



¿Qué es Tracking de Satisfacción?

Es una evaluación mensual que se usa para conocer niveles de satisfacción de los clientes se califica a través de momentos de verdad.

Ejemplos de momentos de verdad:

- Taquilla.
- Dulcería.
- Cafetería.
- Dulcópolis.



¿Cómo se realiza?

Enviando encuestas a través de email a clientes que visitaron un complejo para conocer su experiencia.



Proceso:

1. El cliente compra sus boletos.
2. El área de sistemas genera una base de datos con los correos de los clientes de los últimos 7 días.
3. **Investigación de Mercados** envía una encuesta online.
4. Los clientes reciben la encuesta.



5. Investigación de Mercados procesa las encuestas.

6. Quince días posteriores al mes evaluado, **Investigación de Mercados** entrega los reportes.

7. Cada gerente revisa los resultados y genera un plan de acción para mejorar la experiencia en servicio al cliente.



¿Qué atributos se califican a través de las encuestas?

- Satisfacción Global.
- Evaluación de áreas-atributos.
- Satisfacción General.
- Recomendación.
- Valor por su dinero.



¿Cuál es la metodología que se usa para calificar las evaluaciones de los clientes?

La evaluación se mide en una escala del 0 al 10. Donde "10" es totalmente **satisfecho** y "0" es totalmente **insatisfecho**.

Se usa la metodología **NPS "net promoter score"**, segmenta a los clientes por sus respuestas en tres grupos: Promotores, Pasivos, Detractores.



¿Cómo se calcula el NPS?

El Net Promoter Score se calcula tomando el total en porcentaje de los promotores y le resta el total de detractores:

- Se consideran tres tipos de indicadores:

1. Mensual
2. Trimestral
3. Anual

• Gracias a esta metodología se puede conocer el punto débil en cada conjunto y enfocar los esfuerzos a resolverlos.



¿Cuál es el objetivo?

- Generar más clientes promotores.
- Eliminar detractores.



¡Te invitamos a ser un embajador Cinépolis!