

MODELO DE MEJORA CONTINUA

Bogotá D.C., 6 de febrero de 2023

Siendo conscientes que tanto el éxito como el fracaso se sustenta en la atención al cliente, queremos en el instrumento que permita a **FEDERACIÓN NACIONAL DE DEPARTAMENTOS** lograr la estabilidad de su política de viajes al igual que la fidelización de su cliente interno, permitiéndole así poseer una imagen coherente y de alto impacto.

Desde TURISMO AL VUELO SAS queremos ofrecerles procesos de mejora útiles, oportunos, confiables y apreciables.

Contribuir al mejoramiento de la calidad de nuestro servicio conversará de manera coherente con las herramientas adecuadas para el correcto funcionamiento generando victorias tempranas, anticipando errores, optimizando gastos para convertirlos en inversión, además de un correcto control general.

1. Entrega de informes: TURISMO AL VUELO se compromete a enviar informes trimestrales, con el objetivo de realizar seguimiento a los resultados y sus comportamientos, dentro del marco de la presente oferta de servicio. Éstos tendrán el acompañamiento correspondiente de un Gerente de Cuenta asignado, quien estará a cargo de la relación comercial y su pertinente mantenimiento.
2. Encuestas anuales de satisfacción: todo servicio ofrecido, materializado y operado debe ir de la mano de una percepción por parte del cliente que permita medirse y replicarse positivamente en el tiempo. Por tanto es clave desarrollar estos sondeos en aras de fomentar la participación, retroalimentación y puntos de mejora en el marco de nuestro servicio.

Acciones como:

- Determinar el desempeño del servicio.
- Recopilar retroalimentación sobre el servicio.
- Medir la lealtad de los clientes.
- Mejorar la experiencia del cliente.



- Definir los objetivos de desempeño.
- Análisis del proceso

Entre otros aspectos, serán evaluados por **FEDERACIÓN NACIONAL DE DEPARTAMENTOS**, siendo éste un medidor específico frente al fortalecimiento y optimización de nuestro servicio.

A continuación compartimos un modelo – de forma - bajo el cual podría realizarse el ejercicio, teniendo en cuenta las aclaraciones expuestas en el pliego y que a su vez, al momento de su consolidación, mostrará indicadores de comportamiento e impacto apropiados para dar alcance y mejora continua:

¿Hasta qué punto, nuestros productos y servicios superaron tus expectativas?

- ☐ Muy bien.
- ☐ Bien
- ☐ Promedio
- ☐ Apenas

¿Cómo describirías nuestros productos?

- ☐ Defectuosos
- ☐ Generalmente funcionan
- ☐ Ni buenos ni malos
- ☐ Están bien
- ☐ Son grandiosos



¿Cómo calificarías nuestros productos en las siguientes áreas?

	Muy insatisfecho	Insatisfecho	Neutro	Satisfecho	Muy Satisfecho
Calidad	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Precio	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Atractivo visual	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Experiencia de compra	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Instrucciones de uso	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Soporte al cliente	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sitio web	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Documentación online	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

¿Qué tan receptivo ha sido nuestro equipo de servicio al cliente a tus preguntas o preocupaciones?

- ☐ Nada receptivos
- ☐ Poco receptivos
- ☐ Moderadamente receptivos
- ☐ Muy receptivos
- ☐ Extremadamente receptivos

3. Mantenimiento: **FEDERACIÓN NACIONAL DE DEPARTAMENTOS** contará con un profesional responsable que administre la cuenta y mantenga una excelente relación estable y duradera con el cliente. Una persona que se comprometa con el objetivo de la Compañía. Aquí nace la figura del Account Manager o Gerente de Cuenta, quien será el doliente principal y con el cual podrán canalizarse los procesos de servicio y administración a doble vía.

