

"AUTO EVALUACIÓN DEL CRECIMIENTO CENTRADO EN EL CLIENTE"

OBJETIVO

Identificar en qué grado el crecimiento de la organización está centrado en el Cliente.

PROCEDIMIENTO

- ◆ Por cada una de las expresiones, marque con un círculo el número de la escala que mejor represente hasta qué grado cada expresión es aplicable a su organización.
- ◆ Utilice la siguiente escala:

1= No es aplicable

2= Bajo

3= Moderado

4= Alto

5= Muy alto

Foco en el negocio

1. Nuestra empresa ha identificado qué clientes son más importantes para nosotros.	1	2	3	4	5
2. Nuestra empresa comprende aquello que los clientes a los apuntamos quieren de nosotros.	1	2	3	4	5
3. Sólo invertimos en la gente y en los procesos que agregan valor para nuestros clientes.	1	2	3	4	5
4. Eliminamos las unidades de negocios o líneas de productos que nuestros clientes objetivos no valoran.	1	2	3	4	5
5. Eliminamos las unidades de negocios o líneas de productos que no son coherentes con nuestras competencias centrales.	1	2	3	4	5
TOTALES DE LAS COLUMNAS.	-	-	-	-	-
TOTAL.	_____				

Conectarse a la voz del Cliente

6. Tenemos una estrategia clara sobre cómo escuchar al cliente.	1	2	3	4	5
7. Brindamos la información vital que recibimos de los clientes a todos los empleados .	1	2	3	4	5
8. Medimos los resultados claves del desempeño, que no son exclusivamente financieros, tales como la satisfacción del cliente, la calidad y la moral de los empleados.	1	2	3	4	5
9. Todos los empleados pueden relacionar el desempeño con las acciones que los clientes valoran.	1	2	3	4	5
10. Nuestros sistemas de recompensas y reconocimientos permiten alcanzar el objetivo de entusiasmar al cliente.	1	2	3	4	5
TOTALES DE LAS COLUMNAS.	-	-	-	-	-
TOTAL.	_____				

Desarrollar una colaboración universal

11. Nuestra empresa tiene propósito abarcador y significativo –visión y valores- que es entendido por todos los empleados.	1	2	3	4	5
12. Los gerentes senior brindan un modelo de colaboración cuando trabajan entre sí.	1	2	3	4	5
13. Tenemos un alto grado de colaboración dentro de esta organización, y eso nos permite operar con tranquilidad más allá de las fronteras funcionales y geográficas.	1	2	3	4	5
14. Los equipos que funcionan en la organización normalmente satisfacen la expectativas de sus promotores.	1	2	3	4	5
15. Se pide a los empleados que participen en las decisiones que los afectan.	1	2	3	4	5
TOTAES DE LAS COLUMNAS.	-	-	-	-	-
TOTALES.	_____				

Crear una cultura que genere entusiasmo en el cliente

16. Comprendemos la manera en que cada uno de los clientes quiere hacer negocios con nosotros.	1	2	3	4	5
17. Nuestros líderes senior están comprometidos con la creación de un proceso sistemático para manejar las relaciones con los clientes.	1	2	3	4	5
18. Tenemos un proceso tan distintivo para interactuar con nuestros clientes que por sí mismo agrega valor, más allá de cuál sea el producto o servicio que estamos ofreciendo.	1	2	3	4	5
19. Logramos que para nuestros clientes sea fácil hacer negocios con nosotros.	1	2	3	4	5
20. Tenemos formas eficaces de enseñarle a la gente cómo agregar valor en sus interacciones con los clientes.	1	2	3	4	5
TOTALES DE LAS COLUMNAS.	-	-	-	-	-
TOTALES.	_____				

Practicar el liderazgo a través del contacto

21. El comportamiento de nuestros líderes demuestra su preocupación por los clientes.	1	2	3	4	5
22. El comportamiento de nuestros líderes demuestra respeto por los empleados.	1	2	3	4	5
23. Cuando tomamos decisiones importantes, nuestros líderes utilizan como guía la visión y los valores de la empresa.	1	2	3	4	5
24. Nuestros líderes crean significado para que el trabajo de ésta organización vaya más allá de la mera cobranza del sueldo	1	2	3	4	5
25. Nuestros líderes son visibles y es fácil comunicarse con ellos, tanto durante los períodos de funcionamiento normal como durante los tiempos de cambios.	1	2	3	4	5
TOTALES DE LAS COLUMNAS.	-	-	-	-	-
TOTALES	_____				