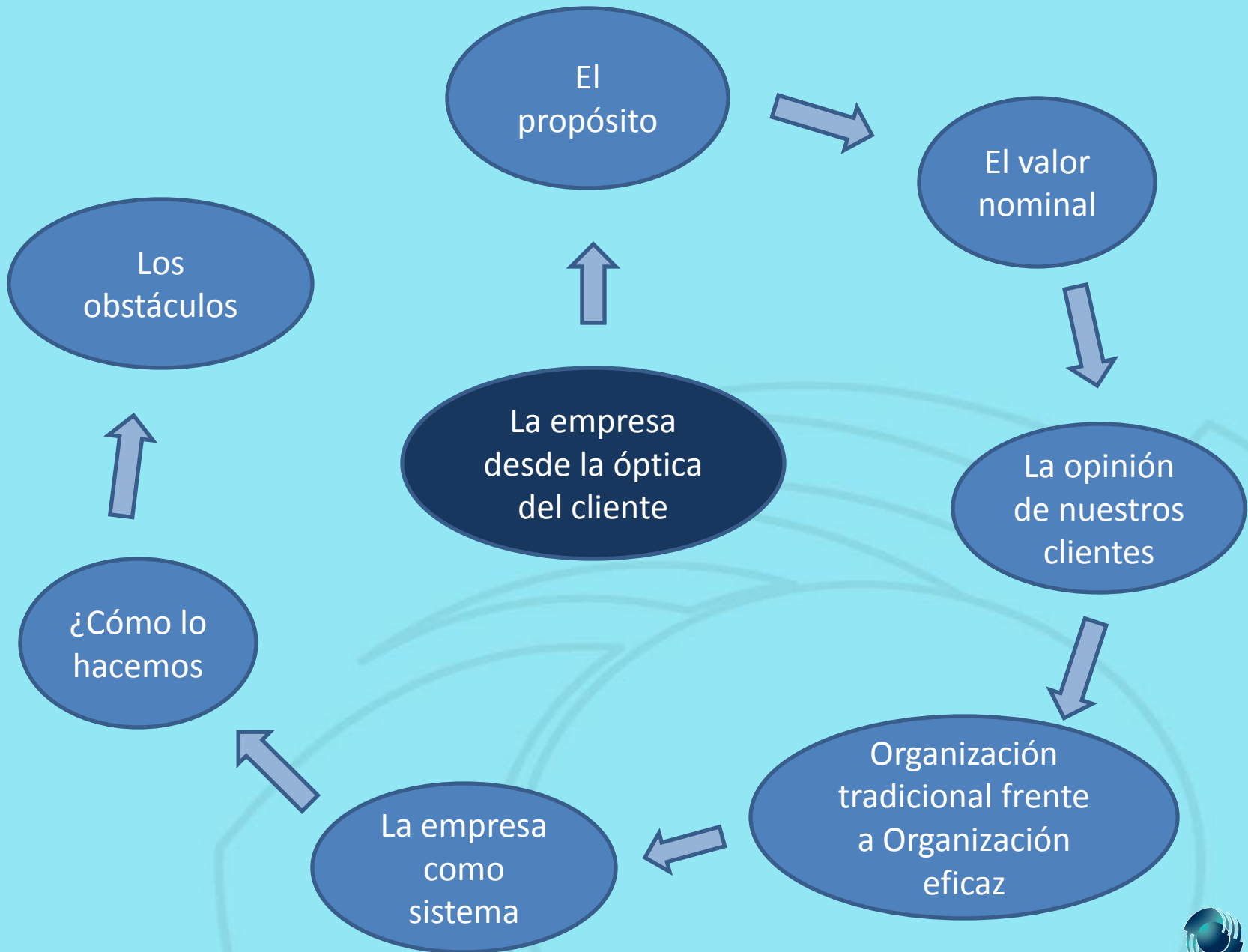


La empresa desde la óptica del cliente



**Le ayudo a conseguir
que su empresa
crezca con beneficios,
aumentando la
calidad y reduciendo
los costes**

www.arpcalidad.com



No es suficiente tener clientes satisfechos, ni siquiera será suficiente tener clientes fieles. Es necesario predecir las necesidades del cliente, darles más.

Deming (La nueva economía 1994)

¿A qué nos dedicamos? ¿Ha
hacer bien lo que estamos
haciendo? Naturalmente, pero no
es suficiente, ¿Qué producto o
servicio será más útil a nuestros
clientes? ¿Qué estaremos
haciendo dentro de 5 años? ¿Y
dentro de 10?

**¿Cuál es el propósito
de su empresa?**

**HACER Y
COSERVAR
CLIENTES**

Valor Nominal

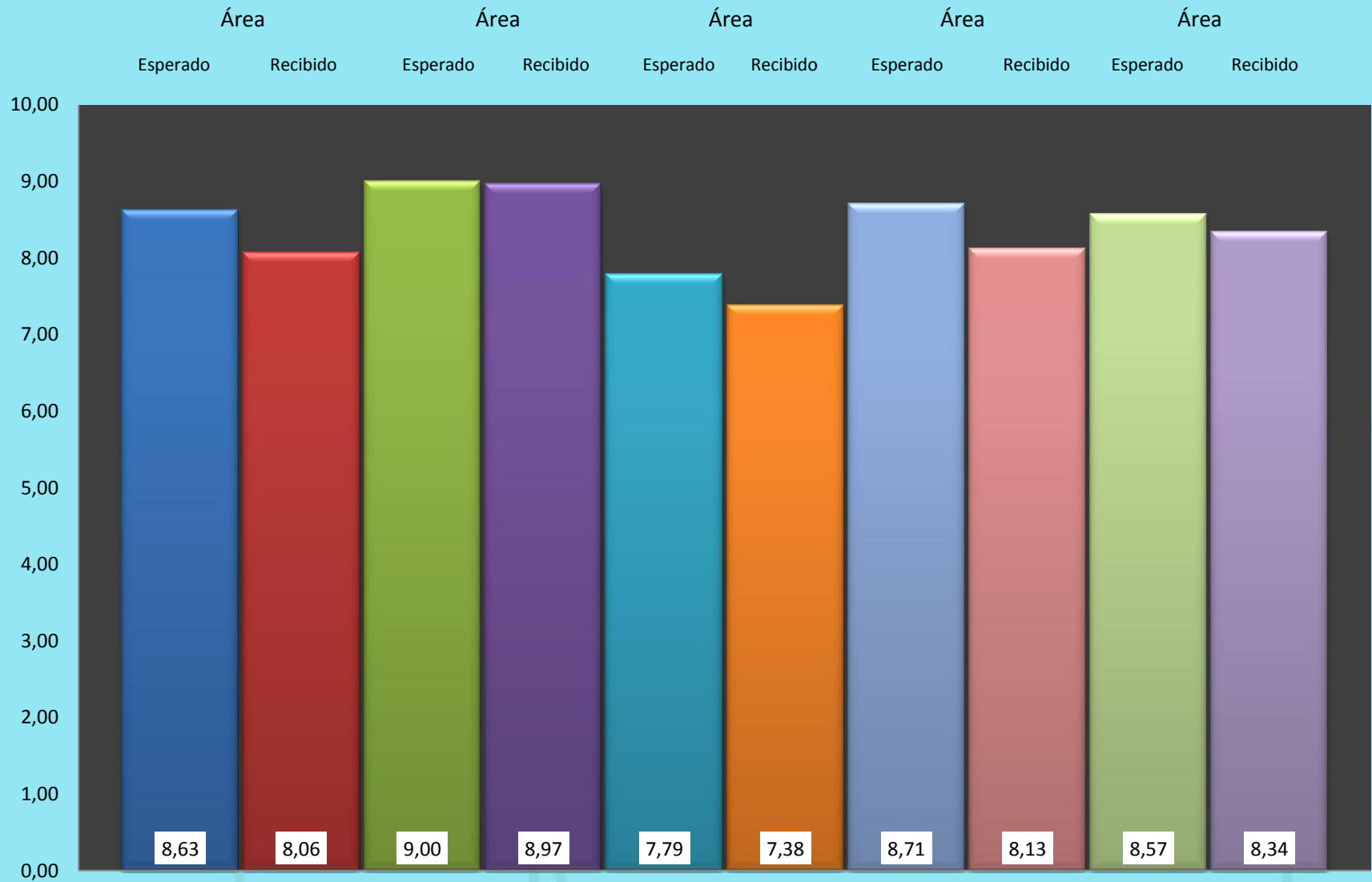


**EL VALOR NOMINAL LO ESTABLECE EL
CLIENTE
NO LA EMPRESA**

Conocer la opinión de sus clientes

Preguntar (push)

Satisfacción del Cliente 2008



Escuchar (pull)

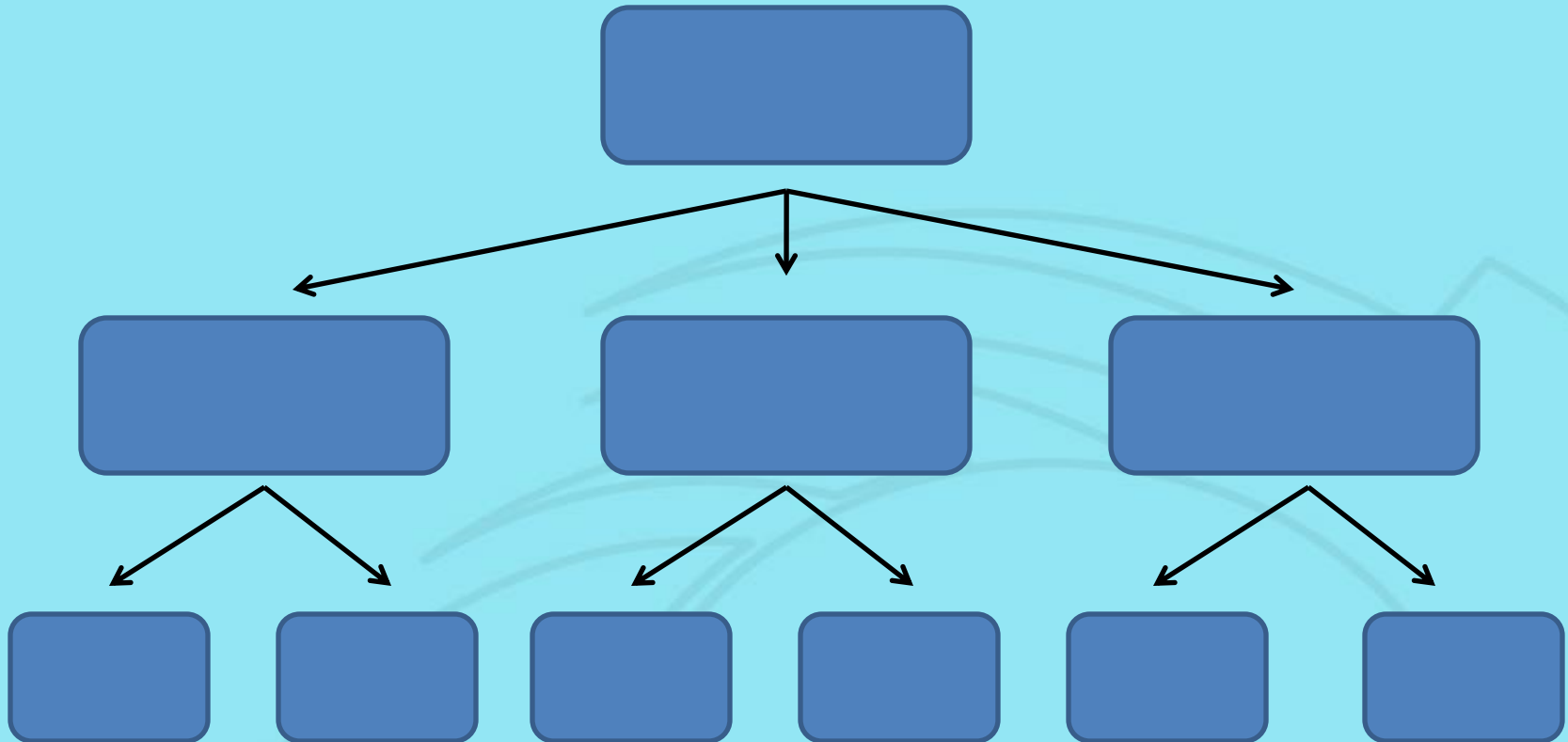
**Saber qué necesitan y
después hacerlo**

Organización tradicional



Organización eficaz

Organización tradicional



Organización tradicional

El organigrama no describe el sistema de producción.

No dice cómo mi trabajo encaja en el trabajo de otras personas de la empresa.

Organización tradicional

La pirámide contribuye a fragmentar la organización.

La fragmentación de cada componente se convierte en un centro de beneficio individual, destruyendo el sistema.

Organización tradicional

**Creamos la empresa desde
dentro hacia afuera.**

Organización eficaz

**Gestionamos la empresa en
función de lo que necesita
nuestro cliente.**

**Hacemos sólo y exclusivamente
lo que el cliente necesita.**

Organización eficaz

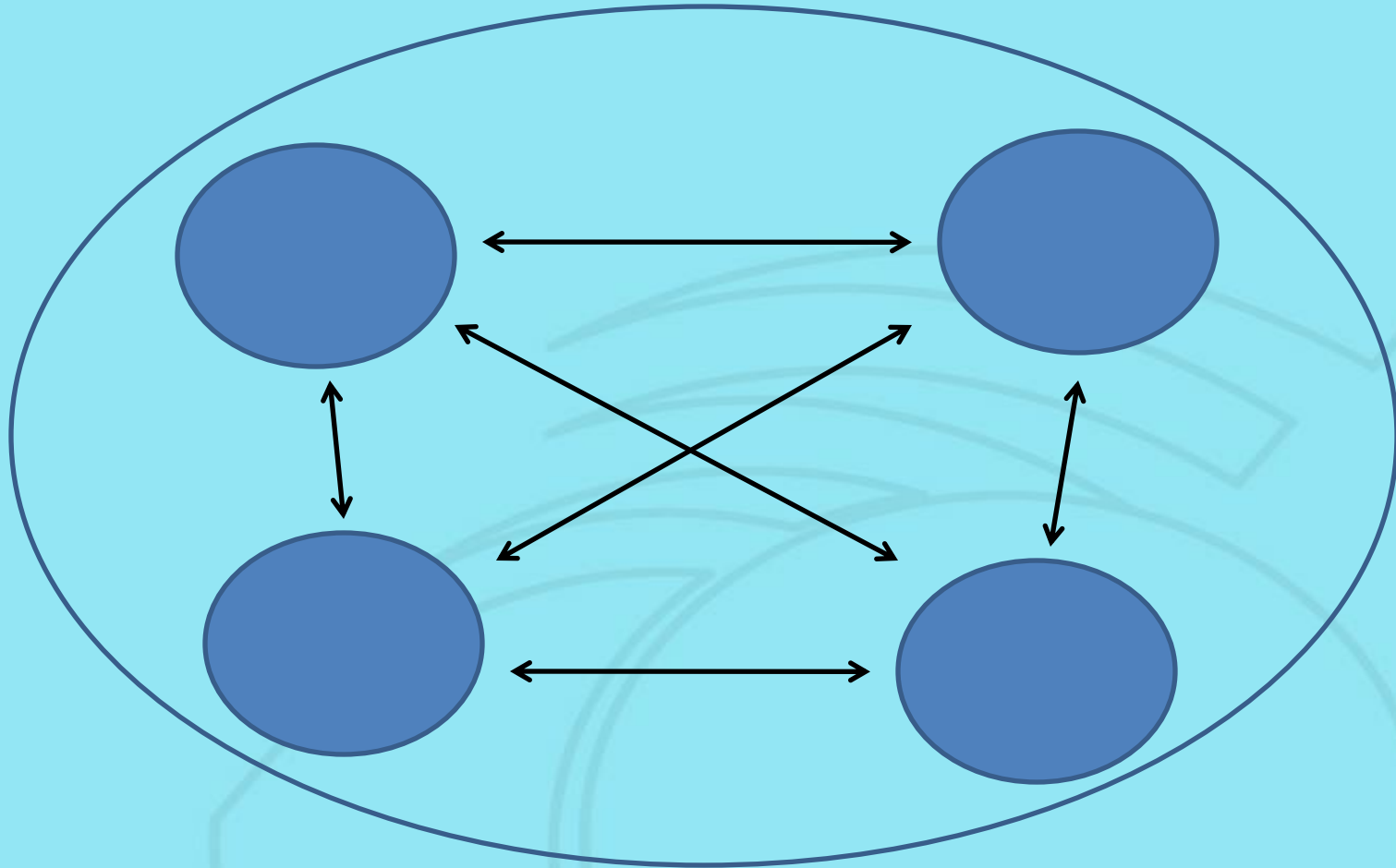
**Eliminamos todo lo que no le
aporta valor.**

**Creamos la empresa desde fuera
hacia adentro.**

Organización eficaz



¿Qué es un sistema?



Características básicas de un sistema

- Ha de tener un fin, un propósito.
- El fin precede al sistema organizativo y a los que trabajan en él.
- Un sistema se dirige.
- Es necesario conocer las interrelaciones entre todos los componentes del sistema y de las personas que trabajan en él.
- Ha de crear valor.

Características básicas de un sistema

- Ha de incluir planes de futuro, no ser víctimas de las consecuencias.
- Ha de incluir “aprendizaje continuo”, innovación de productos, de servicios, del propio método.
- Ha de incluir a la competencia.

PENSAMIENTO



SISTEMA

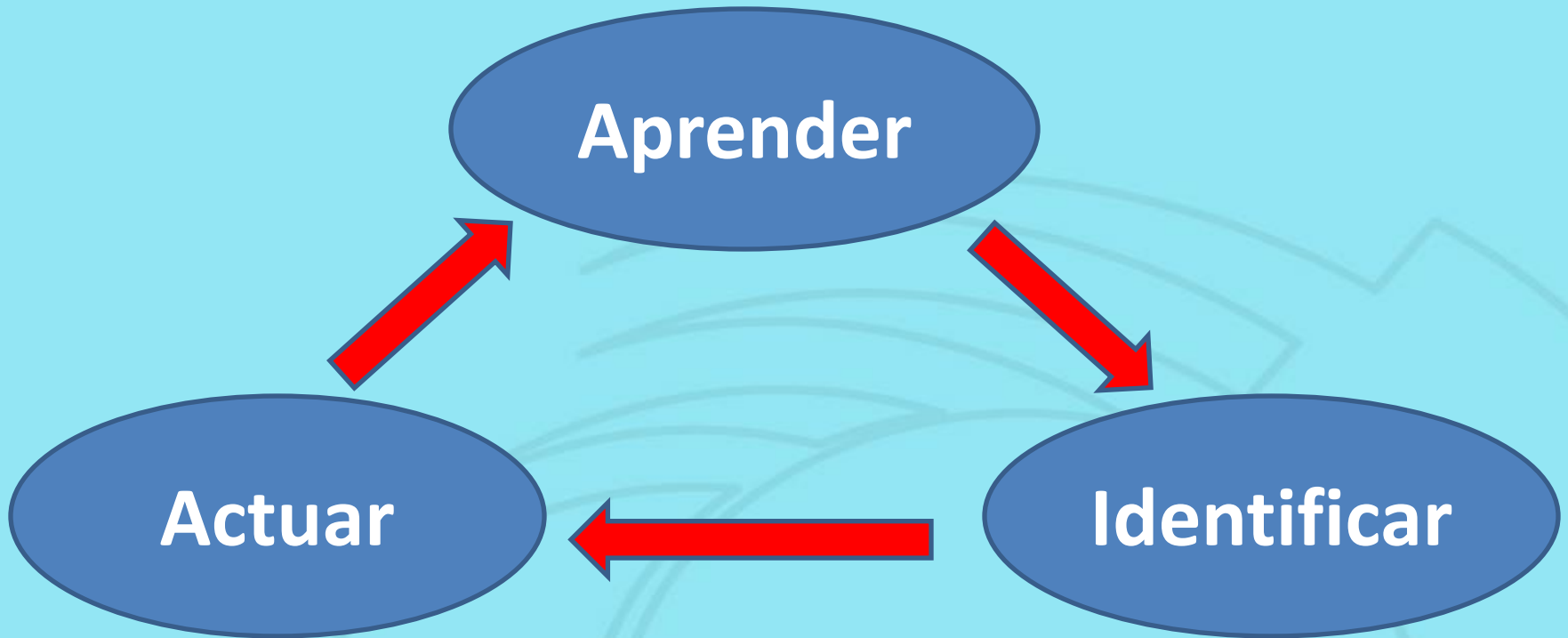


RENDIMIENTO

Cambio habitual

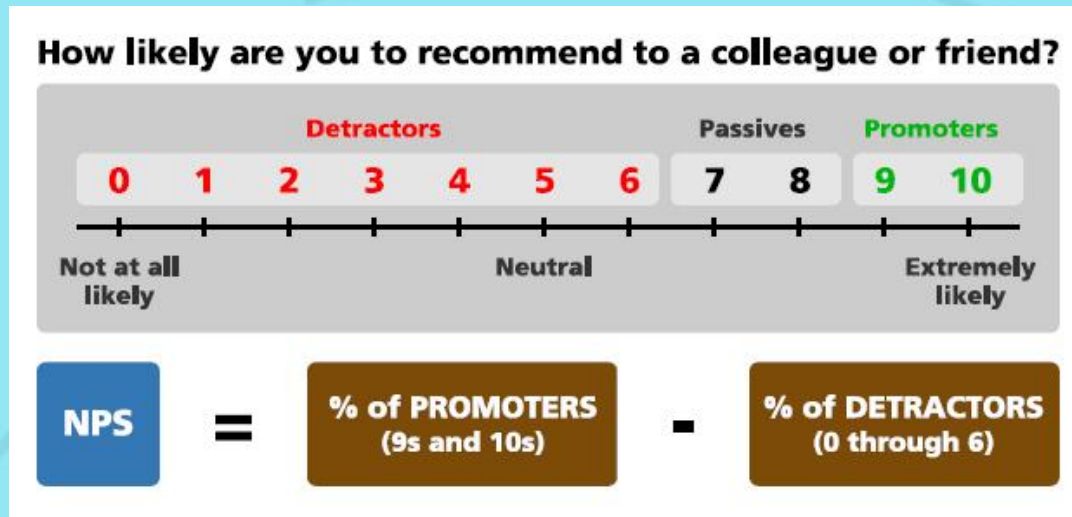
CAMBIO EFICAZ

¿Cómo podemos lograrlo?



Aprender

Escuchar a sus clientes mediante el método **NPS** frente a la encuesta tradicional



Aprender Herramienta



www.opinat.com

Aprender

- ¿Qué hacemos?
- ¿Cómo lo hacemos?
- ¿Por qué lo hacemos?
- ¿Para qué lo hacemos?

Trazar un diagrama de flujo que nos indique cómo depende cada componente de los demás.

Cliente interno – proveedor interno

Aprender

Demanda valor

Demanda fallo

Procesos que aportan valor

Procesos despilfarro

Aprender

Demanda valor

**La demanda que queremos, para
la que existimos.**

Aprender

Demanda valor

- Actividades que aportan valor al cliente
- Actividades que solo aportan valor a la empresa.
- Actividades que no aportan valor.

Aprender

Demanda fallo

La que debemos atender por no haber hecho bien o no haber hecho algo para el cliente.

Aprender

Tipos de clientes

- Los que ya nos compran
 - Promotores
 - Pasivos
 - Detractores
- Clientes potenciales
- Clientes – proveedores internos

Identificar

Su estructura organizativa desde la necesidad de su cliente

Mediciones orientadas a propósito

Variabilidad de sus procesos

Causas especiales y causas comunes

Identificar

Mediciones orientadas a propósito

“Medición frente a Control”

Identificar

Variabilidad de sus procesos

Causas especiales y causas comunes

Actuar

Sustituir los procesos y mediciones antiguas por los nuevos → **EFICACIA**

Cambio emergente

¿Y después qué?

**Volveremos a “aprender” y
trabajaremos en**

**MEJORAR
CONTINUAMENTE**

Convertir la empresa en un sistema, **nuestro propio sistema, que cumpla de forma eficaz y eficiente con el propósito común de toda su organización desde el punto de vista del cliente**

Obstáculos

Trabajar sólo en el corto plazo

Apagar incendios

Las soluciones a corto plazo tienen
efectos en el largo plazo

Obstáculos

No dirigir la organización como un sistema

Obstáculos

Dirección por objetivos

- El propósito de la empresa se parcela entre las diferentes divisiones.
- Si todas las divisiones están optimizadas el sistema no lo estará.
- Un objetivo numérico no consigue nada, sólo se podrán alcanzar los objetivos que permita el sistema.
- Con los objetivos numéricos el eje de atención son las ventas, no los clientes.

Obstáculos

Dirección por resultados

Necesitamos buenos resultados, pero trabajar sobre los resultados no es la forma de obtener buenos resultados.

Es actuar sobre las consecuencias, como si estas procedieran de una causa especial.

Hay que trabajar sobre las causas de los resultados, es decir, sobre el sistema.

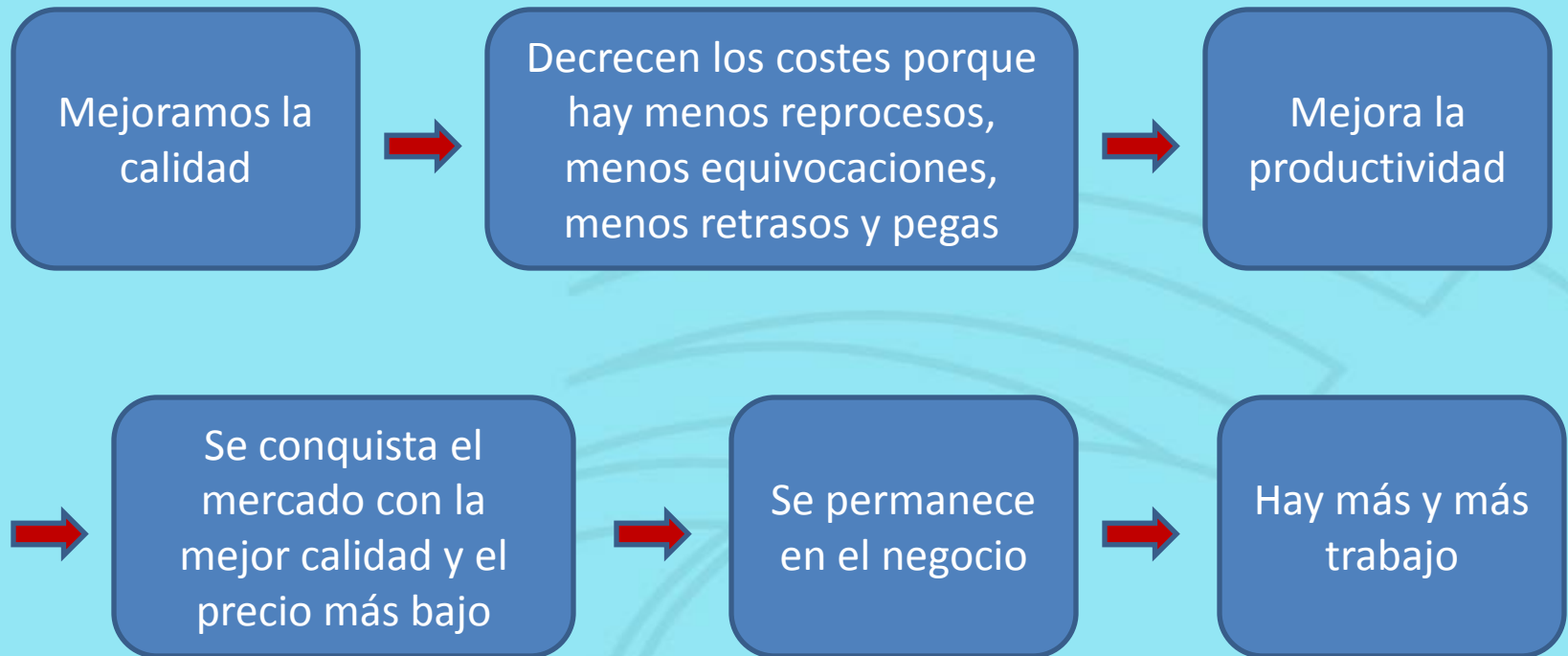
Los costes no son las causas, los costes son el resultado de las causas.

Obstáculos

**Comprar materiales y servicios al
coste de compra directo más bajo**

Coste de compra directo frente a coste
de compra total

Cadena de valor de Deming



“El cliente es el elemento más importante de la cadena de producción”

(Deming)

“Un cliente inteligente escuchará y aprenderá de las sugerencias de su proveedor, trabajando juntos para formar un sistema”

(Deming)

“Acércate a cada cliente con la idea de ayudarlo, resolver su problema o lograr su meta y no para venderle un producto o servicio”

(Brian Tracy)

“Calidad es proporcionar a nuestros clientes lo que esperan de nosotros.”

pmuro@arpcalidad.com

Gracias por su atención

**“Si cree que la excelencia es cara, espere
a que le llegue la factura de la
mediocridad”**