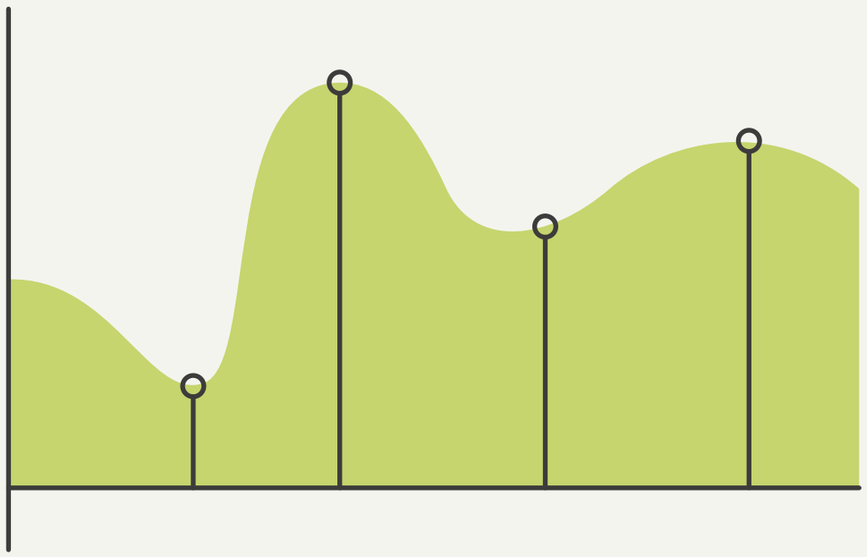
GLOBAL STANDARDS®

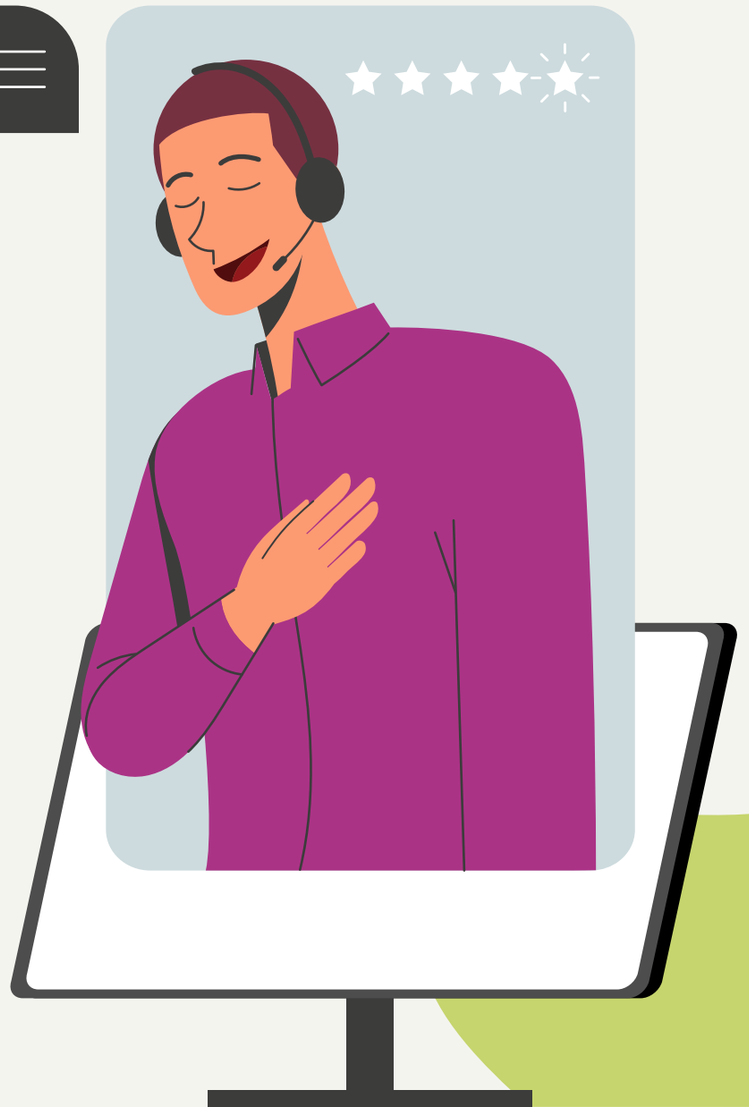
USO DE REDES SOCIALES COMO HERRAMIENTA PARA **EVALUAR LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE**



Información que se puede obtener

- Quejas y reclamaciones
- Comentarios positivos y negativos
- Sugerencias
- Propuestas de mejora
- Necesidades y expectativas de partes interesadas
- Tendencias del mercado





Modelo de gestión

01
Información de redes

02
Análisis de la fuente

03
Identificación del problema

04
Análisis de causa raíz

05
Respuesta por canales adecuados

06
Implementar acciones

07
Seguimiento al cliente

Clasificación de comentarios

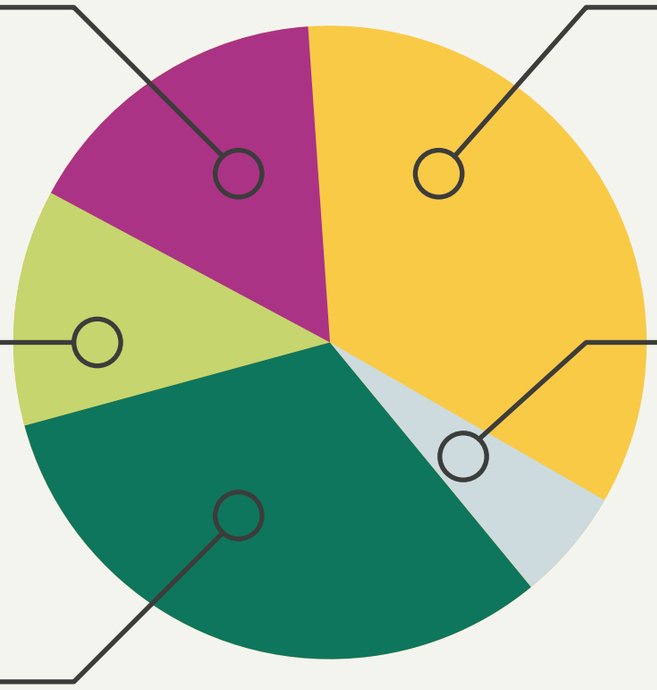
Queja	Sugerencia	Felicitación
Consulta	Incidente	Problema recurrente
Oportunidad de mejora	Riesgo reputacional	Fraude

Indicadores

Tiempo de respuesta y resolución

Incidencia de problemas repetidos

Tasa de conversión digital



Número de mejoras originadas

Tasa de cancelaciones o devoluciones



Cómo integrarlas en el SGC

- Canales autorizados
- Responsables de gestionarlos
- Cómo se verifican
- Cómo se analiza la información recibida
- Cómo se canalizan las quejas y sugerencias
- Cómo se da seguimiento a las acciones correspondientes
- Cómo se integran estos medios en sus mecanismos de comunicación
- Los riesgos y limitaciones
- Las oportunidades de su uso

Riesgos por considerar



Verificación de fuentes	Uso de canales no autorizados	Sesgos
Muestras no representativas	Uso de herramientas no adecuadas	Motivación del personal de atención al cliente

Referencia: Bain & Company. (2020b). *Net Promoter System: Customer Experience Tools & Trends 2020.* Visto en Net Promoter System | CX Tools & Trends 2020 | Bain & Company el 16/10/2026.

GLOBAL STANDARDS®

globalstd.com