

Indicadores de experiencia del cliente y calidad del servicio /// Indicadores de experiência do cliente e qualidade de serviço

Metro de Medellín viernes, 7 feb 2025, 17:13

Les enviamos un saludo desde Metro de Medellín. En esta oportunidad queremos realizar las siguientes preguntas:

¿Cuáles son los indicadores que tienen establecidos para realizar la evaluación de la calidad del servicio? (nombre del indicador, forma de cálculo, interpretación, objetivo del indicador, escala de medición)

¿Realizan la medición del nivel de madurez de experiencia del cliente de su empresa? (frecuencia, objetivo, metodología)

¿Realizan alguna comparación o seguimiento de los resultados de los indicadores frente a otros indicadores utilizados, sea en la industria, sector u otros sistemas? En otras palabras, ¿comparan sus resultados con los de otras empresas?

¿Qué hacen con los resultados que se obtienen de estas mediciones?

¿Tienen algún indicador, parámetro o medición interna para definir el nivel de experiencia del cliente global de los usuarios con el servicio en todos sus puntos de contacto?

De antemano muchas gracias por la información que nos puedan compartir.

Saudações do Metrô de Medellín. Nesta ocasião, gostaríamos de fazer as seguintes perguntas:

Quais indicadores vocês estabeleceram para avaliar a qualidade do serviço? (Nome do indicador, método de cálculo, interpretação, objetivo do indicador, escala de mensuração)

Vocês medem o nível de maturidade da experiência do cliente da sua empresa? (Frequência, objetivo, metodologia)

Vocês realizam alguma comparação ou monitoramento dos resultados dos indicadores em relação a outros indicadores utilizados, seja na indústria, no setor ou em outros sistemas? Em outras palavras, vocês comparam seus resultados com os de outras empresas?

O que vocês fazem com os resultados obtidos com essas mensurações?

Vocês possuem indicadores, parâmetros ou mensurações internas para definir o nível geral da experiência do cliente com o serviço em todos os pontos de contato?

Agradecemos antecipadamente qualquer informação que vocês possam compartilhar conosco.

Resposta Metro de São Paulo – Resposta do Metrô de São Paulo

PT:

Resposta do Metrô de São Paulo:

1.- IRG - Índice geral de reclamações dos canais tradicionais: medição mensal, somatório de reclamações registradas na ferramenta cube/Omnichannel no mês relativizado pela demanda de passageiros, % com meta acompanhada mensalmente para mapeamento de melhorias.

- ISP - Índice de satisfação do passageiro: % de notas muito bom/bom da pesquisa de avaliação do serviço, medição anual. É utilizada a Escala de Likert de 5 pontos, com variações de 1 “muito ruim” a 5 “muito bom”.

- NPS - Net Promoter Score. Medição anual, realizada simultaneamente à pesquisa de avaliação do serviço, por meio da pergunta: Numa escala de 1 a 10, onde 1 é menos provável e 10 é muito provável, qual a chance de você indicar o Metrô para um amigo?

- Indicadores de reclamações e elogios registrados no Omnichannel: medição mensal, total registrado no mês, em acordo com os assuntos pertinentes à cada área técnica. Número absoluto ou relativizado pela demanda de passageiros no mês.

2. Avaliamos a maturidade da experiência do cliente de forma qualitativa, por meio de pesquisa com grupo focal realizada anualmente, em complemento à pesquisa quantitativa de avaliação do serviço. Além disso, realizamos mapeamento de jornadas e personas periodicamente para avaliação da experiência do cliente nos pontos de contato, em acordo com necessidades específicas de cada público.

3. Outras empresas do setor também realizam pesquisas de avaliação do serviço baseadas em notas (índice de satisfação do passageiro), e medem o NPS (Net Promoter Score).

4. Os resultados da pesquisa de avaliação do serviço anual são amplamente divulgados; os pontos críticos mapeados para subsidiar ações das áreas técnicas, em acordo com as necessidades dos passageiros. Os indicadores de reclamações e elogios registrados no sistema Omnichannel são acompanhados mensalmente pelos gestores de modo a subsidiar ações de melhoria.

5. Por ora, avaliamos de forma qualitativa a experiência dos passageiros nos pontos de contato, por meio de estudo de jornadas e personas. Em 2025, faremos o estudo da jornada da pessoa com deficiência.

ES:

Respuesta del Metro de São Paulo:

1.- IRG - Índice General de Quejas de los Canales Tradicionales: medición mensual, suma de las quejas registradas en la herramienta cubo/omnicanal durante el mes, en relación con la demanda de pasajeros, con un objetivo mensual de mapeo de mejoras.

- ISP - Índice de Satisfacción del Pasajero: % de calificaciones muy buenas/buenas de la encuesta de evaluación del servicio, medición anual. Se utiliza una escala Likert de 5 puntos, que va de 1 (muy malo) a 5 (muy bueno).

- NPS - Puntuación Neta del Promotor. Medición anual, realizada simultáneamente con la encuesta de evaluación del servicio, con la pregunta: En una escala del 1 al 10, donde 1 es la menor probabilidad y 10 es muy probable, ¿qué tan probable es que recomiende el Metro a un amigo?

- Indicadores de quejas y elogios registrados en Omnicanal: medición mensual, total registrado en el mes, según los temas relevantes para cada área técnica. Número absoluto o relativo a la demanda de pasajeros del mes.

2. Evaluamos cualitativamente la madurez de la experiencia del cliente mediante estudios anuales de focus group, que complementan la encuesta cuantitativa de evaluación del servicio. Además, mapeamos periódicamente los recorridos y perfiles de cliente para evaluar la experiencia del cliente en los puntos de contacto, según las necesidades específicas de cada público.

3. Otras empresas del sector también realizan encuestas de evaluación del servicio basadas en calificaciones (índice de satisfacción del pasajero) y miden el NPS (Net Promoter Score).

4. Los resultados de la encuesta anual de evaluación del servicio se difunden ampliamente; se mapean los puntos críticos para apoyar las acciones de los departamentos técnicos, alineadas con las necesidades de los pasajeros. Los indicadores de quejas y elogios registrados en el sistema omnicanal son monitoreados mensualmente por los gerentes para apoyar las acciones de mejora.

5. Por ahora, evaluamos cualitativamente la experiencia del pasajero en los puntos de contacto mediante estudios de recorrido y perfiles de cliente. En 2025, realizaremos un estudio sobre el recorrido de las personas con discapacidad.

Respuesta Metro de Barcelona – Resposta do Metrô de Barcelona

1. ¿Cuáles son los indicadores que tienen establecidos para realizar la evaluación de la calidad del servicio? (nombre del indicador, forma de cálculo, interpretación, objetivo del indicador, escala de medición)

En TMB hay distintos estudios que tienen como objetivo medir la calidad del servicio. A continuación se detalla el nombre de los principales estudios, así como los principales indicadores, cálculo, resultados, interpretación, etc)

ESTUDIO	PRINCIPALES INDICADORES	CÁLCULO	PERIODICIDAD	INTERPRETACIÓN	METODOLOGÍA
MPS (MEDIDA DE LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO)	Indicadores Mystery Shopper ámbitos conservación, limpieza, información, atención al cliente	Medias ponderadas por demanda a nivel de línea y global de red	Mensuales	% de clientes que viajan en condiciones adecuadas del indicador . Ejemplo: % de clientes de metro que viajan en estaciones con conservación adecuada	Técnicas Mystery Shopper todos los días laborables del año
	Indicadores automáticos ámbitos velocidad, frecuencia,...	Formulación específica cada indicador definida por TMB	Mensuales	Específica de cada indicador. Por ejemplo % de cumplimiento de servicio (GAP entre frecuencia de paso teórica y real)	Indicadores automáticos a partir de datos de sistema de TMB
EPC (ENCUESTA PERCEPCIÓN CLIENTE)	Satisfacción global y por ámbitos	Valoración global (0-10) diferentes ámbitos servicio Metro (seguridad, accesibilidad,...)	Anual	Valoración /satisfacción de 0 a 10 de los diferentes ámbitos del servicio	Encuestas a clientes en la red de Metro
	ISC (satisfacción ponderada por importancias)	Media ponderada satisfacciones según importancia que le dan los usuarios	Anual	Valor de 0 a 100	

	NPS	Net Promoter Score.	Anual	Probabilidad de recomendación del Servicio de Metro	
CEX (CUSTOMER EXPERIENCE)	Indicadores de valoración de los diferentes aspectos e ítems que forma el journey de un cliente	Medias ponderadas, frecuencias,...	Bimensual		Encuestas online a clientes de Metro

2. ¿Realizan la medición del nivel de madurez de experiencia del cliente de su empresa? (frecuencia, objetivo, metodología)

La experiencia de cliente se mide principalmente a partir del estudio CEX explicado en el punto anterior.

3. ¿Realizan alguna comparación o seguimiento de los resultados de los indicadores frente a otros indicadores utilizados, sea en la industria, sector u otros sistemas? En otras palabras, ¿comparan sus resultados con los de otras empresas?

En el caso de Metro no se hace una comparativa de forma continuada de los resultados de los indicadores frente a otros operadores de metro.

4. ¿Qué hacen con los resultados que se obtienen de estas mediciones?

Los resultados se publican en unos dashboards desarrollados para poder hacer el seguimiento de los indicadores por parte de Negocio, pudiendo así hacer acciones de mejora.

5. ¿Tienen algún indicador, parámetro o medición interna para definir el nivel de experiencia del cliente global de los usuarios con el servicio en todos sus puntos de contacto?

El estudio CEX (Customer Experience) aborda el nivel de experiencia en las diferentes etapas de viaje de un usuario.