



# **Una herramienta para orientar el servicio funerario al cliente**

Marina Paredes  
29 de mayo de 2015



# **NPS**, una herramienta para orientar el servicio funerario al cliente

- 1. Métrica**
- 2. Herramienta gestión NPS- Opinat**
- 3. Cómo lo estamos aprovechando**

# ¿Por qué **NPS**?



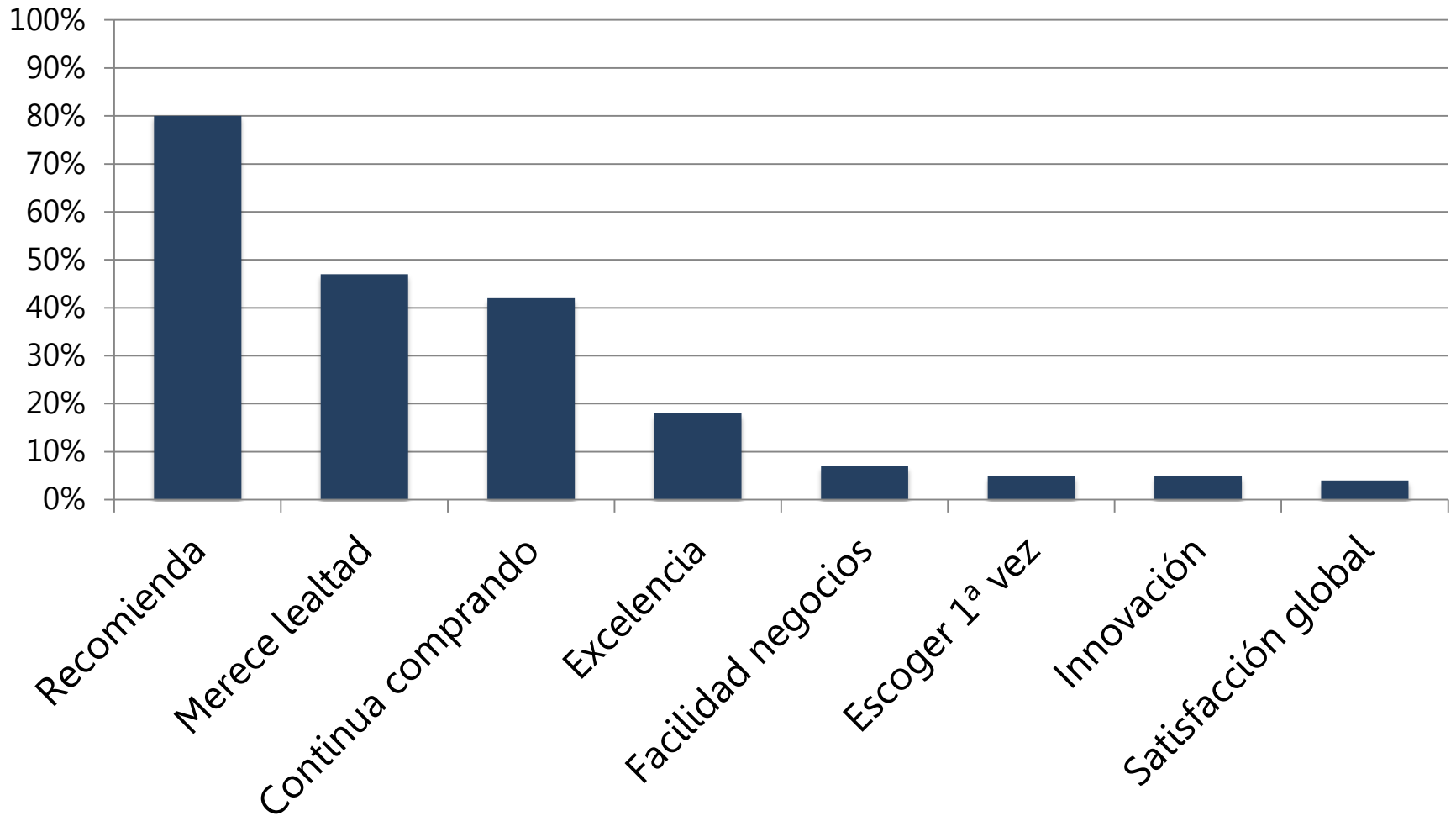
**La pregunta decisiva**  
**Fred Reichheld**

# Net Promoter Score



# ¿Recomendaría nuestros servicios a un familiar o amigo?

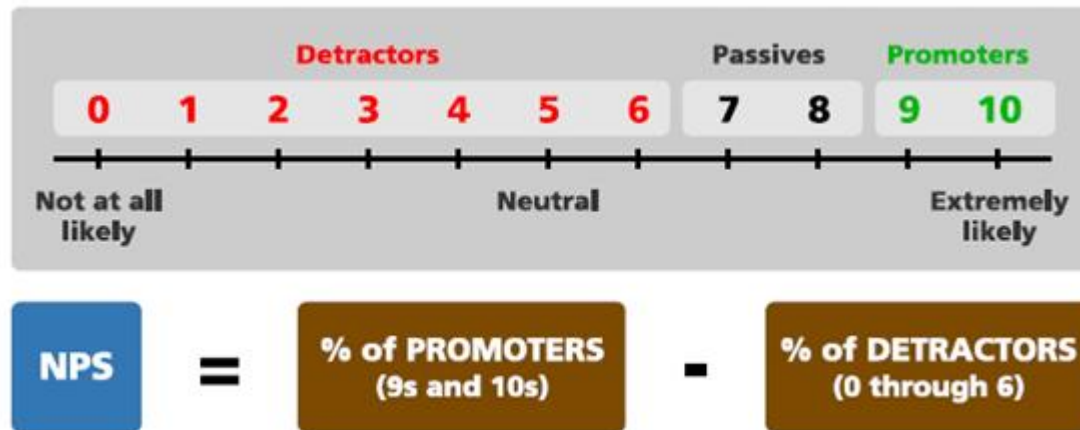
---



# En qué consiste y cómo funciona

Una sola pregunta, un solo dato

En una escala de 0 a 10 ¿Recomendaría nuestros servicios a un familiar o amigo, en caso de necesitarlo?



*Ejemplo 200 encuestas:*

120 PROMOTORES = 60% Recomendarán activamente  
50 NEUTROS No recomendarán  
30 DETRACTORES = 15% Hablará mal, desaconsejarán

$$\text{NPS} = 60 - 15 = 45\%$$

**UN SOLO DATO**


# En qué consiste y cómo funciona

---

## *¿Qué nos aporta el sistema?*

Métrica de fácil comprensión 

Conocer lo que le molesta al cliente y valora 

Posibilidad de actuar inmediatamente sobre detractores y contactos urgentes 

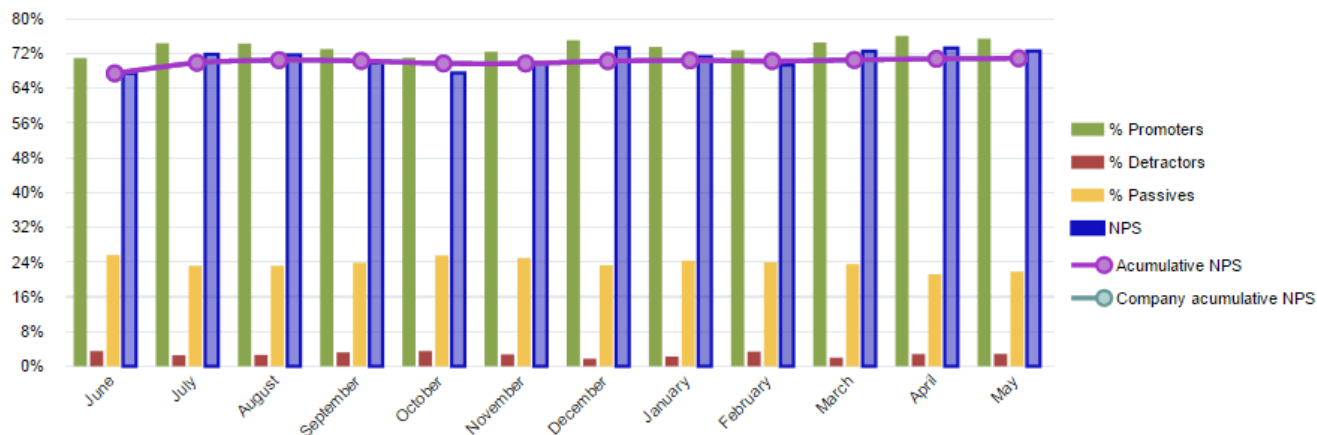
Cambiar comportamientos y actitudes 

Nos ayuda a crear cultura de orientación al cliente 

# Herramienta de gestión NPS

Opinat: Inicio

- Inicio
- Configuración
- Usuarios
- Centros
- Plantillas
- Campañas
- Encuestados
- Detractores
- Promotores
- Análisis
- Dashboard
- Documentación
- Soporte



NPS GLOBAL:

70.1%

PROMOTORES

72.84%

DETRACTORES

2.76%

PASIVOS

24.4%



RESPONDIDAS TOTALES:

78% - 24966



# Herramienta de gestión NPS

## Monitorización y filtrado de encuestas NPS

### Administrar Encuestados






Opcionalmente puede introducir los operadores (<, <=, >, >=, <> o =) al principio de cada uno de los valores buscados para especificar como realizar la comparación.

- Inicio
- Configuración
- Usuarios
- Centros
- Plantillas
- Campañas
- Encuestados
- Detractores
- Promotores
- Análisis
- Dashboard
- Documentación
- Soporte

BUSQUEDA AVANZADA

EXPORT TO EXCEL

Desplegando 41-60 de 24707 resultados.

Código interno	Centro / Campaña	Nombre	Idioma	Teléfono	Email	Estado	Nps	Fecha de envío	Fecha de respuesta	
						Res ▾				
<a href="#">30812033Z</a>	<a href="#">TANATORIO CREMATARIO LA SIEMPREVIVA/Campaña NPS Servicios Funerarios (Particular + Otras CIA)</a>	MARÍA MARTÍNEZ RODRÍGUEZ		607240440		Respondido	10	18/05/2015	19/05/2015 13:48:14	   
<a href="#">21181685L</a>	<a href="#">TANATORIO CREMATARIO LA SIEMPREVIVA/Campaña NPS Servicios Funerarios (Particular + Otras CIA)</a>	ATONIO GARCÍA ÁLVAREZ		986308803#647251837		Respondido	10	18/05/2015	18/05/2015 17:32:10	    
<a href="#">00485141W</a>	<a href="#">TANATORIO CREMATARIO MARINA BAIXA/Campaña NPS Servicios Funerarios (Particular + Otras CIA)</a>	MARIA DE LOS MILAGROS ROCA		620622859		Respondido	9	18/05/2015	18/05/2015 16:37:50	    
<a href="#">31770070D</a>	<a href="#">TANATORIO DE LOS PINOS/Campaña NPS Servicios Funerarios (CIA Grupo)</a>	FRANCISCO RIVAS LÓPEZ		680337522#680337522		Respondido	8	18/05/2015	18/05/2015 16:15:46	    
<a href="#">26040341B</a>	<a href="#">OFICINA GRANADA/Campaña NPS Servicios Funerarios (Particular + Otras CIA)</a>	SEBASTIAN CATALÁN AGUILAS		677470577		Respondido	10	18/05/2015	18/05/2015 16:57:22	    
<a href="#">21450043J</a>	<a href="#">TANATORIO CRISTO DE LA PAZ/Campaña NPS Servicios Funerarios (Particular + Otras CIA)</a>	MERCEDES LAFUENTE JUST		652011227#652011227		Respondido	10	18/05/2015	18/05/2015 18:00:18	    
<a href="#">24044418B</a>	<a href="#">TANATORIO LA SANTA FAZ/Campaña NPS Servicios Funerarios (Particular + Otras CIA)</a>	JOSE MIGUEL ALGORFA GARCÍA		661175417		Respondido	9	18/05/2015	19/05/2015 13:42:19	   
<a href="#">25302521Z</a>	<a href="#">TANATORIO DE ESTEPA/Campaña NPS Servicios Funerarios (Particular + Otras CIA)</a>	CATALINA DE LA CRUZ RIOS		675898974		Respondido	8	18/05/2015	19/05/2015 13:17:23	   
<a href="#">74588950L</a>	<a href="#">OFICINA GRANADA/Campaña NPS Servicios Funerarios (Particular + Otras CIA)</a>	OSCAR LÓPEZ NAVARRO		625543034		Respondido	10	18/05/2015	18/05/2015 18:48:17	    
<a href="#">21291685X</a>	<a href="#">TANATORIO CREMATARIO MARINA ALTA/Campaña Núcleo Estratégico</a>	ARANCHA CATURLA POZUELO		669515151		Respondido	5	18/05/2015	19/05/2015 11:12:11	    
<a href="#">26689980K</a>	<a href="#">TANATORIO CREMATARIO MARINA BAIXA/Campaña NPS Servicios Funerarios (Particular + Otras CIA)</a>	JUAN MIGUEL SÁNCHEZ ARAL		627692995		Respondido	8	18/05/2015	19/05/2015 13:40:29	   

# Herramienta de gestión NPS

## Plantilla encuesta NPS

- Inicio
- Configuración
- Usuarios
- Centros
- Plantillas
- Campañas
- Encuestados
- Detractores
- Promotores
- Análisis
- Dashboard
- Documentación
- Soporte

En una escala de 0 a 10. ¿Recomendaría esta funeraria a un familiar o amigo en caso de necesitarla?

No la recomendaría

Si la recomendaría

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

¿Podría decirnos qué es lo que más valora de nuestro servicio?

- ☒ Trato / Atención / Calidad Humana
- ☒ Profesionalidad (Asesoramiento / Información)
- ☐ Se encargaron de todo / No me tuve que preocupar de nada
- ☐ Coordinación / Puntualidad
- ☐ Rapidez
- ☐ Coberturas / Flexibilidad uso del capital
- ☐ Atenciones especiales: Tickets de consumo o bandeja de cortesía
- ☐ Gestiones Post-mortem
- ☐ Ceremonia
- ☐ Flores
- ☐ Instalaciones
- ☐ Limpieza
- ☐ Tanatoestética y acondicionamiento del difunto
- ☐ Compañía de seguros externa
- ☒ Otros
- ☐ Catering

LA ATENCIÓN, LA DELICADEZA, HAN NEGOCIADO CON EL SEGURO MUY BIEN SOBRE CIERTOS DETALLES, LE HICIERON UNA FOTO PARA PONER DELANTE DE LA CAJA.

MODIFICAR

Nombre	
Código interno	
Email	
Teléfono	
Idioma	es
Estado	Respondido
Fecha creación	25/05/2015 08:15:05
Fecha de envío	25/05/2015 08:21:15
Fecha de respuesta	25/05/2015 13:13:51
Zona Coordinación	LEVANTE
Lugar Estancia	TANATORIO CREMATORIO LA SIEMPREVIVA
Segmento S/PE Funeraria	-
Pagador	Compañía Externa
Coste	Platino
Asesor	VICTOR MANUEL FUENTES ZAFRA
Pagador Principal	
Campo 08	
Funeraria que presta el servicio	ASV/FUNESER - SF
Oleada, Encuesta	
Campo para datos internos	Expediente: EX15-1051 Centro: TANATORIO CREMATORIO LA SIEMPREVIVA Teléfonos: 690113218 Idioma Solicitante: Español Nombre Difunto: Fecha Defunción: 15/05/15 Lugar Estancia: TANATORIO CREMATORIO LA SIEMPREVIVA Parentesco: Hijo/a Tipo Muerte: Natural Edad: 87 Año/s Funerario Prepara: SERGIO H HAS LOPEZ

GUARDAR

# Herramienta de gestión NPS

## Notificación gestión detractor

GRUPO ASV  
SERVICIOS FUNERARIOS

### Notificación de detractor

Encuesta NPS insatisfactoria adjunta.

Por favor, comience la gestión de detractor.

#### Datos de la encuesta

**Código interno:** 52369814P

**Nombre:** ÁNGELA MARTÍNEZ ÁLVAREZ

**Zona Coordinación:** LEVANTE

**Lugar Estancia:** Externo

**Segmento S/PE Funeraria:** -

**Pagador:** Compañía Externa

**Coste:** Oro

**Asesor:** MIGUEL ANGEL BARQUERO RODRIGUEZ

**Pagador Principal:** ÁNGELA MARTÍNEZ ÁLVAREZ S.L.

**Funeraria que presta el servicio:** ASV FUNESER - SF

**Campo para datos internos:** Expediente: EX15-023147 Centro: TANATORIO CAMPANAR Teléfonos: 649950422#687116946 Idioma Solicitante: Español Nombre Difunto: 652314789

Defunción: 06/05/15 Lugar Estancia: OTRAS FUNERARIAS VARIAS Parentesco: Hijo/a Tipo Muerte: Natural Edad: 95 Año/s Funerario Prepara: MANUEL FERNANDEZ GARCIA

**Centro:** TANATORIO CAMPANAR

**Campaña:** Campaña NPS Servicios Funerarios (Particular + Otras CIA)

**Oleada:** Oleada 2015 TANATORIO CAMPANAR

**Respuesta NPS:** 6

**Motivo:**

- Gestiones Post-mortem

PARECIA QUE ESTABA BIEN EL SERVICIO. NO SABE QUE DECIR. AHORA ESTAN DETRAS DEL CERTIFICADO DE DEFUNCION Y TODAVIA NO LO HAN CONSEGUIDO Y EL ESTAR PENDIENTE DE ESO NO ES DE AGRADO PARA LA FAMILIA Y LO PODIAN DAR MAS RAPIDO. NO TIENEN NI CERTIFICADO MEDICO NI DE DEFUNCION Y NO PUEDEN HACER NINGUN TRAMITE, LE HUBIERA GUSTADO QUE SE LO DIERAN PRONTO.

[ACCEDER A LA GESTIÓN DE DETRACTOR](#)

Powered by

opinat

# Herramienta de gestión NPS

## Gestión de detractores

### Administrar Líneas del Ticket NPS

Ajustar ticket como: **ABRIR**



Ver token #2589812

Nombre	ÁNGELA MARTÍNEZ ÁLVAREZ
Código interno	21848478W
Fecha creación	27/02/2015 08:09:27
Fecha de envío	27/02/2015 08:21:23
Fecha de respuesta	27/02/2015 16:57:34
Email	
Teléfono	654157965
Idioma	es
NPS	5
Comentario	INDICA QUE NO PUEDE COMPARAR CON NADA, LE PARECIO BIEN. QUERIA QUE PASARA SIN PROBLEMAS Y NO SE QUEJA.
Motivos	

Centro	TANATORIO CREMATORIO MARINA ALTA
Campaña	Campaña NPS Servicios Funerarios (Particular + Otras CIA)
Oleada	Oleada 2015 TANATORIO CREMATORIO MARINA ALTA
Zona Coordinación	LEVANTE
Lugar Estancia	TANATORIO CREMATORIO MARINA ALTA
Segmento S/PE Funeraria	-
Pagador	Compañía Externa
Coste	Plata
Asesor	ANTONIO VICENTE BAEZA PALOMARES
Pagador Principal	
Campo 08	
Funeraria que presta el servicio	ASV FUNESER - SF
Oleada, Encuesta	
Campo para datos internos	Expediente: EX15-04333 Centro: TANATORIO CREMATORIO MARINA ALTA Teléfonos: 895434410 Idioma Solicitante: Español Nombre Difunto: Fecha Defunción: 17/02/15 Lugar Estancia: TANATORIO CREMATORIO MARINA ALTA Parentesco: Hermano/a Tipo Muerte: Natural Edad: 48 Año/s Funerario Prepara: FELIPE RAMON FUSTER OROZCO

Seleccionar uno... **ADD**

Desplegando 1-1 de 1 resultado.

Tipo de acción	Fecha creación	Comentario	Usuario
Describir causa del problema y tratamiento	2015-02-27 21:01:08	el solicitante manifiesta estar contento con el trato recibido. Quiere ser imparcial por lo que nos da un 5. nos indica que no puede valorarnos por no poder comparar con nada por el sector que somos	delegmarinaalta



# En qué consiste y cómo funciona

## Gestión transparente del sistema



**¿Cómo estamos  
aprovechando  
la herramienta?**



# Herramienta para orientar la organización al cliente- Storytelling

---



# Detectar Mejores Prácticas

---





# Programa 12 Meses, 13 Causas



La primera impresión nunca ha sido tan crítica como ahora. Causar buena impresión influye o ilumina el desarrollo posterior de la relación, es lo que llamamos el principio de antorcha.

Si consigues causar buena impresión el cliente será más indulgente con las cosas que no le agraden posteriormente y valorará más las cosas que le agraden, para así justificar su primera impresión. Si por el contrario causamos una impresión negativa, el cliente será más sensible a lo que no le agrade.

Se dice que se necesitan solo 4 segundos para hacernos una impresión de una persona, por tanto establece un clima de conversación mirándolo a los ojos, saludando adecuadamente y tratándolo de usted desde el principio.

¡RECUERDA!

- Primero se fijarán en nosotros, en nuestro aspecto físico.
- Luego en lo que hacemos, en nuestro saludo y si les miramos a los ojos.
- Por último en lo que decimos, el tono de voz.

**"Una buena primera impresión es la antorcha que ilumina el desarrollo del servicio"**  
GRUPO ASV

[024](#) [025](#) [026](#) [027](#) [028](#) [029](#)



Los clientes agradecen que les informemos de los productos y servicios que no han solicitado, quizás porque no los conocen, si resultan útiles y los presentamos con empatía y convencidos de su utilidad. Puede ser el caso de las ceremonias personalizadas, el servicio de financiación, la pirámide del recuerdo (evita gastos de mantenimiento), joyas con la huella dactilar del difunto/a, el servicio de limpiezas post-mortem, coberturas complementarias de la póliza como Canal Salud o la garantía Jurídica Plus.

No debemos confiar únicamente en que el cliente nos comunique sus necesidades y deseos. Una buena atención requiere ser capaz de detectar necesidades y ofrecer los productos y servicios que las satisfagan. Como decía Steve Jobs, "el cliente no sabe lo que quiere hasta que se lo mostramos".

**Muéstrale al cliente lo que podemos hacer por él, incluso antes de que se haya dado cuenta de su necesidad o deseo.**

[012](#) [013](#) [014](#) [015](#) [016](#) [017](#)



Edward Lorenz demostró que el movimiento de las alas de una mariposa en Singapur podía provocar un huracán en Carolina del Norte (EEUU). Pequeñas cosas tienen un gran impacto en los clientes, desde hacer un comentario educado de la casa o del niño pequeño, abrir la puerta a un cliente y dejar que pase primero, salir de la recepción para indicar donde se encuentra una sala, facilitar un botellín de agua o un lugar donde sentarse a una persona mayor en el cementerio y, por supuesto, una sonrisa amable. Trata al cliente como si fuera un miembro de tu familia; cuélgale el abrigo, mírale a los ojos, estréchale la mano cuando os presentéis por primera vez, ofrécele una bebida...

Locuciones y video relacionado con este tema:

[001](#) [002](#) [003](#) [004](#) [005](#) [VIDEO](#)



*"Pequeñas cosas tienen un gran impacto en los Clientes"*  
GRUPO ASV

# Fórmula **NPS** ONE



**NPS**

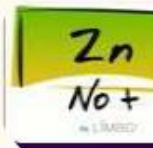
**Boletín DEPORTIVO**



**POLOSUR**

Hasta **27%**  
sólo para ti, y los tuyos  
*Gracias por vuestro esfuerzo diario*

GRUPO ASV  
SERVICIOS FUNERARIOS  
www.grupoasv.com  
902 408 100



**NPS**

**Boletín DEPORTIVO**



BOLETÍN N° 5



CLASIFICACIÓN DEL GRAN PREMIO DE CÁDIZ:

**!!! 5 PUNTOS EXTRAS  
PARA BMW EL EJIDO  
Y ANTEQUERA  
CATERHAM POR  
BATIR EL RECORD DEL  
CIRCUITO !!!  
(+90% NPS)**

## EL GRAN PREMIO DE EL EJIDO SE QUEDA EN CASA

BMW EL EJIDO TEAM, No da opción al resto de las escuderías,  
se planta en la meta con un 100 % y además se asegura la vuelta rápida.



Las declaraciones del jefe de escudería de BMW El Ejido Team, Manuel Pastor, nos da las claves de su éxito:

“Nunca se está preparado para la pérdida de un ser querido. Se presentan muchas dudas y nerviosismo por parte de las familias, nosotros nos interesamos en escuchar dedicando el tiempo que sea necesario, para poder ayudar en las necesidades de cada uno de ellos”

La primera vez en el Campeonato que 3 escuderías batan el record del circuito con sus vueltas rápidas.

En el último Gran premio de El Ejido 3 escuderías vuelan con sus grandes resultado del NPS, con una valoración por encima del 90 %.

Los equipos premiados con 5 puntos extras por este motivo son:

BMW El Ejido TEAM (100 %)  
WILLIAMS Almería TEAM (96,43 %)  
Antequera CATERHAM (92,00 %)



1º



NPS: 91,67 %  
• BMW EL EJIDO

2º



NPS: 90,70 %  
• ANTEQUERA CATERHAM

3º



NPS: 89,06 %  
• FORCE VELEZ INDIA

4º



NPS: 85,71 %  
• SAUBER SEVILLA

5º



NPS: 85,19 %  
• ALMERÍA WILLIAMS TEAM

6º



NPS: 84,62 %  
• FERRARI GUADIX

7º



NPS: 82,26 %  
• RED BULL CÁDIZ

8º



NPS: 78,87 %  
• MARUSSIA ALGECIRAS

9º



NPS: 77,78 %  
• TORO ROSSO LOJA

10º



NPS: 77,31 %  
• MÁLAGA MINARDI F1

# Mejora continua

---



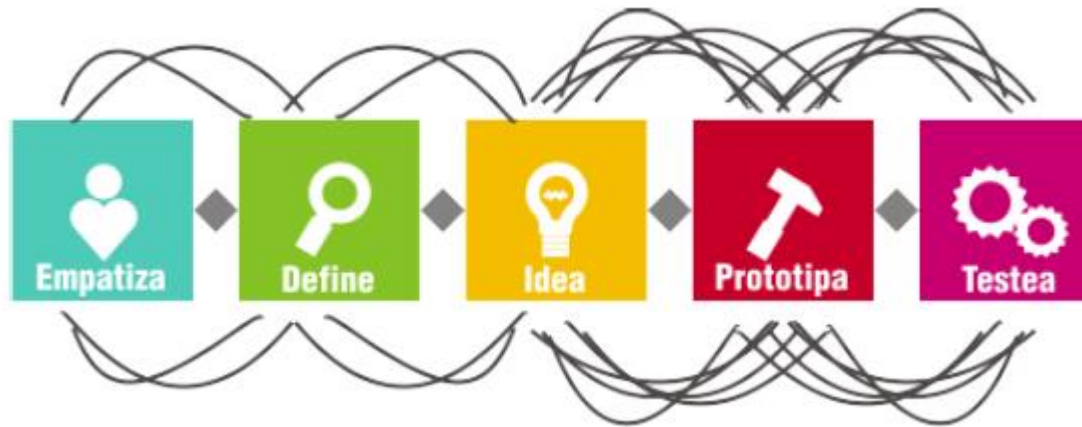
# Control interno

---



# Evaluar el impacto en la percepción del cliente de nuevos servicios o mejoras en nuestros estándares de calidad

---







# El retorno de la inversión



¡Gracias!

Gràcies!

Thank you!

DANKE!

Merci!

你很