

Guía para la comunicación con los clientes

Este documento es un producto de Oversight Work Group de QuEST Forum. Está sujeto a cambios realizados por Oversight Work Group con la última versión que aparece aquí.

Guía para la comunicación con los clientes

A continuación, se muestran cuatro enfoques que pueden utilizarse para establecer una comunicación mutuamente beneficiosa entre la organización y sus clientes. Se pueden aplicar otros enfoques según la situación empresarial de la organización. Además, la organización puede utilizar estos conceptos para trabajar con sus proveedores.

Enfoque A: Equipo de expectativas compartidas

Se puede realizar un enfoque a la comunicación mediante un proceso voluntario de expectativas compartidas. Mediante este proceso, la organización trabaja conjuntamente con un cliente para comprender las expectativas mutuas y para mejorar la calidad de manera continua. El objetivo es crear una relación cercana y duradera entre ambos participantes.

Se crea un equipo con personal de la organización y del cliente para examinar las expectativas, identificar las brechas y diseñar el mecanismo necesarios para reducir las brechas. En el equipo, se puede incluir a un facilitador imparcial con experiencia en telecomunicaciones si la organización y el cliente están de acuerdo. El equipo desarrolla elementos de acción y los rastrea mediante un registro de elementos de acción. Normalmente, se trabaja en los elementos de acción a través de fuerzas de trabajo conjuntas. Los costos se comparten entre el cliente y la organización.

Se recomienda que el equipo se reúna al menos dos veces al año. Se utilizan varias herramientas para mejorar continuamente la calidad, incluido el registro de elementos de acción y las metodologías para mejorar la calidad. Un programa típico para la reunión inicial puede incluir los siguientes elementos:

- a) expectativas del cliente,
- b) expectativas de la organización,
- c) comparación del desempeño actual con las expectativas,
- d) identificación de brechas,
- e) desarrollo de planes de acción para reducir las brechas y
- f) diseño de medidas de seguimiento y control de los planes de acción.

Enfoque B: Reuniones para el examen de calidad

Para facilitar las comunicaciones, se recomienda que el cliente y la organización se reúnan periódicamente para analizar el sistema de gestión de calidad de la organización. También, se recomienda alternar el lugar de las reuniones, entre el sitio de la organización y el del cliente, donde se utiliza el equipo provisto por la organización.

Ubicación de la organización

Un ejemplo de programa de una reunión en la ubicación de la organización puede incluir los siguientes elementos:

- a) incumplimientos de la norma TL 9000,
- b) muestras de informes de auditoría interna y acciones de mejoras relacionadas,
- c) medidas,
- d) reclamos de ingeniería,
- e) notificaciones de cambio de productos,
- f) inquietudes del cliente,
- g) inquietudes de la organización y
- h) registros de elementos de acción.

Guía para la comunicación con los clientes

Visita al sitio del cliente

Realice la reunión en el sitio del cliente cuando el equipo de la organización haya estado en funcionamiento durante menos de un año (preferentemente entre 3 y 6 meses). Se invita a que participen junto a los representantes de la organización a todas las funciones del cliente que estuvieron directamente relacionadas con la ingeniería, la adquisición, la activación y la operación del equipo, las cuales pueden incluir a los jefes de programa o los jefes de producto, a los representantes de ventas y de calidad, y a otros según corresponda.

El propósito de esta visita es obtener respuestas acerca del proceso integral de adquisición y operación del equipo y de los servicios relacionados. De acuerdo con los participantes clientes, las respuestas pueden tratar todos estos temas o algunos de ellos:

- a) calidad y fiabilidad de hardware y software,
- b) facilidad para realizar pedidos,
- c) representantes de la organización,
- d) introducción de producto nuevo,
- e) entrega de productos,
- f) asistencia técnica,
- g) documentación,
- e) notificaciones de cambios en los productos,
- i) facturas,
- j) instalación,
- k) reparación y
- l) capacitación.

Deben analizarse otros problemas organizativos del cliente o del proveedor además de realizarse una actualización del registro de artículos de acciones.

Las respuestas obtenidas en esta visita deben documentarse, así como también cualquier inconveniente incluido en un registro de elemento de acción con medidas para mejoras planificadas por la organización o el cliente.

Enfoque C: Informes personalizados

La organización ofrece informes periódicos de acuerdo con las necesidades identificadas por el cliente. Dichos informes pueden incluir los siguientes elementos:

- a) índices de devolución del hardware,
- b) rendimiento de la entrega,
- c) tiempo de respuesta de reparaciones,
- d) problemas informados y
- e) actividad de asistencia técnica.

Enfoque D: Revisiones de los programas

Revise los programas en forma periódica en las ubicaciones de clientes o de organizaciones con un programa que puede incluir:

- a) entregas actuales,
- b) pronóstico de necesidades futuras,
- c) problemas técnicos,
- d) solicitudes/requisitos de funciones de productos,
- e) problemas de calidad,
- f) problemas en los pedidos o en la facturación,
- g) oportunidades de mejoras relacionadas con los productos suministrados y
- h) las interfaces del cliente y de la organización.

Guía para la comunicación con los clientes

El registro de elementos de acción debe conservarse y los elementos de acción deben informarse durante cada revisión o con mayor frecuencia si corresponde.