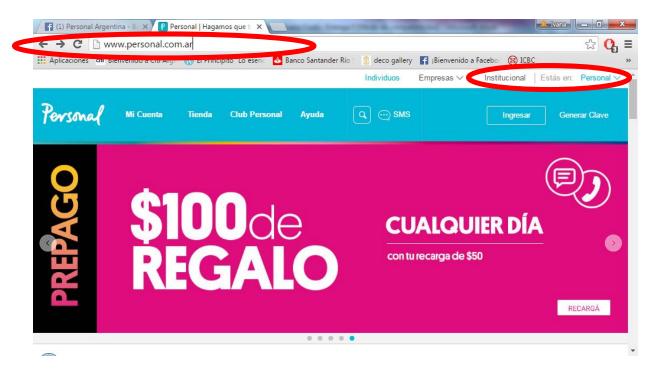


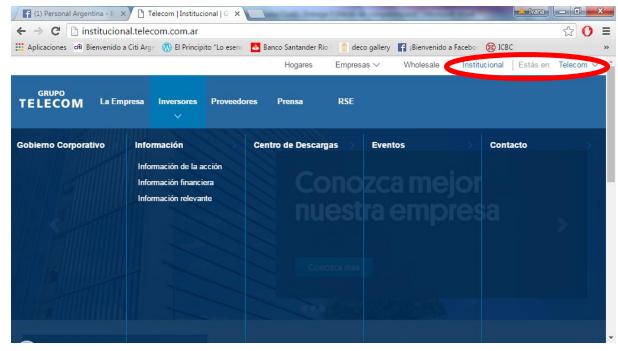


Look & Feel Web Personal

Pasos para conocer información sobre personal como empresa:

 Cuando querés conocer como es la empresa Personal, sus misión, visión y valores, ingresas en "Institucional" se va de la página de Personal y te transmite a la de Telecom Empresas lo cual confunde mucho al usuario que desconoce la Cia.





1- Cuando realizaste una consulta o reclamo vía Twitter o Facebook la misma fue resuelta con éxito? *
○ Si
○ No
Nunca consulté vía online
2- Si nunca consultaste vía online , selecciona el motivo por el cual no las consultaste:
O Porque desconocía el tratamiento de las redes sociales para reclamos
O Porque tuve en experiencias anteriores no solucionaron mi problema
Porque prefiero llamar el call center
3- Utilizarías o volverías a utilizar en el futuro la realización de reclamos o consultas a través de Twitter o Facebook? * Si No

4- Cómo consideras que fue tu nivel de satisfacción recibido en las redes sociales a tu consulta? *
Muy satisfactorio
Satisfactorio
O Regular
Insatisfactorio
O No no realicé consulta por esta vía
5- Recibiste algún feedback de seguimiento de tu reclamo? *
○ Si
No
6- Considerás importante recibir ese feedback? *
● Si
○ No
7- Al navegar la página web de Personal, encontraste rápidamente lo que buscabas? *
O Lo encontré pero demoré
O Lo encontré rápidamente
No lo encontré
8- Buscarías o volverías a buscar algo por este medio? *
● Si
○ No

fue resuelto con rapidez? *
Si
O No
10- Cómo consideras que fue tu nivel de satisfacción recibido en el call center a tu consulta? *
Muy Satisfactorio
Satisfactorio
O Regular
Insatisfactorio
11- De las siguientes opciones, cuál consideras más importante a la hora de mejorar el la calidad del servicio de atención al cliente de Personal? *
O Debería existir mayor capacitación de los empleados dedicados a la atención
Deberían disminuir los tiempos de demora en la atención
O Deberían ser más amables en la atención
O No deberían derivar los reclamos a otras áreas y resolverse en el mismo contacto.
12- Consideras que las redes sociales un buen medio para la comunicación con el cliente? *
Si
O No

13- Cuáles son tus expectativas sobre la marca Personal? *	
O Que conozca mis intereses y gustos	
O Que posea una comunidad fluida y constante	
Que tenga una comunicación fluida conmigo	
No tengo expectativas	

1- Cuando realizaste una consulta o reclamo vía Twitter o Facebook la misma fue resuelta con éxito? *
○ Si
O No
Nunca consulté vía online
2- Si nunca consultaste vía online , selecciona el motivo por el cual no las consultaste:
O Porque desconocía el tratamiento de las redes sociales para reclamos
Porque tuve en experiencias anteriores no solucionaron mi problema
O Porque prefiero llamar el call center
3- Utilizarías o volverías a utilizar en el futuro la realización de reclamos o consultas a través de Twitter o Facebook? *
○ Si
No

4- Cómo consideras que fue fu nivel de satisfacción recibido en las redes sociales a tu consulta? *
Muy satisfactorio
Satisfactorio
O Regular
Insatisfactorio
O No no realicé consulta por esta vía
5- Recibiste algún feedback de seguimiento de tu reclamo? *
○ Si
No
6- Considerás importante recibir ese feedback? *
Si
○ No
7- Al navegar la página web de Personal, encontraste rápidamente lo que buscabas? *
Lo encontré pero demoré
O Lo encontré rápidamente
O No lo encontré
8- Buscarías o volverías a buscar algo por este medio? *
○ Si
No

9- Cuando realizaste una consulta o reclamo por el call center, el incidente fue resuelto con rapidez? *
○ Si
No
10- Cómo consideras que fue tu nivel de satisfacción recibido en el call center a tu consulta? *
Muy Satisfactorio
Satisfactorio
Regular
Insatisfactorio
11- De las siguientes opciones, cuál consideras más importante a la hora de mejorar el la calidad del servicio de atención al cliente de Personal? *
Debería existir mayor capacitación de los empleados dedicados a la atención
O Deberían disminuir los tiempos de demora en la atención
O Deberían ser más amables en la atención
 Deberían ser más amables en la atención No deberían derivar los reclamos a otras áreas y resolverse en el mismo contacto.
 No deberían derivar los reclamos a otras áreas y resolverse en el mismo contacto. 12- Consideras que las redes sociales un buen medio para la comunicación
 No deberían derivar los reclamos a otras áreas y resolverse en el mismo contacto. 12- Consideras que las redes sociales un buen medio para la comunicación con el cliente? *

13-	Cuales son tus expectativas sobre la marca Personai:
	Que conozca mis intereses y gustos

Que posea una comunidad fluida y constante

O Que tenga una comunicación fluida conmigo

No tengo expectativas

This content is neither created nor endorsed by Google.

1- Cuando realizaste una consulta o reclamo vía Twitter o Facebook la misma fue resuelta con éxito? *
O Si
O No
Nunca consulté vía online
2- Si nunca consultaste vía online , selecciona el motivo por el cual no las consultaste:
O Porque desconocía el tratamiento de las redes sociales para reclamos
O Porque tuve en experiencias anteriores no solucionaron mi problema
Porque prefiero llamar el call center
3- Utilizarías o volverías a utilizar en el futuro la realización de reclamos o consultas a través de Twitter o Facebook? *
Si
O No

4- Cómo consideras que fue fu nivel de satisfacción recibido en las redes sociales a tu consulta? *
Muy satisfactorio
Satisfactorio
Regular
Insatisfactorio
O No no realicé consulta por esta vía
5- Recibiste algún feedback de seguimiento de tu reclamo? *
○ Si
No
6- Considerás importante recibir ese feedback? *
Si
○ No
7- Al navegar la página web de Personal, encontraste rápidamente lo que buscabas? *
Lo encontré pero demoré
O Lo encontré rápidamente
O No lo encontré
8- Buscarías o volverías a buscar algo por este medio? *
Si
○ No

fue resuelto con rapidez? *
Si
O No
10- Cómo consideras que fue tu nivel de satisfacción recibido en el call center a tu consulta? *
Muy Satisfactorio
Satisfactorio
O Regular
Insatisfactorio
11- De las siguientes opciones, cuál consideras más importante a la hora de mejorar el la calidad del servicio de atención al cliente de Personal? *
O Debería existir mayor capacitación de los empleados dedicados a la atención
Deberían disminuir los tiempos de demora en la atención
O Deberían ser más amables en la atención
O No deberían derivar los reclamos a otras áreas y resolverse en el mismo contacto.
12- Consideras que las redes sociales un buen medio para la comunicación con el cliente? *
Si
O No

13- Cuáles son tus expectativas sobre la marca Personal? *	
O Que conozca mis intereses y gustos	
Que posea una comunidad fluida y constante	
Que tenga una comunicación fluida conmigo	
No tengo expectativas	

1- Cuando realizaste una consulta o reclamo vía Twitter o Facebook la misma fue resuelta con éxito? *
○ Si
○ No
Nunca consulté vía online
2- Si nunca consultaste vía online , selecciona el motivo por el cual no las consultaste:
Porque desconocía el tratamiento de las redes sociales para reclamos
O Porque tuve en experiencias anteriores no solucionaron mi problema
O Porque prefiero llamar el call center
3- Utilizarías o volverías a utilizar en el futuro la realización de reclamos o consultas a través de Twitter o Facebook? *
● Si
O No

4- Cómo consideras que fue tu nivel de satisfacción recibido en las redes sociales a tu consulta? *
Muy satisfactorio
Satisfactorio
O Regular
Insatisfactorio
No no realicé consulta por esta vía
5- Recibiste algún feedback de seguimiento de tu reclamo? *
○ Si
No
6- Considerás importante recibir ese feedback? *
Si
O No
7- Al navegar la página web de Personal, encontraste rápidamente lo que buscabas? *
Lo encontré pero demoré
O Lo encontré rápidamente
O No lo encontré
8- Buscarías o volverías a buscar algo por este medio? *
Si
○ No

9- Cuando realizaste una consulta o reclamo por el call center, el incidente fue resuelto con rapidez? *
○ Si
No
10- Cómo consideras que fue tu nivel de satisfacción recibido en el call center a tu consulta? *
Muy Satisfactorio
Satisfactorio
O Regular
Insatisfactorio
11- De las siguientes opciones, cuál consideras más importante a la hora de mejorar el la calidad del servicio de atención al cliente de Personal? *
O Debería existir mayor capacitación de los empleados dedicados a la atención
O Deberían disminuir los tiempos de demora en la atención
O Deberían ser más amables en la atención
No deberían derivar los reclamos a otras áreas y resolverse en el mismo contacto.
12- Consideras que las redes sociales un buen medio para la comunicación con el cliente? *
Si
O No

13- Cuáles son tus expectativas sobre la marca Personal? *	
O Que conozca mis intereses y gustos	
O Que posea una comunidad fluida y constante	
Que tenga una comunicación fluida conmigo	
O No tengo expectativas	
O No tengo expectativas	

uando realizaste una consulta o reclamo vía Twitter o Facebook la ma fue resuelta con éxito? *
Si
No
Nunca consulté vía online
i nunca consultaste vía online , selecciona el motivo por el cual no las sultaste:
Porque desconocía el tratamiento de las redes sociales para reclamos
Porque tuve en experiencias anteriores no solucionaron mi problema
Porque prefiero llamar el call center
tilizarías o volverías a utilizar en el futuro la realización de reclamos o sultas a través de Twitter o Facebook? *
Si
No

4- Cómo consideras que fue tu nivel de satisfacción recibido en las redes sociales a tu consulta? *
Muy satisfactorio
Satisfactorio
O Regular
Insatisfactorio
No no realicé consulta por esta vía
5- Recibiste algún feedback de seguimiento de tu reclamo? *
○ Si
No
6- Considerás importante recibir ese feedback? *
Si
O No
7- Al navegar la página web de Personal, encontraste rápidamente lo que buscabas? *
Lo encontré pero demoré
O Lo encontré rápidamente
O No lo encontré
8- Buscarías o volverías a buscar algo por este medio? *
Si
○ No

fue resuelto con rapidez? *
● Si
O No
10- Cómo consideras que fue tu nivel de satisfacción recibido en el call center a tu consulta? *
Muy Satisfactorio
Satisfactorio
O Regular
Insatisfactorio
11- De las siguientes opciones, cuál consideras más importante a la hora
de mejorar el la calidad del servicio de atención al cliente de Personal? *
de mejorar el la calidad del servicio de atención al cliente de Personal? * Debería existir mayor capacitación de los empleados dedicados a la atención
Debería existir mayor capacitación de los empleados dedicados a la atención
 Debería existir mayor capacitación de los empleados dedicados a la atención Deberían disminuir los tiempos de demora en la atención
 Debería existir mayor capacitación de los empleados dedicados a la atención Deberían disminuir los tiempos de demora en la atención Deberían ser más amables en la atención
 Debería existir mayor capacitación de los empleados dedicados a la atención Deberían disminuir los tiempos de demora en la atención Deberían ser más amables en la atención No deberían derivar los reclamos a otras áreas y resolverse en el mismo contacto. 12- Consideras que las redes sociales un buen medio para la comunicación
 Debería existir mayor capacitación de los empleados dedicados a la atención Deberían disminuir los tiempos de demora en la atención Deberían ser más amables en la atención No deberían derivar los reclamos a otras áreas y resolverse en el mismo contacto. 12- Consideras que las redes sociales un buen medio para la comunicación con el cliente? *

13-	- Cuáles son tus expectativas sobre la marca Personal? *
	Que conozca mis intereses y gustos
\bigcirc	Que posea una comunidad fluida y constante

Que tenga una comunicación fluida conmigo

No tengo expectativas

This content is neither created nor endorsed by Google.

1- Cuando realizaste una consulta o reclamo vía Twitter o Facebook la misma fue resuelta con éxito? *
Si
○ No
O Nunca consulté vía online
2- Si nunca consultaste vía online , selecciona el motivo por el cual no las consultaste:
O Porque desconocía el tratamiento de las redes sociales para reclamos
O Porque tuve en experiencias anteriores no solucionaron mi problema
O Porque prefiero llamar el call center
 3- Utilizarías o volverías a utilizar en el futuro la realización de reclamos o consultas a través de Twitter o Facebook? * Si No

4- Cómo consideras que fue tu nivel de satisfacción recibido en las redes sociales a tu consulta? *
Muy satisfactorio
Satisfactorio
O Regular
Insatisfactorio
O No no realicé consulta por esta vía
5- Recibiste algún feedback de seguimiento de tu reclamo? *
O Si
No
6- Considerás importante recibir ese feedback? *
Si
O No
7- Al navegar la página web de Personal, encontraste rápidamente lo que buscabas? *
Lo encontré pero demoré
O Lo encontré rápidamente
O No lo encontré
8- Buscarías o volverías a buscar algo por este medio? *
Si
○ No

9- Cuando realizaste una consulta o reclamo por el call center, el incidente fue resuelto con rapidez? *
○ Si
No
10- Cómo consideras que fue tu nivel de satisfacción recibido en el call center a tu consulta? *
Muy Satisfactorio
Satisfactorio
Regular
Insatisfactorio
11- De las siguientes opciones, cuál consideras más importante a la hora de mejorar el la calidad del servicio de atención al cliente de Personal? *
Debería existir mayor capacitación de los empleados dedicados a la atención
O Deberían disminuir los tiempos de demora en la atención
O Deberían ser más amables en la atención
O No deberían derivar los reclamos a otras áreas y resolverse en el mismo contacto.
12- Consideras que las redes sociales un buen medio para la comunicación con el cliente? *
Si
O No

13- Cuáles son tus expectativas sobre la marca Personal? *	
O Que conozca mis intereses y gustos	
Que posea una comunidad fluida y constante	
 Que tenga una comunicación fluida conmigo 	
O No tengo expectativas	

1- Cuando realizaste una consulta o reclamo vía Twitter o Facebook la misma fue resuelta con éxito? *
● Si
○ No
O Nunca consulté vía online
2- Si nunca consultaste vía online , selecciona el motivo por el cual no las consultaste:
O Porque desconocía el tratamiento de las redes sociales para reclamos
O Porque tuve en experiencias anteriores no solucionaron mi problema
O Porque prefiero llamar el call center
 3- Utilizarías o volverías a utilizar en el futuro la realización de reclamos o consultas a través de Twitter o Facebook? * Si No

4- Cómo consideras que fue tu nivel de satisfacción recibido en las redes sociales a tu consulta? *
Muy satisfactorio
Satisfactorio
O Regular
Insatisfactorio
O No no realicé consulta por esta vía
5- Recibiste algún feedback de seguimiento de tu reclamo? *
Si
○ No
6- Considerás importante recibir ese feedback? * Si
7- Al navegar la página web de Personal, encontraste rápidamente lo que buscabas? *
Lo encontré pero demoré
O Lo encontré rápidamente
O No lo encontré
8- Buscarías o volverías a buscar algo por este medio? *
● Si
○ No

9- Cuando realizaste una consulta o reclamo por el call center, el incidente fue resuelto con rapidez? *
○ Si
No
10- Cómo consideras que fue tu nivel de satisfacción recibido en el call center a tu consulta? *
Muy Satisfactorio
O Satisfactorio
Regular
Insatisfactorio
11- De las siguientes opciones, cuál consideras más importante a la hora de mejorar el la calidad del servicio de atención al cliente de Personal? *
O Debería existir mayor capacitación de los empleados dedicados a la atención
O Deberían disminuir los tiempos de demora en la atención
O Deberían ser más amables en la atención
No deberían derivar los reclamos a otras áreas y resolverse en el mismo contacto.
12- Consideras que las redes sociales un buen medio para la comunicación con el cliente? *
Si
O No

13-	· Cuáles son tus expectativas sobre la marca Personal? *
\bigcirc	Que conozca mis intereses y gustos
\bigcirc	Que posea una comunidad fluida y constante
\bigcirc	Que tenga una comunicación fluida conmigo
	No tengo expectativas

1- Cuando realizaste una consulta o reclamo vía Twitter o Facebook la misma fue resuelta con éxito? *
● Si
O No
Nunca consulté vía online
2- Si nunca consultaste vía online , selecciona el motivo por el cual no las consultaste:
O Porque desconocía el tratamiento de las redes sociales para reclamos
O Porque tuve en experiencias anteriores no solucionaron mi problema
Porque prefiero llamar el call center
3- Utilizarías o volverías a utilizar en el futuro la realización de reclamos o consultas a través de Twitter o Facebook? *
● Si
○ No

4- Como consideras que fue fu nivei de satisfacción recibido en las redes sociales a tu consulta? *
Muy satisfactorio
Satisfactorio
Regular
Insatisfactorio
O No no realicé consulta por esta vía
5- Recibiste algún feedback de seguimiento de tu reclamo? *
○ Si
No
6- Considerás importante recibir ese feedback? *
Si
○ No
7- Al navegar la página web de Personal, encontraste rápidamente lo que buscabas? *
O Lo encontré pero demoré
O Lo encontré rápidamente
No lo encontré
8- Buscarías o volverías a buscar algo por este medio? *
Si
○ No

9- Cuando realizaste una consulta o reclamo por el call center, el incidente fue resuelto con rapidez? *
○ Si
No
10- Cómo consideras que fue tu nivel de satisfacción recibido en el call center a tu consulta? *
Muy Satisfactorio
O Satisfactorio
Regular
Insatisfactorio
11- De las siguientes opciones, cuál consideras más importante a la hora de mejorar el la calidad del servicio de atención al cliente de Personal? *
Debería existir mayor capacitación de los empleados dedicados a la atención
O Deberían disminuir los tiempos de demora en la atención
O Deberían ser más amables en la atención
O No deberían derivar los reclamos a otras áreas y resolverse en el mismo contacto.
12- Consideras que las redes sociales un buen medio para la comunicación con el cliente? *
Si
○ No

13- Cuáles son tus expectativas sobre la marca Personal? *
O Que conozca mis intereses y gustos
O Que posea una comunidad fluida y constante
 Que tenga una comunicación fluida conmigo
O No tengo expectativas

1- Cuando realizaste una consulta o reclamo vía Twitter o Facebook la misma fue resuelta con éxito? *
○ Si
○ No
Nunca consulté vía online
2- Si nunca consultaste vía online , selecciona el motivo por el cual no las consultaste:
O Porque desconocía el tratamiento de las redes sociales para reclamos
O Porque tuve en experiencias anteriores no solucionaron mi problema
Porque prefiero llamar el call center
 3- Utilizarías o volverías a utilizar en el futuro la realización de reclamos o consultas a través de Twitter o Facebook? * Si No

4- Como consideras que fue fu nivei de satisfacción recibido en las redes sociales a tu consulta? *
Muy satisfactorio
Satisfactorio
O Regular
Insatisfactorio
No no realicé consulta por esta vía
5- Recibiste algún feedback de seguimiento de tu reclamo? *
○ Si
No
6- Considerás importante recibir ese feedback? *
Si
○ No
7- Al navegar la página web de Personal, encontraste rápidamente lo que buscabas? *
Lo encontré pero demoré
O Lo encontré rápidamente
O No lo encontré
8- Buscarías o volverías a buscar algo por este medio? *
Si
○ No

fue resuelto con rapidez? *
Si
O No
10- Cómo consideras que fue tu nivel de satisfacción recibido en el call center a tu consulta? *
Muy Satisfactorio
O Satisfactorio
O Regular
Insatisfactorio
11- De las siguientes opciones, cuál consideras más importante a la hora de mejorar el la calidad del servicio de atención al cliente de Personal? *
Debería existir mayor capacitación de los empleados dedicados a la atención
O Deberían disminuir los tiempos de demora en la atención
O Deberían ser más amables en la atención
O No deberían derivar los reclamos a otras áreas y resolverse en el mismo contacto.
12- Consideras que las redes sociales un buen medio para la comunicación con el cliente? * Si No

13- Cuáles son tus expectativas sobre la marca Personal? *	
O Que conozca mis intereses y gustos	
Que posea una comunidad fluida y constante	
Que tenga una comunicación fluida conmigo	
O No tengo expectativas	

1- Cuando realizaste una consulta o reclamo vía Twitter o Facebook la misma fue resuelta con éxito? *	
○ Si	
O No	
Nunca consulté vía online	
2- Si nunca consultaste vía online, selecciona el motivo por el cual no las consultaste:	S
O Porque desconocía el tratamiento de las redes sociales para reclamos	
O Porque tuve en experiencias anteriores no solucionaron mi problema	
Porque prefiero llamar el call center	
3- Utilizarías o volverías a utilizar en el futuro la realización de reclamos o consultas a través de Twitter o Facebook? *	0
● Si	
O No	

4- Cómo consideras que fue tu nivel de satisfacción recibido en las redes sociales a tu consulta? *
Muy satisfactorio
Satisfactorio
O Regular
Insatisfactorio
No no realicé consulta por esta vía
5- Recibiste algún feedback de seguimiento de tu reclamo? *
○ Si
No
6- Considerás importante recibir ese feedback? *
Si
O No
7- Al navegar la página web de Personal, encontraste rápidamente lo que buscabas? *
Lo encontré pero demoré
O Lo encontré rápidamente
O No lo encontré
8- Buscarías o volverías a buscar algo por este medio? *
○ No

fue resuelto con rapidez? *
Si
O No
10- Cómo consideras que fue tu nivel de satisfacción recibido en el call center a tu consulta? *
Muy Satisfactorio
O Satisfactorio
O Regular
Insatisfactorio
11- De las siguientes opciones, cuál consideras más importante a la hora de mejorar el la calidad del servicio de atención al cliente de Personal? *
O Debería existir mayor capacitación de los empleados dedicados a la atención
Deberían disminuir los tiempos de demora en la atención
O Deberían ser más amables en la atención
O No deberían derivar los reclamos a otras áreas y resolverse en el mismo contacto.
12- Consideras que las redes sociales un buen medio para la comunicación con el cliente? *
● Si
○ No

13- Cuáles son tus expectativas sobre la marca Personal? *
O Que conozca mis intereses y gustos
O Que posea una comunidad fluida y constante
 Que tenga una comunicación fluida conmigo
O No tengo expectativas

1- Cuando realizaste una consulta o reclamo vía Twitter o Facebook la misma fue resuelta con éxito? *
○ Si
O No
Nunca consulté vía online
2- Si nunca consultaste vía online , selecciona el motivo por el cual no las consultaste:
Porque desconocía el tratamiento de las redes sociales para reclamos
O Porque tuve en experiencias anteriores no solucionaron mi problema
O Porque prefiero llamar el call center
 3- Utilizarías o volverías a utilizar en el futuro la realización de reclamos o consultas a través de Twitter o Facebook? * Si No

4- Como consideras que fue fu nivei de satisfacción recibido en las redes sociales a tu consulta? *
Muy satisfactorio
Satisfactorio
O Regular
Insatisfactorio
No no realicé consulta por esta vía
5- Recibiste algún feedback de seguimiento de tu reclamo? *
O Si
No
6- Considerás importante recibir ese feedback? *
Si
O No
7- Al navegar la página web de Personal, encontraste rápidamente lo que buscabas? *
Lo encontré pero demoré
O Lo encontré rápidamente
O No lo encontré
8- Buscarías o volverías a buscar algo por este medio? *
Si
○ No

9- Cuando realizaste una consulta o reclamo por el call center, el incidente fue resuelto con rapidez? *
○ Si
No
10- Cómo consideras que fue tu nivel de satisfacción recibido en el call center a tu consulta? *
Muy Satisfactorio
Satisfactorio
O Regular
Insatisfactorio
11- De las siguientes opciones, cuál consideras más importante a la hora de mejorar el la calidad del servicio de atención al cliente de Personal? *
O Debería existir mayor capacitación de los empleados dedicados a la atención
O Deberían disminuir los tiempos de demora en la atención
O Deberían ser más amables en la atención
No deberían derivar los reclamos a otras áreas y resolverse en el mismo contacto.
12- Consideras que las redes sociales un buen medio para la comunicación con el cliente? *
Si
O No

13- Cuáles son tus expectativas sobre la marca Personal? *	
O Que conozca mis intereses y gustos	
Que posea una comunidad fluida y constante	
Que tenga una comunicación fluida conmigo	
No tengo expectativas	

1- Cuando realizaste una consulta o reclamo vía Twitter o Facebook la misma fue resuelta con éxito? *
○ Si
○ No
Nunca consulté vía online
2- Si nunca consultaste vía online , selecciona el motivo por el cual no las consultaste:
O Porque desconocía el tratamiento de las redes sociales para reclamos
O Porque tuve en experiencias anteriores no solucionaron mi problema
Porque prefiero llamar el call center
3- Utilizarías o volverías a utilizar en el futuro la realización de reclamos o consultas a través de Twitter o Facebook? *
Si
○ No

4- Como consideras que fue fu nivei de satisfacción recibido en las redes sociales a tu consulta? *
Muy satisfactorio
Satisfactorio
O Regular
Insatisfactorio
No no realicé consulta por esta vía
5- Recibiste algún feedback de seguimiento de tu reclamo? *
○ Si
No
6- Considerás importante recibir ese feedback? *
● Si
○ No
7- Al navegar la página web de Personal, encontraste rápidamente lo que buscabas? *
O Lo encontré pero demoré
O Lo encontré rápidamente
No lo encontré
8- Buscarías o volverías a buscar algo por este medio? *
Si
○ No

9- Cuando realizaste una consulta o reclamo por el call center, el incidente fue resuelto con rapidez? *	
Si	
O No	
10- Cómo consideras que fue tu nivel de satisfacción recibido en el call center a tu consulta? *	
Muy Satisfactorio	
Satisfactorio	
O Regular	
Insatisfactorio	
11- De las siguientes opciones, cuál consideras más importante a la hora de mejorar el la calidad del servicio de atención al cliente de Personal? *	
O Debería existir mayor capacitación de los empleados dedicados a la atención	
O Deberían disminuir los tiempos de demora en la atención	
O Deberían ser más amables en la atención	
No deberían derivar los reclamos a otras áreas y resolverse en el mismo contacto.	
12- Consideras que las redes sociales un buen medio para la comunicación con el cliente? *	
con el cliente? *	
con el cliente? *	

No tengo expectativas

13- Cuáles son tus expectativas sobre la marca Personal? *			
	Que conozca mis intereses y gustos		
0	Que posea una comunidad fluida y constante		
\bigcirc	Que tenga una comunicación fluida conmigo		

This content is neither created nor endorsed by Google.

1- Cuando realizaste una consulta o reclamo vía Twitter o Facebook la misma fue resuelta con éxito? *
● Si
○ No
Nunca consulté vía online
2- Si nunca consultaste vía online , selecciona el motivo por el cual no las consultaste:
O Porque desconocía el tratamiento de las redes sociales para reclamos
O Porque tuve en experiencias anteriores no solucionaron mi problema
O Porque prefiero llamar el call center
 3- Utilizarías o volverías a utilizar en el futuro la realización de reclamos o consultas a través de Twitter o Facebook? * Si No

4- Como consideras que fue fu nivei de satisfacción recibido en las redes sociales a tu consulta? *
Muy satisfactorio
Satisfactorio
Regular
Insatisfactorio
O No no realicé consulta por esta vía
5- Recibiste algún feedback de seguimiento de tu reclamo? *
Si
○ No
6- Considerás importante recibir ese feedback? *
Si
O No
7- Al navegar la página web de Personal, encontraste rápidamente lo que buscabas? *
Lo encontré pero demoré
O Lo encontré rápidamente
O No lo encontré
8- Buscarías o volverías a buscar algo por este medio? *
Si
○ No

9- Cuando realizaste una consulta o reclamo por el call center, el incidente fue resuelto con rapidez? *		
○ Si		
No		
10- Cómo consideras que fue tu nivel de satisfacción recibido en el call center a tu consulta? *		
Muy Satisfactorio		
O Satisfactorio		
Regular		
Insatisfactorio		
11- De las siguientes opciones, cuál consideras más importante a la hora de mejorar el la calidad del servicio de atención al cliente de Personal? *		
Debería existir mayor capacitación de los empleados dedicados a la atención		
O Deberían disminuir los tiempos de demora en la atención		
O Deberían ser más amables en la atención		
O No deberían derivar los reclamos a otras áreas y resolverse en el mismo contacto.		
12- Consideras que las redes sociales un buen medio para la comunicación con el cliente? *		
Si		
O No		

No tengo expectativas

13-	Cuáles son tus expectativas sobre la marca Personal? *
	Que conozca mis intereses y gustos
0	Que posea una comunidad fluida y constante
	Que tenga una comunicación fluida conmigo

This content is neither created nor endorsed by Google.

1- Cuando realizaste una consulta o reclamo vía Twitter o Facebook la misma fue resuelta con éxito? *			
○ Si			
○ No			
Nunca consulté vía online			
2- Si nunca consultaste vía online , selecciona el motivo por el cual no las consultaste:			
Porque desconocía el tratamiento de las redes sociales para reclamos			
O Porque tuve en experiencias anteriores no solucionaron mi problema			
O Porque prefiero llamar el call center			
3- Utilizarías o volverías a utilizar en el futuro la realización de reclamos o consultas a través de Twitter o Facebook? * Si No			

4- Como consideras que fue fu nivei de satisfacción recibido en las redes sociales a tu consulta? *
Muy satisfactorio
Satisfactorio
O Regular
Insatisfactorio
No no realicé consulta por esta vía
5- Recibiste algún feedback de seguimiento de tu reclamo? *
○ Si
No
6- Considerás importante recibir ese feedback? *
Si
○ No
7- Al navegar la página web de Personal, encontraste rápidamente lo que buscabas? *
O Lo encontré pero demoré
Lo encontré rápidamente
O No lo encontré
8- Buscarías o volverías a buscar algo por este medio? *
Si
○ No

fue resuelto con rapidez? *
Si
O No
10- Cómo consideras que fue tu nivel de satisfacción recibido en el call center a tu consulta? *
Muy Satisfactorio
Satisfactorio
O Regular
Insatisfactorio
11- De las siguientes opciones, cuál consideras más importante a la hora de mejorar el la calidad del servicio de atención al cliente de Personal? *
Debería existir mayor capacitación de los empleados dedicados a la atención
O Deberían disminuir los tiempos de demora en la atención
O Deberían ser más amables en la atención
O No deberían derivar los reclamos a otras áreas y resolverse en el mismo contacto.
12- Consideras que las redes sociales un buen medio para la comunicación con el cliente? *
Si
○ No

13- Cuáles son tus expectativas sobre la marca Personal? *
O Que conozca mis intereses y gustos
Que posea una comunidad fluida y constante
 Que tenga una comunicación fluida conmigo
O No tengo expectativas

1- Cuando realizaste una consulta o reclamo vía Twitter o Facebook la misma fue resuelta con éxito? *		
○ Si		
○ No		
Nunca consulté vía online		
2- Si nunca consultaste vía online , selecciona el motivo por el cual no las		
consultaste:		
Porque desconocía el tratamiento de las redes sociales para reclamos		
O Porque tuve en experiencias anteriores no solucionaron mi problema		
O Porque prefiero llamar el call center		
3- Utilizarías o volverías a utilizar en el futuro la realización de reclamos o consultas a través de Twitter o Facebook? *		
Si		
O No		

4- Como consideras que fue fu nivei de satisfacción recibido en las redes sociales a tu consulta? *
Muy satisfactorio
Satisfactorio
O Regular
Insatisfactorio
No no realicé consulta por esta vía
5- Recibiste algún feedback de seguimiento de tu reclamo? *
○ Si
No
6- Considerás importante recibir ese feedback? *
Si
○ No
7- Al navegar la página web de Personal, encontraste rápidamente lo que buscabas? *
Lo encontré pero demoré
O Lo encontré rápidamente
O No lo encontré
8- Buscarías o volverías a buscar algo por este medio? *
Si
○ No

9- Cuando realizaste una consulta o reclamo por el call center, el incidente fue resuelto con rapidez? *
○ Si
No
10- Cómo consideras que fue tu nivel de satisfacción recibido en el call center a tu consulta? *
Muy Satisfactorio
O Satisfactorio
Regular
Insatisfactorio
11- De las siguientes opciones, cuál consideras más importante a la hora de mejorar el la calidad del servicio de atención al cliente de Personal? *
O Debería existir mayor capacitación de los empleados dedicados a la atención
O Deberían disminuir los tiempos de demora en la atención
O Deberían ser más amables en la atención
No deberían derivar los reclamos a otras áreas y resolverse en el mismo contacto.
12- Consideras que las redes sociales un buen medio para la comunicación con el cliente? *
Si
○ No

13- Cuáles son tus expectativas sobre la marca Personal? *	
O Que conozca mis intereses y gustos	
O Que posea una comunidad fluida y constante	
O Que tenga una comunicación fluida conmigo	
No tengo expectativas	

1- Cuando realizaste una consulta o reclamo vía Twitter o Facebook la misma fue resuelta con éxito? *
○ Si
○ No
Nunca consulté vía online
2- Si nunca consultaste vía online , selecciona el motivo por el cual no las consultaste:
O Porque desconocía el tratamiento de las redes sociales para reclamos
O Porque tuve en experiencias anteriores no solucionaron mi problema
Porque prefiero llamar el call center
3- Utilizarías o volverías a utilizar en el futuro la realización de reclamos o consultas a través de Twitter o Facebook? *
Si
O No

4- Como consideras que fue fu nivei de satisfacción recibido en las redes sociales a tu consulta? *
Muy satisfactorio
Satisfactorio
O Regular
Insatisfactorio
No no realicé consulta por esta vía
5- Recibiste algún feedback de seguimiento de tu reclamo? *
○ Si
No
6- Considerás importante recibir ese feedback? *
Si
○ No
7- Al navegar la página web de Personal, encontraste rápidamente lo que buscabas? *
Lo encontré pero demoré
O Lo encontré rápidamente
O No lo encontré
8- Buscarías o volverías a buscar algo por este medio? *
Si
○ No

9- Cuando realizaste una consulta o reclamo por el call center, el incidente fue resuelto con rapidez? *
○ Si
No
10- Cómo consideras que fue tu nivel de satisfacción recibido en el call center a tu consulta? *
Muy Satisfactorio
O Satisfactorio
Regular
Insatisfactorio
11- De las siguientes opciones, cuál consideras más importante a la hora de mejorar el la calidad del servicio de atención al cliente de Personal? *
Debería existir mayor capacitación de los empleados dedicados a la atención
O Deberían disminuir los tiempos de demora en la atención
O Deberían ser más amables en la atención
O No deberían derivar los reclamos a otras áreas y resolverse en el mismo contacto.
12- Consideras que las redes sociales un buen medio para la comunicación con el cliente? *
Si
O No

13-	· Cuáles son tus expectativas sobre la marca Personal? *
	Que conozca mis intereses y gustos
\bigcirc	Que posea una comunidad fluida y constante

No tengo expectativas

Que tenga una comunicación fluida conmigo

This content is neither created nor endorsed by Google.

1- Cuando realizaste una consulta o reclamo vía Twitter o Facebook la misma fue resuelta con éxito? *
● Si
○ No
Nunca consulté vía online
2- Si nunca consultaste vía online , selecciona el motivo por el cual no las consultaste:
O Porque desconocía el tratamiento de las redes sociales para reclamos
O Porque tuve en experiencias anteriores no solucionaron mi problema
O Porque prefiero llamar el call center
 3- Utilizarías o volverías a utilizar en el futuro la realización de reclamos o consultas a través de Twitter o Facebook? * Si No

4- Cómo consideras que fue tu nivel de satisfacción recibido en las redes sociales a tu consulta? *
Muy satisfactorio
Satisfactorio
O Regular
Insatisfactorio
O No no realicé consulta por esta vía
5- Recibiste algún feedback de seguimiento de tu reclamo? *
O Si
No
6- Considerás importante recibir ese feedback? *
Si
O No
7- Al navegar la página web de Personal, encontraste rápidamente lo que buscabas? *
O Lo encontré pero demoré
O Lo encontré rápidamente
No lo encontré
8- Buscarías o volverías a buscar algo por este medio? *
Si
O No

9- Cuando realizaste una consulta o reclamo por el call center, el incidente fue resuelto con rapidez? *
○ Si
No
10- Cómo consideras que fue tu nivel de satisfacción recibido en el call center a tu consulta? *
Muy Satisfactorio
O Satisfactorio
O Regular
Insatisfactorio
11- De las siguientes opciones, cuál consideras más importante a la hora de mejorar el la calidad del servicio de atención al cliente de Personal? *
O Debería existir mayor capacitación de los empleados dedicados a la atención
O Deberían disminuir los tiempos de demora en la atención
O Deberían ser más amables en la atención
No deberían derivar los reclamos a otras áreas y resolverse en el mismo contacto.
12- Consideras que las redes sociales un buen medio para la comunicación con el cliente? *
Si
O No

13- Cuáles son tus expectativas sobre la marca Personal? *
O Que conozca mis intereses y gustos
Que posea una comunidad fluida y constante
 Que tenga una comunicación fluida conmigo
O No tengo expectativas

1- Cuando realizaste una consulta o reclamo vía Twitter o Facebook la misma fue resuelta con éxito? *
○ Si
○ No
Nunca consulté vía online
2- Si nunca consultaste vía online , selecciona el motivo por el cual no las consultaste:
O Porque desconocía el tratamiento de las redes sociales para reclamos
O Porque tuve en experiencias anteriores no solucionaron mi problema
Porque prefiero llamar el call center
 3- Utilizarías o volverías a utilizar en el futuro la realización de reclamos o consultas a través de Twitter o Facebook? * Si No

4- Cómo consideras que fue tu nivel de satisfacción recibido en las redes sociales a tu consulta? *
Muy satisfactorio
Satisfactorio
O Regular
Insatisfactorio
No no realicé consulta por esta vía
5- Recibiste algún feedback de seguimiento de tu reclamo? *
○ Si
No
6- Considerás importante recibir ese feedback? *
Si
O No
7- Al navegar la página web de Personal, encontraste rápidamente lo que buscabas? *
Lo encontré pero demoré
O Lo encontré rápidamente
O No lo encontré
8- Buscarías o volverías a buscar algo por este medio? *
○ No

fue resuelto con rapidez? *
Si
O No
10- Cómo consideras que fue tu nivel de satisfacción recibido en el call center a tu consulta? *
Muy Satisfactorio
Satisfactorio
O Regular
Insatisfactorio
11- De las siguientes opciones, cuál consideras más importante a la hora de mejorar el la calidad del servicio de atención al cliente de Personal? *
O Debería existir mayor capacitación de los empleados dedicados a la atención
Deberían disminuir los tiempos de demora en la atención
O Deberían ser más amables en la atención
O No deberían derivar los reclamos a otras áreas y resolverse en el mismo contacto.
12- Consideras que las redes sociales un buen medio para la comunicación con el cliente? *
Si
O No

13- Cuáles son tus expectativas sobre la marca Personal? *
O Que conozca mis intereses y gustos
Que posea una comunidad fluida y constante
 Que tenga una comunicación fluida conmigo
O No tengo expectativas

1- Cuando realizaste una consulta o reclamo vía Twitter o Facebook la misma fue resuelta con éxito? *		
○ Si		
○ No		
Nunca consulté vía online		
2- Si nunca consultaste vía online , selecciona el motivo por el cual no las consultaste:		
O Porque desconocía el tratamiento de las redes sociales para reclamos		
O Porque tuve en experiencias anteriores no solucionaron mi problema		
Porque prefiero llamar el call center		
3- Utilizarías o volverías a utilizar en el futuro la realización de reclamos o consultas a través de Twitter o Facebook? *		
Si		
○ No		

4- Como consideras que fue fu nivei de satisfacción recibido en las redes sociales a tu consulta? *
Muy satisfactorio
Satisfactorio
O Regular
Insatisfactorio
No no realicé consulta por esta vía
5- Recibiste algún feedback de seguimiento de tu reclamo? *
○ Si
No
6- Considerás importante recibir ese feedback? * Si No
7- Al navegar la página web de Personal, encontraste rápidamente lo que buscabas? *
Lo encontré pero demoré
O Lo encontré rápidamente
O No lo encontré
8- Buscarías o volverías a buscar algo por este medio? *
Si
○ No

9- Cuando realizaste una consulta o reclamo por el call center, el incidente fue resuelto con rapidez? *
Si
O No
10- Cómo consideras que fue tu nivel de satisfacción recibido en el call center a tu consulta? *
Muy Satisfactorio
O Satisfactorio
O Regular
Insatisfactorio
11- De las siguientes opciones, cuál consideras más importante a la hora de mejorar el la calidad del servicio de atención al cliente de Personal? *
O Debería existir mayor capacitación de los empleados dedicados a la atención
O Deberían disminuir los tiempos de demora en la atención
O Deberían ser más amables en la atención
No deberían derivar los reclamos a otras áreas y resolverse en el mismo contacto.
12- Consideras que las redes sociales un buen medio para la comunicación con el cliente? *
Si
O No

13- Ct	laies son	tus expecta	itivas sobre	ia marca P	ersonai? *

Que conozca mis intereses y gustosQue posea una comunidad fluida y constanteQue tenga una comunicación fluida conmigo

No tengo expectativas

This content is neither created nor endorsed by Google.

1- Cuando realizaste una consulta o reclamo vía Twitter o Facebook la misma fue resuelta con éxito? *	
○ Si	
○ No	
Nunca consulté vía online	
2- Si nunca consultaste vía online , selecciona el motivo por el cual no la consultaste:	S
O Porque desconocía el tratamiento de las redes sociales para reclamos	
O Porque tuve en experiencias anteriores no solucionaron mi problema	
Porque prefiero llamar el call center	
 3- Utilizarías o volverías a utilizar en el futuro la realización de reclamos consultas a través de Twitter o Facebook? * Si No 	0

4- Cómo consideras que fue tu nivel de satisfacción recibido en las redes sociales a tu consulta? *
Muy satisfactorio
Satisfactorio
O Regular
Insatisfactorio
No no realicé consulta por esta vía
5- Recibiste algún feedback de seguimiento de tu reclamo? *
○ Si
No
6- Considerás importante recibir ese feedback? *
Si
O No
7- Al navegar la página web de Personal, encontraste rápidamente lo que buscabas? *
Lo encontré pero demoré
O Lo encontré rápidamente
O No lo encontré
8- Buscarías o volverías a buscar algo por este medio? *
Si
○ No

9- Cuando realizaste una consulta o reclamo por el call center, el incidente fue resuelto con rapidez? *
Si
O No
10- Cómo consideras que fue tu nivel de satisfacción recibido en el call center a tu consulta? *
Muy Satisfactorio
O Satisfactorio
O Regular
Insatisfactorio
11- De las siguientes opciones, cuál consideras más importante a la hora de mejorar el la calidad del servicio de atención al cliente de Personal? *
O Debería existir mayor capacitación de los empleados dedicados a la atención
Deberían disminuir los tiempos de demora en la atención
O Deberían ser más amables en la atención
O No deberían derivar los reclamos a otras áreas y resolverse en el mismo contacto.
12- Consideras que las redes sociales un buen medio para la comunicación con el cliente? *
·
con el cliente? *

13- Cuáles son tus expectativas sobre la marca Personal? *	
O Que conozca mis intereses y gustos	
Que posea una comunidad fluida y constante	
 Que tenga una comunicación fluida conmigo 	
O No tengo expectativas	

1- Cuando realizaste una consulta o reclamo vía Twitter o Facebook la misma fue resuelta con éxito? *
● Si
○ No
Nunca consulté vía online
2- Si nunca consultaste vía online , selecciona el motivo por el cual no las consultaste:
O Porque desconocía el tratamiento de las redes sociales para reclamos
O Porque tuve en experiencias anteriores no solucionaron mi problema
O Porque prefiero llamar el call center
 3- Utilizarías o volverías a utilizar en el futuro la realización de reclamos o consultas a través de Twitter o Facebook? * Si No

4- Cómo consideras que fue tu nivel de satisfacción recibido en las redes sociales a tu consulta? *
Muy satisfactorio
Satisfactorio
O Regular
Insatisfactorio
O No no realicé consulta por esta vía
5- Recibiste algún feedback de seguimiento de tu reclamo? *
○ Si
No
6- Considerás importante recibir ese feedback? *
○ Si
No
7- Al navegar la página web de Personal, encontraste rápidamente lo que buscabas? *
Lo encontré pero demoré
O Lo encontré rápidamente
O No lo encontré
8- Buscarías o volverías a buscar algo por este medio? *
● Si
○ No

9- Cuando realizaste una consulta o reclamo por el call center, el incidente fue resuelto con rapidez? *
Si
O No
10- Cómo consideras que fue tu nivel de satisfacción recibido en el call center a tu consulta? *
Muy Satisfactorio
O Satisfactorio
Regular
Insatisfactorio
11- De las siguientes opciones, cuál consideras más importante a la hora de mejorar el la calidad del servicio de atención al cliente de Personal? *
O Debería existir mayor capacitación de los empleados dedicados a la atención
O Deberían disminuir los tiempos de demora en la atención
O Deberían ser más amables en la atención
No deberían derivar los reclamos a otras áreas y resolverse en el mismo contacto.
12- Consideras que las redes sociales un buen medio para la comunicación con el cliente? *
Si
O No

13-	- Cuáles son tus expectativas sobre la marca Personal? *
	Que conozca mis intereses y gustos
\bigcirc	Que posea una comunidad fluida y constante

O Que tenga una comunicación fluida conmigo

No tengo expectativas

This content is neither created nor endorsed by Google.

1- Cuando realizaste una consulta o reclamo vía Twitter o Facebook la misma fue resuelta con éxito? *
○ Si
No
O Nunca consulté vía online
2- Si nunca consultaste vía online , selecciona el motivo por el cual no las consultaste:
O Porque desconocía el tratamiento de las redes sociales para reclamos
O Porque tuve en experiencias anteriores no solucionaron mi problema
O Porque prefiero llamar el call center
3- Utilizarías o volverías a utilizar en el futuro la realización de reclamos o consultas a través de Twitter o Facebook? *
Si
O No

4- Cómo consideras que fue tu nivel de satisfacción recibido en las redes sociales a tu consulta? *
Muy satisfactorio
Satisfactorio
O Regular
Insatisfactorio
O No no realicé consulta por esta vía
5- Recibiste algún feedback de seguimiento de tu reclamo? *
○ Si
No
6- Considerás importante recibir ese feedback? *
Si
O No
7- Al navegar la página web de Personal, encontraste rápidamente lo que buscabas? *
Lo encontré pero demoré
O Lo encontré rápidamente
O No lo encontré
8- Buscarías o volverías a buscar algo por este medio? *
● Si
○ No

fue resuelto con rapidez? *
Si
O No
10- Cómo consideras que fue tu nivel de satisfacción recibido en el call center a tu consulta? *
Muy Satisfactorio
Satisfactorio
O Regular
Insatisfactorio
11- De las siguientes opciones, cuál consideras más importante a la hora de mejorar el la calidad del servicio de atención al cliente de Personal? *
Debería existir mayor capacitación de los empleados dedicados a la atención
O Deberían disminuir los tiempos de demora en la atención
O Deberían ser más amables en la atención
No deberían derivar los reclamos a otras áreas y resolverse en el mismo contacto.
12- Consideras que las redes sociales un buen medio para la comunicación con el cliente? *
12- Consideras que las redes sociales un buen medio para la comunicación
12- Consideras que las redes sociales un buen medio para la comunicación con el cliente? *

13- Cuáles son tus expectativas sobre la marca Personal? *	
O Que conozca mis intereses y gustos	
Que posea una comunidad fluida y constante	
 Que tenga una comunicación fluida conmigo 	
O No tengo expectativas	

1- Cuando realizaste una consulta o reclamo vía Twitter o Facebook la misma fue resuelta con éxito? *
○ Si
○ No
Nunca consulté vía online
2- Si nunca consultaste vía online , selecciona el motivo por el cual no las consultaste:
O Porque desconocía el tratamiento de las redes sociales para reclamos
O Porque tuve en experiencias anteriores no solucionaron mi problema
Porque prefiero llamar el call center
3- Utilizarías o volverías a utilizar en el futuro la realización de reclamos o consultas a través de Twitter o Facebook? * Si No

4- Como consideras que fue fu nivei de satisfacción recibido en las redes sociales a tu consulta? *
Muy satisfactorio
Satisfactorio
O Regular
Insatisfactorio
No no realicé consulta por esta vía
5- Recibiste algún feedback de seguimiento de tu reclamo? *
No
6- Considerás importante recibir ese feedback? * Si No
7- Al navegar la página web de Personal, encontraste rápidamente lo que buscabas? *
Lo encontré pero demoré
O Lo encontré rápidamente
O No lo encontré
8- Buscarías o volverías a buscar algo por este medio? *
○ Si
No

9- Cuando realizaste una consulta o reclamo por el call center, el incidente fue resuelto con rapidez? *
Si
O No
10- Cómo consideras que fue tu nivel de satisfacción recibido en el call center a tu consulta? *
Muy Satisfactorio
O Satisfactorio
Regular
Insatisfactorio
11- De las siguientes opciones, cuál consideras más importante a la hora de mejorar el la calidad del servicio de atención al cliente de Personal? *
Debería existir mayor capacitación de los empleados dedicados a la atención
O Deberían disminuir los tiempos de demora en la atención
O Deberían ser más amables en la atención
O No deberían derivar los reclamos a otras áreas y resolverse en el mismo contacto.
12- Consideras que las redes sociales un buen medio para la comunicación con el cliente? *
○ Si
No

13- Cuále	áles son tus expectativas sobre la marca Personal? *	
O Que co	conozca mis intereses y gustos	
Que po	posea una comunidad fluida y constante	
O Que ter	tenga una comunicación fluida conmigo	
O No teng	engo expectativas	
O Que ter	tenga una comunicación fluida conmigo	

1- Cuando realizaste una consulta o reclamo vía Twitter o Facebook la misma fue resuelta con éxito? *
○ Si
○ No
Nunca consulté vía online
2- Si nunca consultaste vía online , selecciona el motivo por el cual no las consultaste:
O Porque desconocía el tratamiento de las redes sociales para reclamos
O Porque tuve en experiencias anteriores no solucionaron mi problema
Porque prefiero llamar el call center
3- Utilizarías o volverías a utilizar en el futuro la realización de reclamos o consultas a través de Twitter o Facebook? * Si No

4- Cómo consideras que fue tu nivel de satisfacción recibido en las redes sociales a tu consulta? *
Muy satisfactorio
Satisfactorio
O Regular
Insatisfactorio
No no realicé consulta por esta vía
5- Recibiste algún feedback de seguimiento de tu reclamo? *
○ Si
No
6- Considerás importante recibir ese feedback? *
Si
O No
7- Al navegar la página web de Personal, encontraste rápidamente lo que buscabas? *
O Lo encontré pero demoré
O Lo encontré rápidamente
No lo encontré
8- Buscarías o volverías a buscar algo por este medio? *
Si
○ No

fue resuelto con rapidez? *
Si
O No
10- Cómo consideras que fue tu nivel de satisfacción recibido en el call center a tu consulta? *
Muy Satisfactorio
Satisfactorio
O Regular
Insatisfactorio
11- De las siguientes opciones, cuál consideras más importante a la hora de mejorar el la calidad del servicio de atención al cliente de Personal? *
O Debería existir mayor capacitación de los empleados dedicados a la atención
Deberían disminuir los tiempos de demora en la atención
O Deberían ser más amables en la atención
O No deberían derivar los reclamos a otras áreas y resolverse en el mismo contacto.
12- Consideras que las redes sociales un buen medio para la comunicación con el cliente? *
● Si
○ No

13- Cuáles son tus expectativas so	obre la marca Personal? *
------------------------------------	---------------------------

Que conozca mis intereses y gustos
 Que posea una comunidad fluida y constante
 Que tenga una comunicación fluida conmigo
 No tengo expectativas

This content is neither created nor endorsed by Google.

1- Cuando realizaste una consulta o reclamo vía Twitter o Facebook la misma fue resuelta con éxito? *				
○ Si				
No				
O Nunca consulté vía online				
2- Si nunca consultaste vía online , selecciona el motivo por el cual no las consultaste:				
O Porque desconocía el tratamiento de las redes sociales para reclamos				
O Porque tuve en experiencias anteriores no solucionaron mi problema				
O Porque prefiero llamar el call center				
 3- Utilizarías o volverías a utilizar en el futuro la realización de reclamos o consultas a través de Twitter o Facebook? * Si No 				

4- Cómo consideras que fue tu nivel de satisfacción recibido en las redes sociales a tu consulta? *
Muy satisfactorio
Satisfactorio
O Regular
Insatisfactorio
O No no realicé consulta por esta vía
5- Recibiste algún feedback de seguimiento de tu reclamo? *
Si
○ No
6- Considerás importante recibir ese feedback? *
Si
O No
7- Al navegar la página web de Personal, encontraste rápidamente lo que buscabas? *
Lo encontré pero demoré
O Lo encontré rápidamente
O No lo encontré
8- Buscarías o volverías a buscar algo por este medio? *
Si
○ No

9- Cuando realizaste una consulta o reclamo por el call center, el incidente fue resuelto con rapidez? *				
○ Si				
No				
10- Cómo consideras que fue tu nivel de satisfacción recibido en el call center a tu consulta? *				
Muy Satisfactorio				
O Satisfactorio				
O Regular				
Insatisfactorio				
11- De las siguientes opciones, cuál consideras más importante a la hora de mejorar el la calidad del servicio de atención al cliente de Personal? *				
O Debería existir mayor capacitación de los empleados dedicados a la atención				
O Deberían disminuir los tiempos de demora en la atención				
Deberían ser más amables en la atención				
O No deberían derivar los reclamos a otras áreas y resolverse en el mismo contacto.				
12- Consideras que las redes sociales un buen medio para la comunicación con el cliente? *				
● Si				
○ No				

13- Cuáles son tus expectativas sobre la marca Personal? *	
O Que conozca mis intereses y gustos	
O Que posea una comunidad fluida y constante	
O Que tenga una comunicación fluida conmigo	
No tengo expectativas	

1- Cuando realizaste una consulta o reclamo vía Twitter o Facebook la misma fue resuelta con éxito? *				
○ Si				
○ No				
Nunca consulté vía online				
2- Si nunca consultaste vía online , selecciona el motivo por el cual no las consultaste:				
O Porque desconocía el tratamiento de las redes sociales para reclamos				
O Porque tuve en experiencias anteriores no solucionaron mi problema				
Porque prefiero llamar el call center				
3- Utilizarías o volverías a utilizar en el futuro la realización de reclamos o consultas a través de Twitter o Facebook? * Si No				

4- Cómo consideras que fue tu nivel de satisfacción recibido en las redes sociales a tu consulta? *
Muy satisfactorio
Satisfactorio
O Regular
Insatisfactorio
No no realicé consulta por esta vía
5- Recibiste algún feedback de seguimiento de tu reclamo? *
○ Si
No
6- Considerás importante recibir ese feedback? *
Si
O No
7- Al navegar la página web de Personal, encontraste rápidamente lo que buscabas? *
Lo encontré pero demoré
O Lo encontré rápidamente
O No lo encontré
8- Buscarías o volverías a buscar algo por este medio? *
○ No

13-	- Cuáles son tus expectativas sobre la marca Personal? *
\bigcirc	Que conozca mis intereses y gustos
	Que posea una comunidad fluida y constante
\bigcirc	Que tenga una comunicación fluida conmigo
\bigcirc	No tengo expectativas
	Que tenga una comunicación fluida conmigo

1- Cuando realizaste una consulta o reclamo vía Twitter o Facebook la misma fue resuelta con éxito? *
○ Si
○ No
Nunca consulté vía online
2- Si nunca consultaste vía online , selecciona el motivo por el cual no las consultaste:
O Porque desconocía el tratamiento de las redes sociales para reclamos
O Porque tuve en experiencias anteriores no solucionaron mi problema
Porque prefiero llamar el call center
3- Utilizarías o volverías a utilizar en el futuro la realización de reclamos o consultas a través de Twitter o Facebook? * Si No

4- Como consideras que fue fu nivei de satisfacción recibido en las redes sociales a tu consulta? *
Muy satisfactorio
Satisfactorio
O Regular
Insatisfactorio
No no realicé consulta por esta vía
5- Recibiste algún feedback de seguimiento de tu reclamo? *
O Si
No
6- Considerás importante recibir ese feedback? *
Si
O No
7- Al navegar la página web de Personal, encontraste rápidamente lo que buscabas? *
Lo encontré pero demoré
O Lo encontré rápidamente
O No lo encontré
8- Buscarías o volverías a buscar algo por este medio? *
O Si
No

fue resuelto con rapidez? *
Si
O No
10- Cómo consideras que fue tu nivel de satisfacción recibido en el call center a tu consulta? *
Muy Satisfactorio
Satisfactorio
O Regular
Insatisfactorio
11- De las siguientes opciones, cuál consideras más importante a la hora de mejorar el la calidad del servicio de atención al cliente de Personal? *
Debería existir mayor capacitación de los empleados dedicados a la atención
O Deberían disminuir los tiempos de demora en la atención
O Deberían ser más amables en la atención
O No deberían derivar los reclamos a otras áreas y resolverse en el mismo contacto.
12- Consideras que las redes sociales un buen medio para la comunicación con el cliente? *
O No

13-	· Cuáles son tus expectativas sobre la marca Personal? *
\bigcirc	Que conozca mis intereses y gustos
\bigcirc	Que posea una comunidad fluida y constante
\bigcirc	Que tenga una comunicación fluida conmigo
	No tengo expectativas

1- Cuando realizaste una consulta o reclamo vía Twitter o Facebook la misma fue resuelta con éxito? *
○ Si
○ No
Nunca consulté vía online
2- Si nunca consultaste vía online , selecciona el motivo por el cual no las consultaste:
O Porque desconocía el tratamiento de las redes sociales para reclamos
O Porque tuve en experiencias anteriores no solucionaron mi problema
Porque prefiero llamar el call center
3- Utilizarías o volverías a utilizar en el futuro la realización de reclamos o consultas a través de Twitter o Facebook? * Si No

4- Como consideras que fue fu nivei de satisfacción recibido en las redes sociales a tu consulta? *
Muy satisfactorio
Satisfactorio
O Regular
Insatisfactorio
O No no realicé consulta por esta vía
5- Recibiste algún feedback de seguimiento de tu reclamo? *
O Si
No
6- Considerás importante recibir ese feedback? *
Si
O No
7- Al navegar la página web de Personal, encontraste rápidamente lo que buscabas? *
Lo encontré pero demoré
O Lo encontré rápidamente
O No lo encontré
8- Buscarías o volverías a buscar algo por este medio? *
Si
○ No

9- Cuando realizaste una consulta o reclamo por el call center, el incidente fue resuelto con rapidez? *
Si
O No
10- Cómo consideras que fue tu nivel de satisfacción recibido en el call center a tu consulta? *
Muy Satisfactorio
Satisfactorio
O Regular
Insatisfactorio
11- De las siguientes opciones, cuál consideras más importante a la hora de mejorar el la calidad del servicio de atención al cliente de Personal? *
O Debería existir mayor capacitación de los empleados dedicados a la atención
O Deberían disminuir los tiempos de demora en la atención
O Deberían ser más amables en la atención
 Deberían ser más amables en la atención No deberían derivar los reclamos a otras áreas y resolverse en el mismo contacto.
 No deberían derivar los reclamos a otras áreas y resolverse en el mismo contacto. 12- Consideras que las redes sociales un buen medio para la comunicación
 No deberían derivar los reclamos a otras áreas y resolverse en el mismo contacto. 12- Consideras que las redes sociales un buen medio para la comunicación con el cliente? *

13- Cuáles son tus expectativas sobre la marca Personal? *	
Que conozca mis intereses y gustos	
Que posea una comunidad fluida y constante	
 Que tenga una comunicación fluida conmigo 	
O No tengo expectativas	

1- Cuando realizaste una consulta o reclamo vía Twitter o Facebook la misma fue resuelta con éxito? *
○ Si
○ No
Nunca consulté vía online
2- Si nunca consultaste vía online , selecciona el motivo por el cual no las consultaste:
Porque desconocía el tratamiento de las redes sociales para reclamos
O Porque tuve en experiencias anteriores no solucionaron mi problema
O Porque prefiero llamar el call center
3- Utilizarías o volverías a utilizar en el futuro la realización de reclamos o consultas a través de Twitter o Facebook? *
● Si
O No

4- Cómo consideras que fue tu nivel de satisfacción recibido en las redes sociales a tu consulta? *
Muy satisfactorio
Satisfactorio
O Regular
Insatisfactorio
No no realicé consulta por esta vía
5- Recibiste algún feedback de seguimiento de tu reclamo? *
○ Si
No
6- Considerás importante recibir ese feedback? *
Si
O No
7- Al navegar la página web de Personal, encontraste rápidamente lo que buscabas? *
Lo encontré pero demoré
O Lo encontré rápidamente
O No lo encontré
8- Buscarías o volverías a buscar algo por este medio? *
○ No

9- Cuando realizaste una consulta o reclamo por el call center, el incidente fue resuelto con rapidez? *
○ Si
No
10- Cómo consideras que fue tu nivel de satisfacción recibido en el call center a tu consulta? *
Muy Satisfactorio
O Satisfactorio
Regular
Insatisfactorio
11- De las siguientes opciones, cuál consideras más importante a la hora de mejorar el la calidad del servicio de atención al cliente de Personal? *
de mejorar er la canada der cervicio de aterición ar oficinte de r erconar.
Debería existir mayor capacitación de los empleados dedicados a la atención
O Debería existir mayor capacitación de los empleados dedicados a la atención
 Debería existir mayor capacitación de los empleados dedicados a la atención Deberían disminuir los tiempos de demora en la atención
 Debería existir mayor capacitación de los empleados dedicados a la atención Deberían disminuir los tiempos de demora en la atención Deberían ser más amables en la atención
 Debería existir mayor capacitación de los empleados dedicados a la atención Deberían disminuir los tiempos de demora en la atención Deberían ser más amables en la atención No deberían derivar los reclamos a otras áreas y resolverse en el mismo contacto. 12- Consideras que las redes sociales un buen medio para la comunicación
 Debería existir mayor capacitación de los empleados dedicados a la atención Deberían disminuir los tiempos de demora en la atención Deberían ser más amables en la atención No deberían derivar los reclamos a otras áreas y resolverse en el mismo contacto. 12- Consideras que las redes sociales un buen medio para la comunicación con el cliente? *

13-	Cuáles son tus expectativas sobre la marca Personal? *
	Que conozca mis intereses y gustos
0	Que posea una comunidad fluida y constante

No tengo expectativas

Que tenga una comunicación fluida conmigo

This content is neither created nor endorsed by Google.

1- Cuando realizaste una consulta o reclamo vía Twitter o Facebook la misma fue resuelta con éxito? *
○ Si
○ No
Nunca consulté vía online
2- Si nunca consultaste vía online , selecciona el motivo por el cual no las consultaste:
Porque desconocía el tratamiento de las redes sociales para reclamos
O Porque tuve en experiencias anteriores no solucionaron mi problema
O Porque prefiero llamar el call center
 3- Utilizarías o volverías a utilizar en el futuro la realización de reclamos o consultas a través de Twitter o Facebook? * Si No

4- Cómo consideras que fue tu nivel de satisfacción recibido en las redes sociales a tu consulta? *
Muy satisfactorio
Satisfactorio
O Regular
Insatisfactorio
No no realicé consulta por esta vía
5- Recibiste algún feedback de seguimiento de tu reclamo? *
○ Si No
6- Considerás importante recibir ese feedback? *
Si
O No
7- Al navegar la página web de Personal, encontraste rápidamente lo que buscabas? *
Lo encontré pero demoré
O Lo encontré rápidamente
O No lo encontré
O. Dungania a problemia a bungan alma mangata madia 2 *
8- Buscarías o volverías a buscar algo por este medio? *
● Si
O No

fue resuelto con rapidez? *
Si
O No
10- Cómo consideras que fue tu nivel de satisfacción recibido en el call center a tu consulta? *
Muy Satisfactorio
Satisfactorio
O Regular
Insatisfactorio
11- De las siguientes opciones, cuál consideras más importante a la hora de mejorar el la calidad del servicio de atención al cliente de Personal? *
O Debería existir mayor capacitación de los empleados dedicados a la atención
Deberían disminuir los tiempos de demora en la atención
O Deberían ser más amables en la atención
O No deberían derivar los reclamos a otras áreas y resolverse en el mismo contacto.
12- Consideras que las redes sociales un buen medio para la comunicación con el cliente? *
Si
O No

13- Cuáles son tus expectativas sobre la marca Personal? *	
O Que conozca mis intereses y gustos	
Que posea una comunidad fluida y constante	
Que tenga una comunicación fluida conmigo	
O No tengo expectativas	

1- Cuando realizaste una consulta o reclamo vía Twitter o Facebook la misma fue resuelta con éxito? *
○ Si
○ No
Nunca consulté vía online
2- Si nunca consultaste vía online , selecciona el motivo por el cual no las consultaste:
O Porque desconocía el tratamiento de las redes sociales para reclamos
O Porque tuve en experiencias anteriores no solucionaron mi problema
Porque prefiero llamar el call center
3- Utilizarías o volverías a utilizar en el futuro la realización de reclamos o consultas a través de Twitter o Facebook? * Si No

4- Cómo consideras que fue tu nivel de satisfacción recibido en las redes sociales a tu consulta? *
Muy satisfactorio
Satisfactorio
O Regular
Insatisfactorio
No no realicé consulta por esta vía
5- Recibiste algún feedback de seguimiento de tu reclamo? *
○ Si
No
6- Considerás importante recibir ese feedback? *
Si
O No
7- Al navegar la página web de Personal, encontraste rápidamente lo que buscabas? *
O Lo encontré pero demoré
O Lo encontré rápidamente
No lo encontré
8- Buscarías o volverías a buscar algo por este medio? *
Si
○ No

9- Cuando realizaste una consulta o reclamo por el call center, el incidente fue resuelto con rapidez? *
○ Si
No
10- Cómo consideras que fue tu nivel de satisfacción recibido en el call center a tu consulta? *
Muy Satisfactorio
O Satisfactorio
Regular
Insatisfactorio
11- De las siguientes opciones, cuál consideras más importante a la hora de mejorar el la calidad del servicio de atención al cliente de Personal? *
Debería existir mayor capacitación de los empleados dedicados a la atención
O Deberían disminuir los tiempos de demora en la atención
O Deberían ser más amables en la atención
O No deberían derivar los reclamos a otras áreas y resolverse en el mismo contacto.
12- Consideras que las redes sociales un buen medio para la comunicación con el cliente? *
○ Si
No

13- Cuáles son tus expectativas sobre la marca Personal? *
O Que conozca mis intereses y gustos
O Que posea una comunidad fluida y constante
 Que tenga una comunicación fluida conmigo
O No tengo expectativas

1- Cuando realizaste una consulta o reclamo vía Twitter o Facebook la misma fue resuelta con éxito? *
○ Si
No
O Nunca consulté vía online
2- Si nunca consultaste vía online , selecciona el motivo por el cual no las consultaste:
O Porque desconocía el tratamiento de las redes sociales para reclamos
O Porque tuve en experiencias anteriores no solucionaron mi problema
Porque prefiero llamar el call center
3- Utilizarías o volverías a utilizar en el futuro la realización de reclamos o consultas a través de Twitter o Facebook? *
Si
O No

4- Cómo consideras que fue tu nivel de satisfacción recibido en las redes sociales a tu consulta? *
Muy satisfactorio
Satisfactorio
O Regular
Insatisfactorio
O No no realicé consulta por esta vía
5- Recibiste algún feedback de seguimiento de tu reclamo? *
O Si
No
6- Considerás importante recibir ese feedback? *
Si
O No
7- Al navegar la página web de Personal, encontraste rápidamente lo que buscabas? *
Lo encontré pero demoré
O Lo encontré rápidamente
O No lo encontré
8- Buscarías o volverías a buscar algo por este medio? *
Si
○ No

9- Cuando realizaste una consulta o reclamo por el call center, el incidente fue resuelto con rapidez? *
Si
O No
10- Cómo consideras que fue tu nivel de satisfacción recibido en el call center a tu consulta? *
Muy Satisfactorio
Satisfactorio
O Regular
Insatisfactorio
11- De las siguientes opciones, cuál consideras más importante a la hora de mejorar el la calidad del servicio de atención al cliente de Personal? *
Debería existir mayor capacitación de los empleados dedicados a la atención
O Deberían disminuir los tiempos de demora en la atención
O Deberían ser más amables en la atención
O No deberían derivar los reclamos a otras áreas y resolverse en el mismo contacto.
12- Consideras que las redes sociales un buen medio para la comunicación con el cliente? * Si No

13- Cuáles	son tus expe	ctativas sobre	e la marca Persona	al? *

Que conozca mis intereses y gustosQue posea una comunidad fluida y constanteQue tenga una comunicación fluida conmigo

O No tengo expectativas

This content is neither created nor endorsed by Google.

1- Cuando realizaste una consulta o reclamo vía Twitter o Facebook la misma fue resuelta con éxito? *
Si
○ No
O Nunca consulté vía online
2- Si nunca consultaste vía online , selecciona el motivo por el cual no las consultaste:
O Porque desconocía el tratamiento de las redes sociales para reclamos
O Porque tuve en experiencias anteriores no solucionaron mi problema
O Porque prefiero llamar el call center
 3- Utilizarías o volverías a utilizar en el futuro la realización de reclamos o consultas a través de Twitter o Facebook? * Si No

4- Cómo consideras que fue tu nivel de satisfacción recibido en las redes sociales a tu consulta? *
Muy satisfactorio
Satisfactorio
Regular
Insatisfactorio
O No no realicé consulta por esta vía
5- Recibiste algún feedback de seguimiento de tu reclamo? *
Si
O No
6- Considerás importante recibir ese feedback? *
Si
O No
7- Al navegar la página web de Personal, encontraste rápidamente lo que buscabas? *
O Lo encontré pero demoré
Lo encontré rápidamente
O No lo encontré
8- Buscarías o volverías a buscar algo por este medio? *
Si
○ No

9- Cuando realizaste una consulta o reclamo por el call center, el incidente fue resuelto con rapidez? *
Si
O No
10- Cómo consideras que fue tu nivel de satisfacción recibido en el call center a tu consulta? *
Muy Satisfactorio
O Satisfactorio
Regular
Insatisfactorio
11- De las siguientes opciones, cuál consideras más importante a la hora de mejorar el la calidad del servicio de atención al cliente de Personal? *
O Debería existir mayor capacitación de los empleados dedicados a la atención
O Deberían disminuir los tiempos de demora en la atención
O Deberían ser más amables en la atención
No deberían derivar los reclamos a otras áreas y resolverse en el mismo contacto.
12- Consideras que las redes sociales un buen medio para la comunicación con el cliente? *
Si
O No

13- Cuales son tus expectativas sobre la marca Personal	*

Que conozca mis intereses y gustosQue posea una comunidad fluida y constante

O Que tenga una comunicación fluida conmigo

No tengo expectativas

This content is neither created nor endorsed by Google.

1- Cuando realizaste una consulta o reclamo vía Twitter o Facebook la misma fue resuelta con éxito? *
Si
○ No
O Nunca consulté vía online
2- Si nunca consultaste vía online , selecciona el motivo por el cual no las consultaste:
O Porque desconocía el tratamiento de las redes sociales para reclamos
O Porque tuve en experiencias anteriores no solucionaron mi problema
O Porque prefiero llamar el call center
 3- Utilizarías o volverías a utilizar en el futuro la realización de reclamos o consultas a través de Twitter o Facebook? * Si No

4- Cómo consideras que fue tu nivel de satisfacción recibido en las redes sociales a tu consulta? *
Muy satisfactorio
Satisfactorio
O Regular
Insatisfactorio
O No no realicé consulta por esta vía
5- Recibiste algún feedback de seguimiento de tu reclamo? *
Si
O No
6- Considerás importante recibir ese feedback? *
Si
O No
7- Al navegar la página web de Personal, encontraste rápidamente lo que buscabas? *
Lo encontré pero demoré
O Lo encontré rápidamente
O No lo encontré
8- Buscarías o volverías a buscar algo por este medio? *
Si
○ No

fue resuelto con rapidez? *
Si
O No
10- Cómo consideras que fue tu nivel de satisfacción recibido en el call center a tu consulta? *
Muy Satisfactorio
O Satisfactorio
O Regular
Insatisfactorio
11- De las siguientes opciones, cuál consideras más importante a la hora de mejorar el la calidad del servicio de atención al cliente de Personal? *
O Debería existir mayor capacitación de los empleados dedicados a la atención
Deberían disminuir los tiempos de demora en la atención
O Deberían ser más amables en la atención
O No deberían derivar los reclamos a otras áreas y resolverse en el mismo contacto.
12- Consideras que las redes sociales un buen medio para la comunicación con el cliente? *
Si
O No

13- Cuales son tus expectativas sobre la marca Persona	I!? *

Que conozca mis intereses y gustosQue posea una comunidad fluida y constanteQue tenga una comunicación fluida conmigo

No tengo expectativas

This content is neither created nor endorsed by Google.

1- Cuando realizaste una consulta o reclamo vía Twitter o Facebook la misma fue resuelta con éxito? *
○ Si
○ No
Nunca consulté vía online
2- Si nunca consultaste vía online , selecciona el motivo por el cual no las consultaste:
O Porque desconocía el tratamiento de las redes sociales para reclamos
O Porque tuve en experiencias anteriores no solucionaron mi problema
Porque prefiero llamar el call center
3- Utilizarías o volverías a utilizar en el futuro la realización de reclamos o consultas a través de Twitter o Facebook? * Si No

4- Como consideras que fue fu nivei de satisfacción recibido en las redes sociales a tu consulta? *
Muy satisfactorio
Satisfactorio
Regular
Insatisfactorio
O No no realicé consulta por esta vía
5- Recibiste algún feedback de seguimiento de tu reclamo? *
○ Si
No
6- Considerás importante recibir ese feedback? * Si No
7- Al navegar la página web de Personal, encontraste rápidamente lo que buscabas? *
Lo encontré pero demoré
O Lo encontré rápidamente
O No lo encontré
8- Buscarías o volverías a buscar algo por este medio? *
Si
○ No

9- Cuando realizaste una consulta o reclamo por el call center, el incidente fue resuelto con rapidez? *
Si
O No
10- Cómo consideras que fue tu nivel de satisfacción recibido en el call center a tu consulta? *
Muy Satisfactorio
O Satisfactorio
Regular
Insatisfactorio
11- De las siguientes opciones, cuál consideras más importante a la hora de mejorar el la calidad del servicio de atención al cliente de Personal? *
Debería existir mayor capacitación de los empleados dedicados a la atención
O Deberían disminuir los tiempos de demora en la atención
O Deberían ser más amables en la atención
O No deberían derivar los reclamos a otras áreas y resolverse en el mismo contacto.
12- Consideras que las redes sociales un buen medio para la comunicación con el cliente? *
Si
O No

No tengo expectativas

13-	- Cuáles son tus expectativas sobre la marca Personal? *
	Que conozca mis intereses y gustos
\bigcirc	Que posea una comunidad fluida y constante
\bigcirc	Que tenga una comunicación fluida conmigo

This content is neither created nor endorsed by Google.

1- Cuando realizaste una consulta o reclamo vía Twitter o Facebook la misma fue resuelta con éxito? *
○ Si
○ No
Nunca consulté vía online
2- Si nunca consultaste vía online , selecciona el motivo por el cual no las consultaste:
Porque desconocía el tratamiento de las redes sociales para reclamos
O Porque tuve en experiencias anteriores no solucionaron mi problema
O Porque prefiero llamar el call center
 3- Utilizarías o volverías a utilizar en el futuro la realización de reclamos o consultas a través de Twitter o Facebook? * Si No

4- Como consideras que fue fu nivei de satisfacción recibido en las redes sociales a tu consulta? *
Muy satisfactorio
Satisfactorio
O Regular
Insatisfactorio
No no realicé consulta por esta vía
5- Recibiste algún feedback de seguimiento de tu reclamo? *
O Si
No
6- Considerás importante recibir ese feedback? *
Si
○ No
7- Al navegar la página web de Personal, encontraste rápidamente lo que buscabas? *
O Lo encontré pero demoré
O Lo encontré rápidamente
No lo encontré
8- Buscarías o volverías a buscar algo por este medio? *
O Si
No

9- Cuando realizaste una consulta o reclamo por el call center, el incidente fue resuelto con rapidez? *
○ Si
No
10- Cómo consideras que fue tu nivel de satisfacción recibido en el call center a tu consulta? *
Muy Satisfactorio
O Satisfactorio
O Regular
Insatisfactorio
11- De las siguientes opciones, cuál consideras más importante a la hora de mejorar el la calidad del servicio de atención al cliente de Personal? *
O Debería existir mayor capacitación de los empleados dedicados a la atención
O Deberían disminuir los tiempos de demora en la atención
O Deberían ser más amables en la atención
No deberían derivar los reclamos a otras áreas y resolverse en el mismo contacto.
12- Consideras que las redes sociales un buen medio para la comunicación con el cliente? *
Si
○ No

13- Cuáles son tus expectativas sobre la marca Personal? *	
O Que conozca mis intereses y gustos	
Que posea una comunidad fluida y constante	
 Que tenga una comunicación fluida conmigo 	
O No tengo expectativas	

1- Cuando realizaste una consulta o reclamo vía Twitter o Facebook la misma fue resuelta con éxito? *
○ Si
○ No
Nunca consulté vía online
2- Si nunca consultaste vía online , selecciona el motivo por el cual no las consultaste:
Porque desconocía el tratamiento de las redes sociales para reclamos
O Porque tuve en experiencias anteriores no solucionaron mi problema
O Porque prefiero llamar el call center
 3- Utilizarías o volverías a utilizar en el futuro la realización de reclamos o consultas a través de Twitter o Facebook? * Si No

4- Cómo consideras que fue tu nivel de satisfacción recibido en las redes sociales a tu consulta? *
Muy satisfactorio
Satisfactorio
O Regular
Insatisfactorio
No no realicé consulta por esta vía
5- Recibiste algún feedback de seguimiento de tu reclamo? *
○ Si
No
6- Considerás importante recibir ese feedback? *
Si
O No
7- Al navegar la página web de Personal, encontraste rápidamente lo que buscabas? *
Lo encontré pero demoré
O Lo encontré rápidamente
O No lo encontré
8- Buscarías o volverías a buscar algo por este medio? *
Si
○ No

fue resuelto con rapidez? *
Si
O No
10- Cómo consideras que fue tu nivel de satisfacción recibido en el call center a tu consulta? *
Muy Satisfactorio
O Satisfactorio
O Regular
Insatisfactorio
11- De las siguientes opciones, cuál consideras más importante a la hora de mejorar el la calidad del servicio de atención al cliente de Personal? *
O Debería existir mayor capacitación de los empleados dedicados a la atención
Deberían disminuir los tiempos de demora en la atención
O Deberían ser más amables en la atención
O No deberían derivar los reclamos a otras áreas y resolverse en el mismo contacto.
12- Consideras que las redes sociales un buen medio para la comunicación con el cliente? *
● Si
○ No

13- Cuáles son tus expectativas sobre la marca Personal? *
O Que conozca mis intereses y gustos
Que posea una comunidad fluida y constante
Que tenga una comunicación fluida conmigo
O No tengo expectativas

1- Cuando realizaste una consulta o reclamo vía Twitter o Facebook la misma fue resuelta con éxito? *
○ Si
○ No
Nunca consulté vía online
2- Si nunca consultaste vía online , selecciona el motivo por el cual no las consultaste:
O Porque desconocía el tratamiento de las redes sociales para reclamos
O Porque tuve en experiencias anteriores no solucionaron mi problema
Porque prefiero llamar el call center
 3- Utilizarías o volverías a utilizar en el futuro la realización de reclamos o consultas a través de Twitter o Facebook? * Si No

4- Cómo consideras que fue tu nivel de satisfacción recibido en las redes sociales a tu consulta? *
Muy satisfactorio
Satisfactorio
O Regular
Insatisfactorio
No no realicé consulta por esta vía
5- Recibiste algún feedback de seguimiento de tu reclamo? *
○ Si
No
6- Considerás importante recibir ese feedback? *
○ Si
No
7- Al navegar la página web de Personal, encontraste rápidamente lo que buscabas? *
O Lo encontré pero demoré
Lo encontré rápidamente
O No lo encontré
8- Buscarías o volverías a buscar algo por este medio? *
Si
○ No

9- Cuando realizaste una consulta o reclamo por el call center, el incidente fue resuelto con rapidez? *
○ Si
No
10- Cómo consideras que fue tu nivel de satisfacción recibido en el call center a tu consulta? *
Muy Satisfactorio
Satisfactorio
O Regular
Insatisfactorio
11- De las siguientes opciones, cuál consideras más importante a la hora de mejorar el la calidad del servicio de atención al cliente de Personal? *
O Debería existir mayor capacitación de los empleados dedicados a la atención
Deberían disminuir los tiempos de demora en la atención
O Deberían ser más amables en la atención
O No deberían derivar los reclamos a otras áreas y resolverse en el mismo contacto.
12- Consideras que las redes sociales un buen medio para la comunicación con el cliente? *
○ Si
No

13- Cuáles son tus expectativas sobre la marca Personal? *
Que conozca mis intereses y gustos
Que posea una comunidad fluida y constante
Que tenga una comunicación fluida conmigo
O No tengo expectativas

1- Cuando realizaste una consulta o reclamo vía Twitter o Facebook la misma fue resuelta con éxito? *
○ Si
○ No
Nunca consulté vía online
2- Si nunca consultaste vía online , selecciona el motivo por el cual no las consultaste:
Porque desconocía el tratamiento de las redes sociales para reclamos
O Porque tuve en experiencias anteriores no solucionaron mi problema
O Porque prefiero llamar el call center
3- Utilizarías o volverías a utilizar en el futuro la realización de reclamos o consultas a través de Twitter o Facebook? *
Si
O No

4- Como consideras que fue fu nivei de satisfacción recibido en las redes sociales a tu consulta? *
Muy satisfactorio
Satisfactorio
O Regular
Insatisfactorio
No no realicé consulta por esta vía
5- Recibiste algún feedback de seguimiento de tu reclamo? *
O Si
No
6- Considerás importante recibir ese feedback? *
Si
O No
7- Al navegar la página web de Personal, encontraste rápidamente lo que buscabas? *
O Lo encontré pero demoré
Lo encontré rápidamente
O No lo encontré
8- Buscarías o volverías a buscar algo por este medio? *
Si
○ No

9- Cuando realizaste una consulta o reclamo por el call center, el incidente fue resuelto con rapidez? *
Si
O No
10- Cómo consideras que fue tu nivel de satisfacción recibido en el call center a tu consulta? *
Muy Satisfactorio
Satisfactorio
Regular
Insatisfactorio
11. De les siguientes enciones quél consideres más importante e la hora
11- De las siguientes opciones, cuál consideras más importante a la hora de mejorar el la calidad del servicio de atención al cliente de Personal? *
·
de mejorar el la calidad del servicio de atención al cliente de Personal? *
de mejorar el la calidad del servicio de atención al cliente de Personal? * Debería existir mayor capacitación de los empleados dedicados a la atención
de mejorar el la calidad del servicio de atención al cliente de Personal?* O Debería existir mayor capacitación de los empleados dedicados a la atención O Deberían disminuir los tiempos de demora en la atención
de mejorar el la calidad del servicio de atención al cliente de Personal?* Debería existir mayor capacitación de los empleados dedicados a la atención Deberían disminuir los tiempos de demora en la atención Deberían ser más amables en la atención
de mejorar el la calidad del servicio de atención al cliente de Personal? * Debería existir mayor capacitación de los empleados dedicados a la atención Deberían disminuir los tiempos de demora en la atención Deberían ser más amables en la atención No deberían derivar los reclamos a otras áreas y resolverse en el mismo contacto. 12- Consideras que las redes sociales un buen medio para la comunicación

13- Cuáles son tus expectativas sobre la marca Personal? *
O Que conozca mis intereses y gustos
Que posea una comunidad fluida y constante
Que tenga una comunicación fluida conmigo
O No tengo expectativas

```
Timestamp
```

1- ¿Cuando realizaste una consulta

9/18/2016 21:09:38 Nunca consulté vía online

9/18/2016 21:09:40 Nunca consulté vía online

9/18/2016 21:12:29 Nunca consulté vía online

9/18/2016 21:19:27 Nunca consulté vía online

9/18/2016 21:20:49 Nunca consulté vía online

9/18/2016 21:21:01 Si

9/18/2016 21:37:36 Si

9/18/2016 21:56:17 Si

9/18/2016 21:56:35 Nunca consulté vía online

9/18/2016 22:02:52 Nunca consulté vía online

9/18/2016 22:49:26 Nunca consulté vía online

9/18/2016 22:54:45 Nunca consulté vía online

9/18/2016 23:13:05 Si

9/18/2016 23:14:49 Nunca consulté vía online

9/18/2016 23:37:45 Nunca consulté vía online

9/19/2016 8:17:50 Nunca consulté vía online

9/19/2016 9:10:27 Si

9/19/2016 9:28:57 Nunca consulté vía online

9/19/2016 9:58:47 Nunca consulté vía online

9/19/2016 10:02:44 Nunca consulté vía online

9/19/2016 10:05:43 Si

9/19/2016 10:18:02 No

9/19/2016 11:08:34 Nunca consulté vía online

9/19/2016 11:12:41 Nunca consulté vía online

9/19/2016 11:22:35 No

9/19/2016 13:39:55 Nunca consulté vía online

9/19/2016 13:44:51 Nunca consulté vía online

9/19/2016 14:21:20 Nunca consulté vía online

9/19/2016 15:09:11 Nunca consulté vía online 9/19/2016 15:36:59 Nunca consulté vía online

9/19/2016 15:55:29 Nunca consulté vía online

9/19/2016 17:29:21 No

9/19/2016 20:04:12 Si

9/19/2016 20:16:56 Si

9/19/2016 20:24:13 Nunca consulté vía online

9/19/2016 23:06:08 Nunca consulté vía online

9/20/2016 10:13:26 Nunca consulté vía online

9/21/2016 16:06:19 Nunca consulté vía online

9/22/2016 8:50:44 Nunca consulté vía online

2- Si nunca consultaste vía online, por favor selecciona el motivo por el cual no consultaste:

Porque prefiero utilizar el call center

Porque tuve malas experiencias anteriores

Porque prefiero utilizar el call center

Porque desconocía el tratamiento de las redes sociales para reclamos

Porque prefiero utilizar el call center

Porque desconocía el tratamiento de las redes sociales para reclamos

Porque desconocía el tratamiento de las redes sociales para reclamos

Porque prefiero utilizar el call center

Porque desconocía el tratamiento de las redes sociales para reclamos

Porque desconocía el tratamiento de las redes sociales para reclamos

Porque prefiero utilizar el call center

Porque prefiero utilizar el call center

Porque prefiero utilizar el call center

Porque desconocía el tratamiento de las redes sociales para reclamos

Porque desconocía el tratamiento de las redes sociales para reclamos

Porque prefiero utilizar el call center

Porque desconocía el tratamiento de las redes sociales para reclamos

3- En el futuro ¿Utilizarías	د 4- ¿Cómo consideras que	5-¿Recibiste algún feedba	a 6-¿Considerás importante
No	Insatisfactorio	No	Si
No	Insatisfactorio	No	Si
Si	Regular	No	Si
Si	Ns /Nc	No	Si
Si	Ns /Nc	No	Si
Si	Satisfactorio	No	Si
Si	Satisfactorio	Si	Si
Si	Regular	No	Si
Si	Ns /Nc	No	Si
Si	Ns /Nc	No	Si
Si	Ns /Nc	No	Si
Si	Ns /Nc	No	Si
Si	Regular	Si	Si
No	Ns /Nc	No	Si
Si	Ns /Nc	No	Si
Si	Ns /Nc	No	Si
Si	Satisfactorio	No	Si
No	Ns /Nc	No	Si
Si	Ns /Nc	No	No
Si	Ns /Nc	No	Si
Si	Satisfactorio	No	No
Si	Satisfactorio	No	Si
No	Ns /Nc	No	Si
Si	Ns /Nc	No	Si
Si	Insatisfactorio	Si	Si
No	Ns /Nc	No	Si
No	Ns /Nc	No	Si
No	Satisfactorio	No	Si
Si	Ns /Nc	No	Si
Si	Ns /Nc	No	Si
No	Ns /Nc	No	Si
Si	Insatisfactorio	No	Si
Si	Regular	Si	Si
Si	Satisfactorio	Si	Si
No	Regular	No	No
Si	Ns /Nc	No	Si
Si	Ns /Nc	No	Si
No	Ns /Nc	No	No
Si	Ns /Nc	No	Si

7-Al navegar la página we	ł 8-Buscarías o volverías a l	9- ¿Cuando realizaste una	:10- ¿Cuál considerás que
No lo encontré	Si	Si	Satisfactorio
Encontré lo que buscaba p	No	No	Regular
Encontré lo que buscaba p	o Si	Si	Satisfactorio
Encontré lo que buscaba p	:Si	No	Satisfactorio
Encontré lo que buscaba p	:Si	Si	Satisfactorio
Encontré lo que buscaba p	:Si	No	Regular
Encontré lo que buscaba p	:Si	No	Regular
No lo encontré	Si	No	Regular
Encontré lo que buscaba p	Si	Si	Muy Satisfactorio
Encontré lo que buscaba p	Si	Si	Muy Satisfactorio
Encontré lo que buscaba p	Si	No	Satisfactorio
No lo encontré	Si	Si	Satisfactorio
Encontré lo que buscaba p	Si	No	Regular
Lo encontré rápidamente	Si	Si	Satisfactorio
Encontré lo que buscaba p	Si	No	Regular
Encontré lo que buscaba p	Si	No	Regular
No lo encontré	Si	No	Insatisfactorio
Encontré lo que buscaba p	Si	Si	Satisfactorio
Encontré lo que buscaba p	Si	Si	Muy Satisfactorio
Encontré lo que buscaba p	Si	Si	Muy Satisfactorio
Encontré lo que buscaba p	Si	Si	Regular
Encontré lo que buscaba p	Si	Si	Satisfactorio
Encontré lo que buscaba p	No	Si	Regular
No lo encontré	Si	Si	Satisfactorio
Encontré lo que buscaba p	Si	No	Insatisfactorio
Encontré lo que buscaba p	Si	No	Regular
Encontré lo que buscaba p	No	Si	Satisfactorio
Encontré lo que buscaba p	Si	Si	Satisfactorio
Encontré lo que buscaba p	Si	No	Regular
Encontré lo que buscaba p	Si	Si	Satisfactorio
No lo encontré	Si	No	Regular
Encontré lo que buscaba p	Si	Si	Muy Satisfactorio
Encontré lo que buscaba r	Si	Si	Regular
Encontré lo que buscaba p	Si	Si	Muy Satisfactorio
Encontré lo que buscaba p	Si	Si	Regular
No lo encontré	No	No	Insatisfactorio
Encontré lo que buscaba p	Si	Si	Muy Satisfactorio
Encontré lo que buscaba r	Si	No	Satisfactorio
Encontré lo que buscaba r	Si	Si	Muy Satisfactorio

11- De las siguientes opciones, ¿cuál consideras más importante a la hora de mejorar la calidad del servicio de

Disminuir los tiempos de demora en la atención

Empleados dedicados a la atención más capacitados

Disminuir los tiempos de demora en la atención

Resolver el problema en un único contacto

Empleados dedicados a la atención más capacitados

Empleados dedicados a la atención más capacitados

Resolver el problema en un único contacto

Empleados dedicados a la atención más capacitados

Empleados dedicados a la atención más capacitados

Disminuir los tiempos de demora en la atención

Resolver el problema en un único contacto

Resolver el problema en un único contacto

Empleados dedicados a la atención más capacitados

Empleados dedicados a la atención más capacitados

Resolver el problema en un único contacto

Empleados dedicados a la atención más capacitados

Resolver el problema en un único contacto

Disminuir los tiempos de demora en la atención

Resolver el problema en un único contacto

Disminuir los tiempos de demora en la atención

Resolver el problema en un único contacto

Empleados dedicados a la atención más capacitados

Empleados dedicados a la atención más capacitados

Disminuir los tiempos de demora en la atención

Mejorar la amabilidad en la atención

Empleados dedicados a la atención más capacitados

Empleados dedicados a la atención más capacitados

Resolver el problema en un único contacto

Resolver el problema en un único contacto

Disminuir los tiempos de demora en la atención

Empleados dedicados a la atención más capacitados

Empleados dedicados a la atención más capacitados

Resolver el problema en un único contacto

Disminuir los tiempos de demora en la atención

Empleados dedicados a la atención más capacitados

Resolver el problema en un único contacto

Disminuir los tiempos de demora en la atención

Disminuir los tiempos de demora en la atención

Mejorar la amabilidad en la atención

12-	¿Consideras que las r 13-	¿Cuáles son tus expectativas sobre la marca Personal?
Si		engo expectativas
No	Que	conozca mis intereses y gustos
Si	No t	engo expectativas
Si	Que	tenga una comunicación fluida conmigo
Si	Que	conozca mis intereses y gustos
Si	Que	tenga una comunicación fluida conmigo
Si	No t	engo expectativas
Si	Que	tenga una comunicación fluida conmigo
Si	Que	posea una comunidad fluida y constante
Si	Que	tenga una comunicación fluida conmigo
Si	No t	engo expectativas
Si	Que	conozca mis intereses y gustos
Si	Que	conozca mis intereses y gustos
Si	Que	tenga una comunicación fluida conmigo
Si	No t	engo expectativas
Si	Que	conozca mis intereses y gustos
Si	Que	tenga una comunicación fluida conmigo
Si	Que	tenga una comunicación fluida conmigo
Si	Que	conozca mis intereses y gustos
Si	Que	tenga una comunicación fluida conmigo
Si	Que	conozca mis intereses y gustos
Si	Que	tenga una comunicación fluida conmigo
No	Que	posea una comunidad fluida y constante
Si	Que	conozca mis intereses y gustos
Si	No t	engo expectativas
Si	Que	posea una comunidad fluida y constante
Si	No t	engo expectativas
Si	Que	tenga una comunicación fluida conmigo
Si	Que	conozca mis intereses y gustos
Si	Que	posea una comunidad fluida y constante
No	Que	tenga una comunicación fluida conmigo
Si	Que	conozca mis intereses y gustos
Si	Que	conozca mis intereses y gustos
Si	Que	conozca mis intereses y gustos
Si	Que	conozca mis intereses y gustos
Si	Que	tenga una comunicación fluida conmigo
Si	Que	posea una comunidad fluida y constante
No	Que	tenga una comunicación fluida conmigo
Si	Que	posea una comunidad fluida y constante

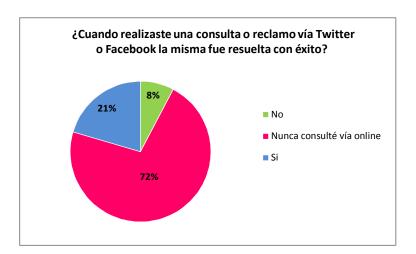
1- ¿Cuando realizaste una consulta o reclamo vía Twitter o Facebook la misma fue resuelta con éxito?

No

Nunca consulté vía online

Si

Total general



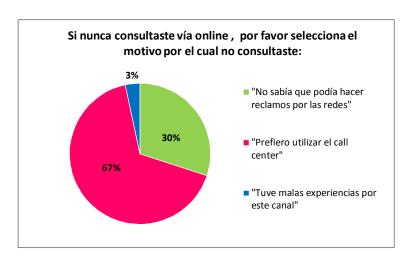
2- Si nunca consultaste vía online, por favor, seleccióná el motivo por el cual no consultaste:

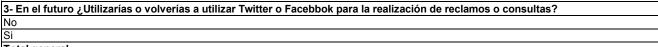
"No sabía que podía hacer reclamos por las redes'

"Prefiero utilizar el call center"

"Tuve malas experiencias por este canal"

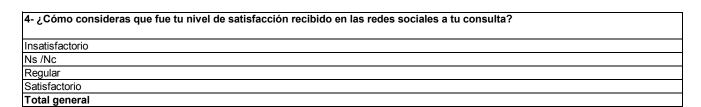
Total general





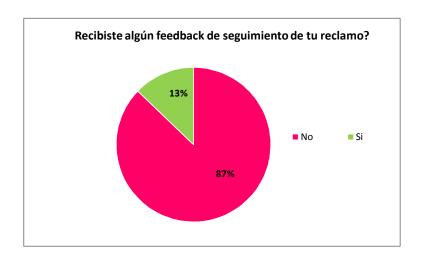
Total general

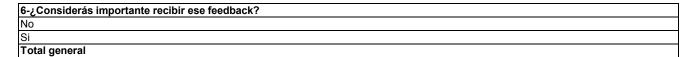




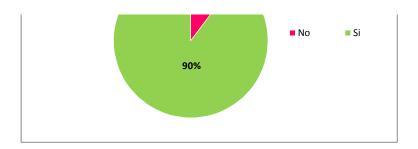


5-¿Recibiste algún feedback de seguimiento de tu reclamo?				
No				
Si				
Total general				









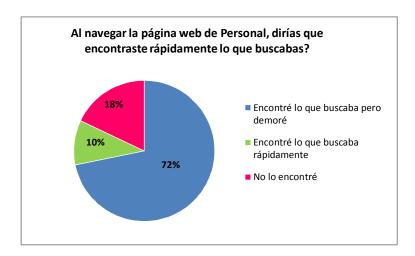
7-Al navegar la página web de Personal, dirías que encontraste rápidamente lo que buscabas?

Encontré lo que buscaba pero demoré

Encontré lo que buscaba rápidamente

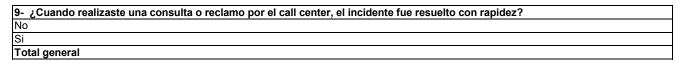
No lo encontré

Total general

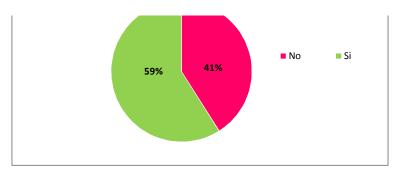


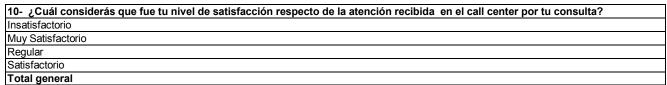
8-¿Buscarías o volverías a buscar algo por este medio? No Si Total general

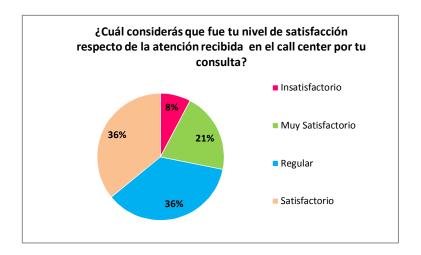




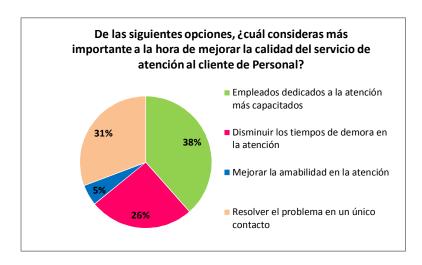
¿Cuando realizaste una consulta o reclamo por el call center, el incidente fue resuelto con rapidez?

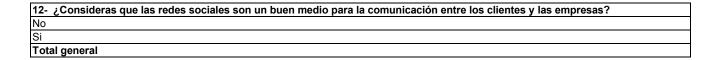






11- De las siguientes opciones, ¿cuál consideras más importante a la hora de mejorar la calidad del servicio de atención al cliente de Empleados dedicados a la atención más capacitados Disminuir los tiempos de demora en la atención Mejorar la amabilidad en la atención Resolver el problema en un único contacto Total general







13- ¿Cuáles son tus expectativas sobre la marca Personal?

No tengo expectativas

Que conozca mis intereses y gustos

Que posea una comunidad fluida y constante

Que tenga una comunicación fluida conmigo

Total general



 $https://docs.google.com/forms/d/1sWRy5Jr6fRe12h9rv4N9qcro3-2iEMNjC_rpQ4qt0H8/edit\#responses$