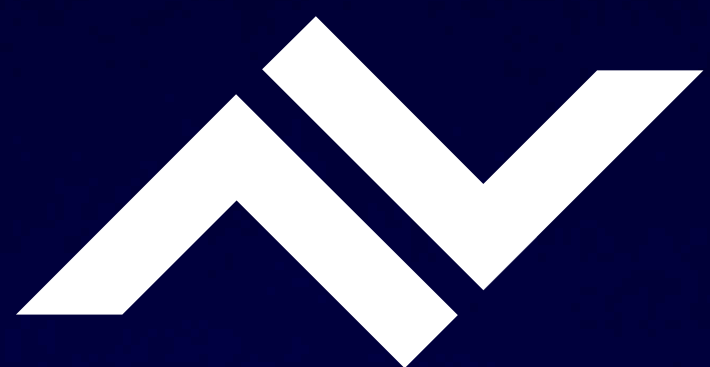




El cliente que no se queja

Cuatro preguntas sobre su servicio de atención, y un cálculo de una página para saber lo que le cuesta la respuesta.



NFON.COM

Generato dall'IA



Casi nadie avisa antes de irse. No hay reclamación, no hay encuesta, no hay una llamada final: simplemente deja de llamar, deja de renovar y contrata en otro sitio. Por eso la pérdida de clientes casi nunca aparece en los informes de atención al cliente, y sí aparece, meses después, en los de ingresos.

1. ¿Cuántas veces tiene que repetirse un cliente?

Cuente los contactos que ya existían en su sistema cuando el cliente volvió a llamar. Repetirse no es una molestia menor: es la señal más clara de que el canal anterior no resolvió nada.

Back-translation: How many times does a customer have to repeat themselves? Count the contacts that already existed in your system when the customer called again. Repeating yourself is not a minor irritation: it is the clearest signal that the previous channel resolved nothing.

2. ¿Cuánto tarda en resolverse, y cuánto en contestarse?

Son dos cifras distintas y se confunden con frecuencia. Un cliente tolera esperar una solución. Tolerar mucho peor no saber si alguien le ha escuchado.

Back-translation: How long does it take to resolve, and how long to answer? These are two different figures and they are often confused. A customer will tolerate waiting for a solution. They tolerate not knowing whether anyone heard them far less well.

3. ¿Qué ocurre fuera de horario?

Mire el volumen que entra cuando no hay nadie. Si no lo está midiendo, no es que no exista: es que no lo está viendo.

Back-translation: What happens outside working hours? Look at the volume arriving when nobody is there. If you are not measuring it, that does not mean it is not happening: it means you are not seeing it.

4. ¿Puede resolver en el canal que el cliente eligió?

Si la respuesta a un mensaje es una llamada, y a una llamada un correo, el cliente está haciendo el trabajo de coordinación que le corresponde a usted.



Un cálculo, no un dato

Las cifras siguientes son supuestos que hemos elegido nosotros, no datos publicados. Sustitúyalas por las tuyas: el método es lo que sirve.

Concepto	Supuesto	Su cifra
Contactos entrantes al mes	4.000	
Proporción que requiere un segundo contacto	18 %	
Contactos que quedan sin respuesta fuera de horario	6 %	
Clientes perdidos al año atribuibles a fricción	1 de cada 40	
Valor medio de un cliente al año	600 €	
Resultado: ingresos recurrentes perdidos al año	cálculo	

Si el resultado le parece alto, probablemente lo sea. Si le parece bajo, revise la tercera pregunta: casi siempre es la que no se está midiendo.