Tema III: Determinación de las Necesidades de los Clientes

A través de este tema podrás conocer las herramientas teórico-metodológicas para identificar las necesidades de los clientes de un negocio.

Determinación de las necesidades de los clientes

Para comprender las necesidades de los clientes, debemos ir más allá de las necesidades manifestadas y descubrir también las no manifestadas.

Algunas necesidades de los clientes se deben a usos no previstos por el proveedor.

Las necesidades de los clientes son tan numerosas que requieren una ordenación.

Los métodos para detectar las necesidades de los clientes incluyen:

* Ser cliente

* Comunicarse con los clientes

* Simular el uso por los clientes

La comunicación referente a la insatisfacción con el producto generalmente se realiza por iniciativa de los clientes, a través de las quejas y cosas así.

La comunicación referente a la satisfacción con el producto generalmente se realiza por iniciativa nuestra, a través de la investigación de mercado.

La insatisfacción y la satisfacción con el producto no son contrarias.

La investigación de mercado para detectar las necesidades de los clientes requiere, como mínimo, las respuestas a las siguientes preguntas:

* ¿Qué características del producto son más importantes para usted?

* En cuanto a esas características clave, ¿Cómo se puede comparar nuestro producto con el de la competencia?

Traducción

Frecuentemente, las necesidades del cliente, expresadas en el lenguaje del cliente no están claras para nosotros debido a que la terminología es ambigua y a los múltiples dialectos que existen.

Para asegurarse una comunicación eficaz, las necesidades del cliente se tienen que traducir a nuestro lenguaje.

La necesidad de la traducción se aplica tanto a los clientes internos como a los externos.

Unidad de Medida

Una cantidad definida de cualquier característica de la calidad, que permite la evaluación de esa característica de números.

Sensor

Un método o instrumento, que puede realizar la evaluación y expresar los hallazgos con números, en función de la unidad de medida.

La precisión en asuntos de calidad exige que "lo digamos con números".

Para decirlo con números hace falta para cada característica de la calidad una unidad de medida y un sensor.

Hay múltiples tipos de unidades de medida:

* Tecnológicas

* Del comportamiento del producto

* De errores y fallos

* Del comportamiento de los departamentos

* Del comportamiento de la corporación

* Del comportamiento de la dirección

Con la unidad de medida ideal:

* Suministra una base común para tomar decisiones

* Es comprensible

* Tiene una amplia aplicación

* Es susceptible de ser interpretada con uniformidad

* Es económica de aplicar

* Es compatible con los diseños existentes de sensores.

Los sensores nos ayudan a evaluar la calidad en función de una unidad de medida.

Un sensor es un dispositivo especialmente para evaluar la presencia y la intensidad de unos fenómenos específicos.

La precisión de un sensor es su capacidad para reproducir los resultados cuando se repite un ensayo.

La exactitud de un sensor es el grado en que dice la verdad.

Los sensores se usan a todos los niveles de la compañía – a niveles de dirección, como a niveles tecnológicos.

Los sensores humanos son una fuente importante de error.

Los errores de interpretación se pueden reducir por medio de definiciones precisas de la terminología, instrucciones detalladas, listas de comprobación, ejemplos, formación y exámenes de calificación.

Los errores debidos a la falta de técnica se pueden reducir con el estudio de métodos de trabajo comparativos para descubrir la habilidad especial con que es posible un comportamiento superior.

Los errores conscientes se pueden reducir aboliendo cualquier atmósfera de reproche y adoptando un enfoque constructivo para reducir los errores.

Los errores debidos al prejuicio se pueden reducir revisando el diseño del plan de recolección de datos.

Los errores debido a insignificancias se pueden reducir actuando sobre los informes de los sensores humanos o explicando por qué no.

La percepción para la detección precoz se puede realizar.

* Exponiendo a los planificadores directamente a las actividades sobre las que repercutirá su plan

* Creando equipos para revisar el diseño

* Planificando conjuntamente, los planificadores y el personal operativo.