

Nuevo Management

Reconceptualización empresarial, innovación y cambio personal

Falsas estadísticas empresariales

Las grandes empresas diseñan sus encuestas para realizar las estadísticas de forma que se oculte la insatisfacción del cliente.

La mayoría de la población conoce los call centers empresariales. Los jóvenes porque alguna vez han trabajado en ellos y la mayoría porque alguna vez los hemos utilizado.

Generalmente no conocemos el resultado de la conversación mantenida con el operador de un call center, aunque éste afirma que ya ha resuelto nuestra duda o que ha activado el servicio para resolver nuestro problema. De esta llamada podemos valorar si hemos sido atendidos de una forma educada y si el operador parece haber comprendido nuestra necesidad, pero generalmente no podemos predecir el resultado de la actuación del operador ni de la empresa hasta que se realice el servicio solicitado. Por este motivo se suele adiestrar y exigir a los operadores que sean muy educados en el trato. Los jefes sólo tienen que informar a los operadores que después de cada llamada se hace una encuesta de satisfacción al cliente y que si no superan una nota determinada se les despide, para que los operadores sean atentos.

A pesar de la imposibilidad de valorar el servicio recibido, es habitual que cuando finalizamos la llamada, un ordenador nos hace una encuesta de satisfacción sobre la atención recibida. Algunas empresas van más allá en su descaro y preguntan si el operador ha resuelto nuestras necesidad, aún a sabiendas de que en ese momento no podemos saberlo. Precisamente esta treta se hace para falsear la valoración de los servicios.

Sin que el cliente lo sepa, la empresa puede asignar la valoración a esta simple pregunta, a todos los participantes en un largo proceso de atención que puede involucrar a varios departamentos. Por ejemplo, el operador, el departamento de pedidos que encarga el material solicitado, el departamento de instalaciones y, casi siempre, el departamento de facturación. Es decir, la empresa utiliza una respuesta para numerosas actuaciones que se realizan después de la valoración.

¿Para qué falsean las estadísticas las empresas?

Algunas empresas publican estos resultados o los aportan a organismos que hacen comparativas entre las empresas que proporcionan servicios similares, es decir, que pertenecen al mismo sector de actividad económica.

La mayoría de las grandes empresas, dedican sus esfuerzos en el diseño de los call centers para obtener los mejores resultados posibles, en lugar de para ofrecer el mejor servicio posible. Los call centers son una herramienta imprescindible para proporcionar un buen servicio en las grandes empresas que tienen millones de clientes; sin embargo, es habitual que el servicio sea satisfactorio en el servicio de venta mientras sea malo en servicios posteriores a la venta.

En países como España, corruptos, poco desarrollados y donde el respeto hacia los demás es escaso, los call centers para servicio post venta se utilizan para disuadir al cliente de llamar a la empresa y para reducir los costes del servicio. Es dudoso que sea más barato implementar un mal servicio que diseñar uno bueno; por ello, cabe pensar que sea la cultura corporativa o la mediocridad de los diseñadores, las que hacen que llamar a un call center sea una experiencia negativa que deteriora la imagen de estas empresas.

La transparencia y la veracidad de la información son principios de la Nueva Conciencia, del Nuevo Orden Mundial (no conspirativo) y del **Nuevo Management**; es decir, de los modelos de la actual Era de la información.



@NuevoManagement



nm@nuevomanagement.com