



**Filosofía  
de Ventas**



**Filosofía  
de Ventas**

# BIENVENIDO

●●● Herramientas de gestión

**Filosofía de Ventas** nació como parte de la preocupación de la empresa por ofrecer a todos nuestros clientes nuestra promesa de valor

a través de:

- ★ Ofrecer un *Servicio Sorprendente*
- ★ Hacer de su visita una *experiencia única*
- ★ Lograr que nuestros colaboradores modelen a través de nuestra *Cultura Cinépolis*.

Nuestro *Modelo de Gestión* de Filosofía de Ventas constituye una iniciativa integral donde el foco de nuestras acciones se centra en **satisfacer a nuestros clientes internos y externos** buscando así incrementar nuestras ventas y superar nuestros indicadores de negocio.

Te **invitamos** a conocer cómo se conforma este Modelo que sigue evolucionando para alinear e integrar nuestras acciones en todos los lugares donde tenemos presencia.



Modelo de administración y liderazgo de Cinépolis, que fortalece nuestra vocación de servicio, orientado a exceder las expectativas de nuestros clientes.

a través de nuestros 4 ejes de acción

Soy un **experto** en mi área

Ofrezco un servicio **estelar**

**Conect@** con las necesidades de mi cliente

Aprovecho mis **herramientas** de trabajo

logramos

# Efectividad

En los Procesos que involucran los atributos más valiosos para el cliente, es decir



poniendo foco en el

# CLIENTE

# Herramientas de Gestión

# Herramientas de gestión

## ¿Qué son?

Son reuniones de trabajo con todo el equipo administrativo en donde se revisan las métricas del cine. Se elaboró el diseño de estructura de cascadeo de la información para que pudiera llegar a todas las áreas involucradas asegurando la participación en los niveles correctos.

## ¿Con qué finalidad?

El objetivo es el establecimiento de iniciativas y planes de acción enfocados a **superar las metas**.

Gerente de  
conjunto

Super  
visores

●●● Herramientas de gestión

## Herramientas de gestión

### Foro de servicios

- ✦ Es una reunión mensual
- ✦ Participa todo el equipo de administrativos del cine
- ✦ Se revisa Mystery Shopper, Tracking de satisfacción, Puntos Críticos, Quejas y Popcorn.

### Círculos de Venta

- ✦ Es una reunión semanal
- ✦ Participan administrativos
- ✦ Se revisa Consumo por asistente, Ventas y Popcorn

### Toma 1



- ✦ Es una reunión diaria
- ✦ Participan el supervisor y el personal operativo
- ✦ Se revisan Objetivos del día y Metas por cumplir

# Foros de servicios



**Filosofía  
de Ventas**



### ¿Qué es?

Es el foro diseñado como herramienta de gestión del gerente con su equipo administrativo en donde se reúnen para establecer acciones enfocadas a superar las metas de servicio.

### Objetivo

Presentar métricas de servicio (*Tracking de Satisfacción, Mystery Shopper, Puntos críticos, Quejas y Popcorn*) e implementar programas de mejora en el conjunto, en respuesta a los problemas analizados.

### Características

- ✦ Cada Gerente lidera la reunión en donde participa todo su personal administrativo.
- ✦ Se lleva a cabo mensualmente.
- ✦ Se realiza un análisis profundo de indicadores de servicio para generar estrategias de mejora.
- ✦ Duración sugerida de 60 minutos.



# Diferentes modalidades de los foros de servicio

## Foro de conjunto-cine

### Lidera

Gerente de conjunto

### Participantes

Subgerentes, Supervisores y Encargados.

### Periodicidad

Mensual  
(primer miércoles después de cierre de mes)

### Duración

60 minutos

## Foro regional

### Lidera

Gerente regional

### Participantes

Gerente regional y Gerentes de Conjunto

### Periodicidad

Bimestral  
(presencial ó IW)

### Duración

60 minutos

## Foro nacional

### Lidera

Gerentes de operaciones

### Participantes

GR's, Gerentes de Operaciones, Director de Operaciones y Ejecutivos invitados de Comercialización

### Periodicidad

Trimestral  
(presencial ó IW)

### Duración

90 minutos

1

El Gerente de Conjunto presentará los resultados de *Mystery Shopper*, *Tracking de Satisfacción*, *Puntos críticos*, *quejas* y *Popcorn*. Se analizan los resultados de dichas herramientas identificando aquellos **atributos** que son susceptibles de mejora.

2

El Gerente solicitará propuestas de mejora y se **analizarán** evaluando su viabilidad, alcance y recursos necesarios.

3

Se determinarán las acciones/lineamientos a seguir, responsables de dichas actividades, fechas compromiso de cumplimiento y meta prometida y se documentarán en el formato **“Plan de Acción”**.

4

En el siguiente Foro de Servicio se revisará y dará seguimiento a los resultados obtenidos en los indicadores que tuvieron *Planes de Acción*.

5

Si en tres mediciones continuas los indicadores logran cumplir la meta, se dejará como *estatus concluido*.

Cada Gerente Regional debe **liderar** su propio Foro de Servicio en su Región.

Bimestralmente tendrá una reunión con los Gerentes de Conjunto donde se dará seguimiento a las mejores prácticas generadas en los Foros y Círculos de Venta. El **objetivo** del Foro es:

- ✦ Promover mejores prácticas y estandarizar su implementación.
- ✦ Monitorear avances de mejora del servicio.
- ✦ Manejar casos de servicio.
- ✦ Canalizar las quejas y problemas de servicio recurrentes al área indicada.
- ✦ Analizar los resultados obtenidos en las auditorías Popcorn e identificar los atributos que requieren mejoras inmediatas y generar estrategias para llegar a CERO ERRORES.
- ✦ Dar seguimiento y establecer un plan de acción para “tema prioritario” que comparta el área de Operaciones días antes de llevarse a cabo el Foro.

## ENTREGABLE

Enviar al Gerente de Operaciones una **minuta** de la reunión con fechas compromiso del seguimiento.

1

Analizar resultados de mejores prácticas ejecutadas en su región y resultados obtenidos.

2

Presentar el avance al cumplimiento de las herramientas de gestión.

3

Dar seguimiento a los indicadores Popcorn, mystery shopper, consumo por asistente y tracking de satisfacción.

4

Los acuerdos y estrategias establecidas en este foro se documentan en una minuta y se presentan en el Comité de Servicio Corporativo.

## Rol del Gerente Regional

1

Realizar visitas periódicas a sus cines para **verificar el cumplimiento** de los estándares de servicio.

2

**Asesorar** al personal en la realización de los procesos de la empresa con impacto en el cliente.

3

**Promover** y preparar juntas bimestrales de Foros de Servicio en su región, donde participan los Gerentes de Conjunto.

4

Reportar la fecha en que se realizó el Foro Regional al área de Recursos Humanos.

## Rol del Encargado de RH

1

**Apoyar** en coordinación y logística, implica: Convocar, coordinar lugar y horarios.

2

Registrar las sesiones.

3

Registrar asistencias.

## Rol del Gerente de conjunto

1

Líder de la reunión mensual.

2

Preparar la presentación de los temas a revisar.

3

Dar seguimiento de los avances y verificar su registro en el formato de plan de acción.

4

Establecer acciones, responsables y retroalimentar.

## Rol del Personal Administrativo

1

Asistir a todas las reuniones semanales.

2

Dar seguimiento a las acciones establecidas.

3

Involucrarse en los temas revisados y promover la retroalimentación.

4

Firmar de enterado en los formatos de Plan de acción.

# Ejemplo Plan de acción

Este documento sirve para registrar el seguimiento y acciones de mejora para ésta herramienta de gestión.



Filosofía de Ventas

## PLAN DE ACCIÓN

Conjunto:  
Fecha:

Fecha	Indicador	Atributo a mejorar	Área o negocio	Propuesta de mejora	Fecha de inicio	Fecha de cumplimiento	Responsable	Firma
01/11/13	Popcorn	Suministro de papel de baño	Baño mujeres	Supervisión cada 15 minutos	02/11/13	02/12/13	Juan Pérez	

# Círculos de **venta** y **calidad**



**Filosofía  
de Ventas**



## ¿Qué es?

Reuniones de trabajo con todo el equipo administrativo en donde se revisan los indicadores de venta del conjunto.

## Objetivo

Establecer **iniciativas** enfocadas a superar las metas.

## Características

- ★ Participará el Gerente de Conjunto, Subgerentes, Supervisores y Encargados.
- ★ Semanal (jueves o viernes).
- ★ Duración de 40 minutos.



# Dinámica

Círculos de venta y calidad



## Rol del Gerente

1

Líder de la reunión.

2

Preparar la presentación de los temas a revisar.

3

Dar seguimiento de los avances, retroalimentar y verificar su registro en el formato de plan de acción.

4

Establecer acciones, responsables y retroalimentar.

## Rol del Personal Administrativo

1

Asistir a todas las reuniones semanales.

2

Dar seguimiento a las acciones establecidas.

3

Involucrarse en los temas revisados y promover la retroalimentación.

4

Firmar de enterado en los formatos de Plan de acción.

## Rol del Encargado de RH

1

Apoyar en coordinación y logística, implica: Convocar, coordinar lugar y horarios.

2

**Registrar** asistencias.

3

Registrar las sesiones.

# Ejemplo Plan de acción

Este documento sirve para registrar el seguimiento y acciones de mejora para ésta herramienta de gestión.



## PLAN DE ACCIÓN

Conjunto:  
Fecha:

Fecha	Indicador	Atributo a mejorar	Área o negocio	Propuesta de mejora	Fecha de inicio	Fecha de cumplimiento	Responsable	Firma
01/11/13	Popcorn	Suministro de papel de baño	Baño mujeres	Supervisión cada 15 minutos	02/11/13	02/12/13	Juan Pérez	

Toma  
1



Filosofía  
de Ventas



## ¿Qué es?

Es el foro diseñado como *herramienta de gestión* para supervisores (excepto RH y valores).

## Objetivo

Alinear al equipo, **motivar** y definir individualmente cómo lograr el objetivo y metas del día, a través de mensajes motivacionales y llenos de energía.

## Características

- ★ Cada supervisor y encargado lidera la reunión
- ★ Se lleva a cabo diariamente
- ★ Se explica de forma clara y sencilla los objetivos y metas del día
- ★ Duración sugerida 5 minutos





## Motivos principales

- 1** **Alinear** a los equipos de trabajo hacia el cumplimiento de metas.
- 2** **Definir** objetivos por persona.
- 3** **Supervisar** el desempeño diario de cada miembro del equipo.
- 4** **Promover** la comunicación y un ambiente de retroalimentación.

## Objetivos principales

### Superar

CXA  
Tracking de satisfacción  
Costo de venta  
Áreas de Popcorn

## Rol de Supervisores

1

Convocar al personal operativo a su cargo al inicio diariamente al inicio del turno.

2

Definir **metas personales** y objetivos a trabajar para el día.

3

**Motivar** y retroalimentar.

4

Llenar la Bitácora diariamente con los acuerdos y metas establecidas por persona.

## Rol de Cinepolitos

1

Asistir puntualmente a la reunión (Si por su horario no participaron en toma 1, su responsabilidad es revisar plantilla para conocer su meta del día)

2

**Comprometerse** proactivamente a cumplir su meta diaria.

3

Retroalimentar y no quedarse con dudas.

# Ejemplo bitácora

Este documento sirve para registrar el seguimiento y acciones de mejora para ésta herramienta de gestión.



Filosofía  
de Ventas

## BITÁCORA DE PLAN DE ACCIÓN



Fecha	Indicador	Atributo a mejorar	Área o Negocio	Meta individual	Responsable	Firma
01/11/2014	Consumo por asistente	Maximizar	Dulcería	10 quesos extras por colaborador	Juan Pérez	

Firma  
Gerente del Conjunto

Visto bueno  
Gerente Regional

# Plantilla

Se tiene que publicar en algún lugar visible de un espacio común para que el equipo pueda consultarla para conocer su meta del día.

 **Área:** \_\_\_\_\_

Novedades	Metas del Mes
Temas de Reflexión	
Metas del Día	No Olvides...

Somos **Cine** Cinépolis®  
y ofrecemos un Servicio Estelar;  
**¡Ponte Palomita!**





## Palomitas y Refresco

¿ Hubo las palomitas y refrescos solicitados en los sabores, tamaños y porciones establecidos ?

Puntos a considerar en el punto de venta de Dulcería

### Palomitas

- ★ Tipos de Palomitas: Mantequilla, Acarameladas, Enchiladas y Light.
- ★ Tamaños Disponibles de empaque: Chico, Mediano y Grande.

### Refrescos

- ★ Sabores de Refresco: Coca-Cola, Coca-Cola Light, Coca-Cola Zero, Manzana, Sprite, Fanta, Fuze Tea.
- ★ Tamaños Disponibles de Vaso: Chico, Mediano, Grande y Jumbo.





## Palomitas

Las palomitas se sirvieron directamente de la palomera y cumplieron con las características establecidas

Puntos a considerar en el punto de venta de Dulcería en el momento del servicio:

- ✦ **Temperatura:** Las palomitas no deberán estar frías al momento de la entrega.
- ✦ **Textura:** Deberán estar crujientes.
- ✦ **Sabor:** No deberán tener sabor a quemado.
- ✦ **Tamaño:** La mayoría de las palomitas están completas.
- ✦ **Servido:** La canasta y el vaso chico de palomitas deberán estar copeteadas, es decir no deberán estar al ras.
- ✦ Al momento de entregar la palomitas, el empleado no deberá hacer contacto con el interior de la canasta o vaso.



Aspectos adicionales a considerar durante la intervención en la **Palomera**:

- ✦ La palomera deberá contar con sus utensilios para la preparación de Palomitas: Cucharón, cucharas medidoras de sazónador y tasa medidora de maíz.”
- ✦ Que la palomera cuente con sus puertas y se mantengan cerradas cuando no se esté despachando producto.
- ✦ Revisar que las luces de la palomera esten encendidas tanto en el copete o anuncio de palomas como la luz interior.
- ✦ Revisar que el warmer esté caliente, sólo basta con acercar la mano y sentir la temperatura.

Aspectos adicionales a considerar durante la intervención en el **Almacén**:

- ✦ El costal (es) de maíz deberá estar sobre una tarima plástica en el almacén y cumplir con la especificación de estar 10 cm del piso.
- ✦ El costal (es) no deberán estar a un lado de una fuente de calor, como es el respiradero del refrigerador y congeladores, ni expuesto a fuentes de humedad.
- ✦ El costal (es) de maíz nunca deberán estar en refrigeración.



## Refresco

### ¿ El refresco se sirvió directamente de la torre fountain y cumplió con las características establecidas ?

Puntos a considerar durante la intervención en el punto de venta:

- ✦ El refresco deberá servirse directamente de la **torre fountain**.
- ✦ El vaso deberá contener los **niveles adecuados** de hielo (1 cucharada de hielo para tamaño chico y mediano, 2 para tamaño grande y jumbo).
- ✦ El refresco deberá tener gas o **efervescencia**.
- ✦ La **tapa** deberá embonar correctamente sobre el vaso.
- ✦ Al momento de embonar la tapa sobre el vaso no deberá existir derrama de refresco.
- ✦ El exterior del vaso deberá estar **limpio**.

Aspectos adicionales a considerar durante la intervención en la **torre fountain**:

- ✦ La torre fountain deberán contar con su porta cucharón, cucharón para hielo y que este último se encuentre con agua sanitizada.





- ✦ La torre fountain deberá estar limpia, en buen estado y con todas sus boquillas conectadas a las válvulas por donde se dispensa el producto, en caso de estar habilitado el punto de venta.
- ✦ El **nivel de hielo** en el bin deberá estar siempre al menos a la mitad de su capacidad y libre de objetos ajenos al hielo.



Aspectos adicionales a considerar durante la intervención en la **fábrica de hielo**:

- ✦ Revisar que la máquina de hielo esté limpia y que en el interior no existan objetos ajenos.
- ✦ El carrito de la máquina de hielo deberá estar siempre limpio con su respectivos contenedores y el uso de los mismos será exclusivo de transporte de hielo.



Aspectos adicionales a considerar durante la intervención en el rack de jarabe en la parte posterior a la Dulcería:

- ✦ Revisar el rack de los bag in box, que se encuentre limpio, sin escurrimiento de jarabe en las boquillas, que no exista producto caducado y que todas las mangueras estén conectados a un bag in box.

*Nota: Auditar que los sabores que estén exhibidos en las etiquetas de los equipos tengan producto.*



## Orden y limpieza

### baños

#### ¿ El baño se encuentra en buenas condiciones de mantenimiento y de limpieza ?

- ★ El baño se encuentra en buenas condiciones de mantenimiento: los pisos, paredes, techo (lámparas y focos funcionando / prendidos / no apagados / no fundidos/ no con cables a la vista).
- ★ Los siguientes aspectos se encontraban en buenas condiciones de **limpieza**: pisos, lavamanos, escusados / mingitorios (el que usted utilizó), espejos, paredes, mamparas de los privados, cambiadores de bebés.
- ★ Mobiliario utilizado **seco**, sin manchas frescas ni charcos, salpicaduras de agua, considerando: lavamanos, asientos de escusados y/o mueble mingitorio y cuentan con su asiento de plástico.
  1. Revisar si la puerta del privado que usted utilizó cerraba correctamente.
  2. Revisar si el gancho del perchero estaba disponible en el privado.
  3. El sanitario olía bien, es decir, **libre de olores** desagradables.
  4. El bote de basura principal del área común del sanitario contenía basura que no rebase el 50% de su capacidad, es decir la mitad de





1. la capacidad, si se divide mentalmente el basurero en 2 partes iguales sin considerar la tapa.

- ✦ Los basureros del WC / privado contenían basura que no rebase el 25% de su capacidad, es decir un cuarto de la capacidad si se divide mentalmente el basurero en 4 partes iguales sin considerar la tapa.
- ✦ Los **mecanismos** de lavamanos, escusados y mingitorios funcionaban correctamente: Salía agua, descargaba agua.
- ✦ Los insumos y material utilizados para la limpieza del área están fuera de la vista del cliente, trapeadores, escobas, químicos, sustancias, guantes, recogedores, cubetas, exprimidoras, señalamientos, escobetillas, fibras, trapos, paños, etc.

### ¿ En el baño, los suministros se encontraban disponibles y con dotaciones ?

Los siguientes aspectos se encontraban disponibles / dotaciones de:

- ✦ Toallas para secarse las manos y/o secador automático funcionando correctamente, jabón, papel higiénico, agua.



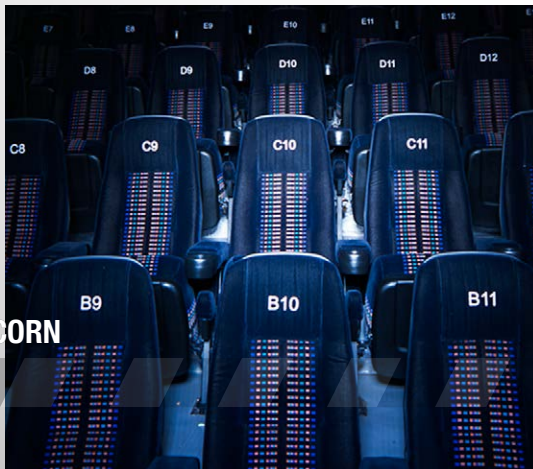
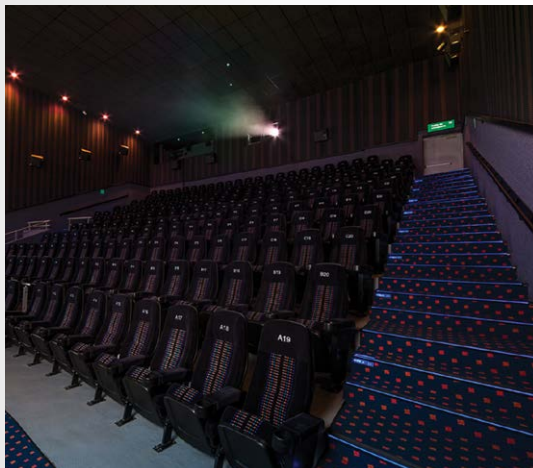
## Orden y limpieza salas



La sala se encuentra en buenas condiciones de mantenimiento y de limpieza



- ✳ El bote de basura al acceder a la sala antes de iniciar la película, no deberá rebasar el 50% de su capacidad en Basura, es decir la mitad de la capacidad, si se divide mentalmente el basurero en 2 partes iguales sin considerar la tapa.
- ✳ Las puertas de acceso a la sala, evaluadas al ingreso, se encontraban **libres de manchas** y con buen funcionamiento, abriendo y cerrando correctamente.
- ✳ Al momento de ingresar a la sala deberá oler bien, es decir, libre de olores desagradables.
- ✳ La **alfombra** dentro de la sala en términos generales se encontraba en buenas condiciones de mantenimiento y limpieza, no rota, no rasgada, no rayada, no pintada, sin manchas ni desprendimientos visibles.
- ✳ Todos los pisos y tachones de las escaleras sin manchas, derramamientos ni escurrimientos, no pegajosos.





## Criterios de revisión



- ✦ Los pasillos de flujo dentro de la sala se encontraban **libres de productos tirados**, residuos y basura en términos generales.
- ✦ Los barandales fijos en el interior de la sala se encontraban limpios, no pegajosos, chorreados, mojados, o visiblemente manchados dan confianza al cliente de usarlos y en buenas condiciones de mantenimiento, no flojos, rotos, zafados, astillados, tambaleantes, etc.
- ✦ La pantalla de proyección se identifica limpia, libre de manchas, roturas, rayones, escurrimientos, etc.



## ? La arquilla y los lentes se encontraban en buenas condiciones ?

- ✦ Sin manchas, secos, armazón ajustado
- ✦ (sin movimiento en patas) y en la bolsa institucional.
- ✦ La arquilla se encontraba limpia, ordenada, sin manchas, sin artículos personales ni alimentos.



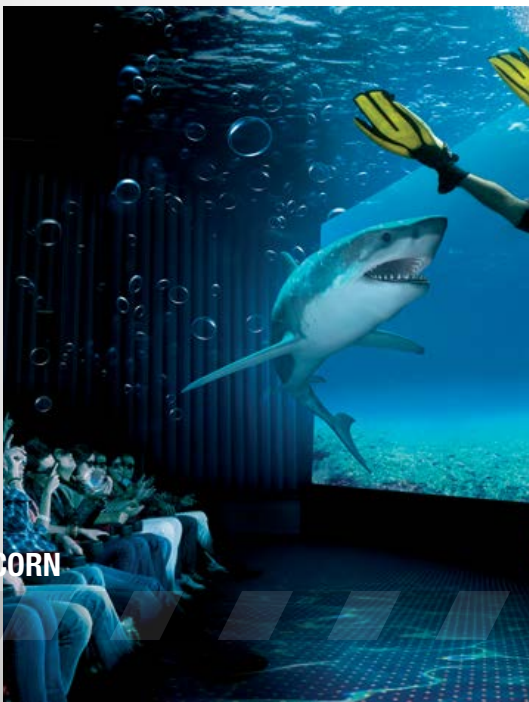


## Proyección y sonido

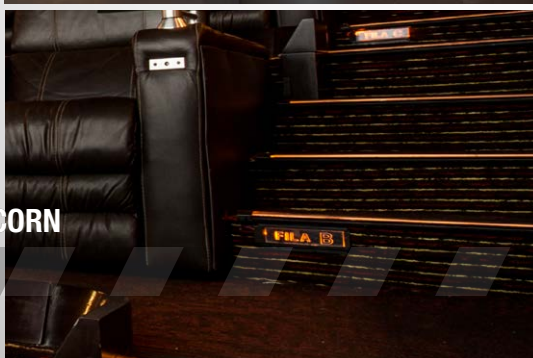
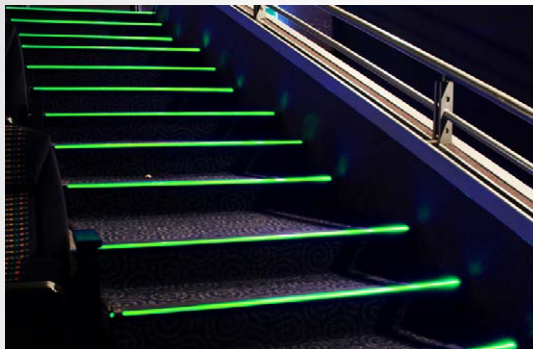
**?** Durante la proyección de la película **todas las imágenes y subtítulos se proyectaron de forma correcta, sin interrupciones de imagen ni sonido** **?**

- ✦ Al arranque del cineminuto y trailers la luz lateral debe estar a baja intensidad o penumbra.
- ✦ Al arrancar el cineminuto corporativo las luces deberán apagarse en ese momento (siempre es la última posición antes de comenzar la película).
- ✦ Las imágenes durante la proyección de la película (no de trailer, cortos o anuncios) se proyectaron de forma **clara y nítida** sin deformaciones ni defectos en la reproducción tales como: imagen pixeleada, líneas o rayas de colores, parpadeos o destellos, manchas de colores.
- ✦ Todos los mensajes escritos / títulos y subtítulos durante la película (no de trailer, cortos o anuncios), se proyectaron de forma **Clara y Nítida sin deformaciones** ni defectos en la reproducción tales como: imagen pixeleada, líneas o rayas de colores, parpadeos o destellos, manchas de colores.





- ✦ Todas las imágenes (no de trailer, cortos o anuncios) durante toda la proyección de la película Fueron: **completas**, llenando completamente la imagen la pantalla y sin desbordes de la imagen por los extremos del lienzo de la pantalla.
- ✦ Todas las imágenes (no de trailer, cortos o anuncios) durante toda la proyección de la película presentaron **luminosidad uniforme** en toda la pantalla, sin zonas oscuras, opacas, permitiendo la claridad de los colores proyectados.
- ✦ Para Proyecciones 3D con uso de lentes ,todas las imágenes (no de trailer, cortos o anuncios) durante toda la proyección de la película se presentaron con los efectos de profundidad definidos, claros, no borrosos.
- ✦ Se realizó la proyección de la película **sin interrupción alguna**, en: imagen y sonido de principio a fin.
- ✦ El registro de las voces y sonidos durante toda la proyección (película) fueron claros **sin ruidos extraños**, en bocinas ajenas a la proyección tales como zumbidos, ecos, resonancias, reverberaciones, estáticas, gises de sonido.



## Comodidad

### ¿La comodidad de la sala cumplió con las características establecidas?

- ✦ Disponibilidad de asientos de niño en películas de clasificación A y AA.
- ✦ Todos los escalones (tivolí) tenían luz de cortesía permitiendo la visibilidad del Cliente para desplazarse dentro de la sala.
- ✦ La **señalización** de los escalones de Butaca Numerada se encuentra visibles y claramente identificables a la vista del Cliente para su fácil localización.
- ✦ Al llegar a la butaca que usted utilizó ésta se encontraba: limpia (libre de residuos de alimentos, líquidos derramados y manchas) y Numerada visiblemente para su fácil localización.
- ✦ Al llegar a la butaca que usted utilizó ésta se encontraba: En buenas condiciones **no rota** y **que no rechine**.
- ✦ La charola para transportar sus alimentos **embonaba correctamente** en el descansabrazos de la sala.



## VIP

- ✦ Todos los asientos de la sala tenían los **posapiés guardados** y las mesas de servicio de los asientos de la sala estaban limpias y guardadas.
  1. En buenas condiciones, no rota.
  2. No rechine y la mesa de servicio fija.
  3. La mesa luminaria se encuentra limpia con menú de mano.
  4. La lámpara de la mesa luminaria se encuentra fija.
- ✦ La temperatura de la sala deberá estar entre 22° y 24° C.





## Rapidez

### Tiempo en fila taquilla y de atención en mostrador

**4 Minutos** fila y **2 minutos** mostrador.

El Cinepolito que lo atendió, al iniciar la atención lo saludo diciendo:

*“Bienvenido (a,os) a Cinépolis”.*

Se despidió de usted con algún Script como:

*“Que disfrute la función”.*

Estableció contacto visual con usted y le sonrió durante el saludo y la despedida.



### Tiempo en fila dulcería y de atención en mostrador

**4 minutos** fila y **2 minutos** mostrador.

El Cinepolito que lo atendió, al iniciar la atención: ¿Lo saludó?

Se despidió de usted con algún Script como:

*“Que disfrute la función”.*

¿Estableció contacto visual con usted y le sonrió durante el saludo y la despedida?



## VIP evaluación RSB

### ¿La comodidad de la sala cumplió con las características establecidas?

- ✦ Tiempo en recibir atención desde que levantó la mano / encendió la luz / oprimió el boton / no excedió el estándar? **Máximo 3 minutos.**
- ✦ ¿El tiempo que transcurrió entre que el Comandero saludó , tomó la orden, cobró la orden y entregó el comprobante no excedió el estándar? **Máximo 3 minutos.**
- ✦ ¿El tiempo para entregar la orden no excedió el estándar? **Máximo 11 minutos.**

#### El comandero que le atendió:

- ✦ ¿Lo saludó con algún Script como: *“Buenos días/ tardes / noches”*?
- ✦ ¿Se despidió con algún Script como: *“Gracias. Su/tu orden completa será entregada en un lapso máximo de 15 min. Que se/te divierta(s)”* Estableció **contacto visual** con Usted y le sonrió durante el saludo y la despedida?
- ✦ ¿Le entregó su orden **silenciosamente** y sin estorbarle en su butaca?





## Nivel de Servicio Sorprendente

**Abórdalo:** Iniciar la visita del cliente de manera positiva y sorprendente: **sonriéndole**, generando un ambiente confortable y con sentido de urgencia a atender sus necesidades. Haciendo una **experiencia positiva** durante toda su estancia en Cinépolis.

**Involúcrate:** Se refiere al **actuar del personal administrativo** (gerentes, subgerentes, supervisores) para interactuar en situaciones con los clientes y modelar con el ejemplo; “*conecta, escucha, descubre y responde*”, la gente hace lo que ve que su líder hace y no lo que su líder dice.

**Sorpréndelo:** Provocar en el cliente una expresión de sorpresa y admiración positiva ante una situación poco usual. Dejar huella en el cliente creando una conexión emocional. Sin motivo aparente el empleado da mucho más de lo que es su obligación.

**Amárralo:** Hacer de cada interacción con el cliente un momento **inolvidablemente bueno**, dándole las gracias y pidiéndole que nos vuelva a visitar, porque tú estarás esperándolo para atenderlo nuevamente.





# Checklist



## PRODUCTO

- |          |  |                          |                          |
|----------|--|--------------------------|--------------------------|
| <b>1</b> | ¿Hubo las palomitas y refresco solicitados en los sabores,tamaños y porciones establecidas?                | <input type="radio"/> SI | <input type="radio"/> NO |
| <b>2</b> | ¿Las palomitas se sirvieron directamente de la palomera y cumplieron con las características establecidas? | <input type="radio"/> SI | <input type="radio"/> NO |
| <b>3</b> | ¿El refresco se sirvió directamente de la torre fountain y cumplió con las características establecidas?   | <input type="radio"/> SI | <input type="radio"/> NO |

## ORDEN Y LIMPIEZA

- |          |   |                          |                          |
|----------|---|--------------------------|--------------------------|
| <b>4</b> | ¿El baño se encuentra en buenas condiciones de mantenimiento y de limpieza? | <input type="radio"/> SI | <input type="radio"/> NO |
| <b>5</b> | ¿En el baño, los suministros se encontraban disponibles y con dotaciones?   | <input type="radio"/> SI | <input type="radio"/> NO |
| <b>6</b> | ¿La sala se encuentra en buenas condiciones de mantenimiento y de limpieza? | <input type="radio"/> SI | <input type="radio"/> NO |
| <b>7</b> | ¿La arquilla y los lentes se encontraban en buenas condiciones?             | <input type="radio"/> SI | <input type="radio"/> NO |

## PROYECCIÓN Y SONIDO

- |          |   |                          |                          |
|----------|---|--------------------------|--------------------------|
| <b>8</b> | ¿Durante la proyección de la película todas las imágenes y subtítulos se proyectaron de forma correcta, sin interrupciones de imagen ni <b>sonido</b> ? | <input type="radio"/> SI | <input type="radio"/> NO |
|----------|---|--------------------------|--------------------------|

## COMODIDAD

- |          |  |                          |                          |
|----------|--|--------------------------|--------------------------|
| <b>9</b> | ¿La comodidad de la sala cumplió con las características establecidas?<br>Butacas<br>Temperatura 22° C y 24° C | <input type="radio"/> SI | <input type="radio"/> NO |
|----------|--|--------------------------|--------------------------|

## RAPIDEZ

- |           |   |                          |                          |
|-----------|---|--------------------------|--------------------------|
| <b>10</b> | ¿Tiempo en fila de taquilla y de atención en mostrador no excedió el estándar? <i>4 min. fila y 2 min. mostrador.</i> | <input type="radio"/> SI | <input type="radio"/> NO |
| <b>11</b> | ¿Tiempo en fila dulcería y de atención en mostrador no excedió el estándar? <i>4 min fila y 2 min. mostrador.</i>     | <input type="radio"/> SI | <input type="radio"/> NO |

### VIP evaluación RSB

- |  |  |                          |                          |
|--|--|--------------------------|--------------------------|
|  | •¿Tiempo en recibir atención desde que levantó la mano / encendió la luz / oprimió el boton / no excedió el estándar? <i>Máximo 3 minutos.</i>                     | <input type="radio"/> SI | <input type="radio"/> NO |
|  | •¿El tiempo que transcurrió entre que el Comandero saludó, tomó la orden, cobró la orden y entregó el comprobante no excedió el estándar? <i>Máximo 3 minutos.</i> | <input type="radio"/> SI | <input type="radio"/> NO |
|  | •¿El tiempo para entregar la orden no excedió el estándar? <i>Máximo 11 minutos.</i>   | <input type="radio"/> SI | <input type="radio"/> NO |

## NIVEL DE SERVICIO SORPRENDENTE

- |           |  |                          |                          |
|-----------|--|--------------------------|--------------------------|
| <b>12</b> | ¿El Cinepolito en taquilla lo atendió con amabilidad en Cinépolis® Tradicional / Cinépolis® VIP? | <input type="radio"/> SI | <input type="radio"/> NO |
|           | ¿El Cinepolito en dulcería lo atendió con amabilidad en Cinépolis® Tradicional / Cinépolis® VIP? | <input type="radio"/> SI | <input type="radio"/> NO |

### VIP

- |           |  |                          |                          |
|-----------|--|--------------------------|--------------------------|
| <b>13</b> | ¿El Comandero lo atendió con amabilidad en Cinépolis® VIP? | <input type="radio"/> SI | <input type="radio"/> NO |
|-----------|--|--------------------------|--------------------------|

# Checklist



Criterios  
de revisión

Observaciones:

Iniciativas:

# Glosario

## **Popcorn**

Es una herramienta que mide el nivel de efectividad en la ejecución de los procesos de las áreas críticas para la satisfacción de nuestros clientes, con base en una filosofía de “cero errores”.

## **Tracking de Satisfacción**

Es una herramienta que mide el nivel de Satisfacción de los clientes Club Cinépolis en su última visita al cine a través de ecuestas online enviadas por correo electrónico.

## **Consumo por asistente**

Representa la venta realizada en los negocios de dulcería y/o alimentos por cada boleto vendido.

## **Mystery Shopper**

Es una herramienta que permite evaluar desde la perspectiva del cliente el cumplimiento de políticas, procedimientos y estándares de calidad y servicio a través de una agencia externa que realiza dos visitas al mes de forma quincenal (una quincena en alta afluencia y otra en baja afluencia).

## **Costo de Venta**

Representa el porcentaje de costo sobre la venta en los productos de dulcería y alimentos.

## **Cierre de compromisos**

Se refiere a una actividad que se realiza al finalizar el curso de Evolución en el Servicio donde se establecen compromisos de mejora para el cumplimiento de las metas en el Conjunto.

## **Puntos críticos**

Es una herramienta que permite evaluar desde la perspectiva del cliente el cumplimiento de políticas, procedimientos y estándares de calidad y servicio a través de una auditoría interna.

## **Mejores prácticas**

Se refiere a la definición de las prácticas más exitosas que se implementaron en el Conjunto para superar alguna meta o indicador crítico, una vez analizada su viabilidad respecto a recursos económicos, materiales y humanos.

