

Tabla de Contenido

1	Introducción	1
1.1	Introducción/Conceptos Básicos.....	1
1.2	Encuestas	3
1.3	Problema a Resolver / Oportunidad de Mejora.....	3
1.4	Justificación de la Propuesta.....	4
1.5	Objetivos.....	5
1.5.1	Objetivo general	5
1.5.2	Objetivos específicos.....	5
1.6	Alcance del Proyecto	5
1.7	Descripción general de la solución	5
1.7.1	Propuesta	5
1.7.2	Validación.....	5
1.8	Metodología / Plan de Trabajo.....	6
2	Contexto y Marco Teórico	7
2.1	La empresa.....	7
2.1.1	Misión.....	7
2.1.2	Visión	7
2.1.3	Valores.....	7
2.2	La empresa y el área de marketing	8
2.3	La satisfacción del cliente.....	10
2.3.1	Medición de la satisfacción del cliente.....	10
2.3.2	Encuesta de satisfacción de atención al cliente	10
2.4	Campañas de Marketing	11
2.4.1	Establecer objetivos.....	11
2.4.2	Definir público objetivo	12
2.4.3	Seleccionar medios de contacto.....	12
2.4.4	Diseñar mensaje de la campaña.....	13
2.4.5	Lanzar campaña.....	13
2.4.6	Evaluar resultados.....	13
2.5	Estrategia CRM.....	14
2.5.1	La importancia del servicio al cliente.....	14
2.5.2	El CRM como herramienta para el servicio al cliente.....	14

2.6	Estrategia CRM en la empresa.....	16
2.7	Campañas de Marketing con CRM.....	16
2.7.1	Contactos	17
2.7.2	Listas.....	17
2.7.3	Campañas	19
2.7.4	Programas	20
2.7.5	Formularios Web	21
2.7.6	Micrositios	22
2.8	Otras herramientas utilizadas.....	23
3	Solución.....	25
3.1	Requerimientos de Usuario.....	25
3.2	Justificación plataforma y herramientas utilizadas para la solución.....	25
3.2.1	Herramienta para la gestión con los clientes	25
3.2.2	Entorno de desarrollo.....	26
3.3	Casos de Uso.....	26
3.3.1	Identificación de actores	26
3.3.2	Identificación de casos de uso	27
3.4	Implementación de la solución	33
3.4.1	Generar listado de clientes a enviar encuesta	33
3.4.2	Implementación de la Encuesta de Satisfacción del Cliente	34
4	Resultados Obtenidos.....	49
4.1	Iniciativas obtenidas a través de las encuestas.....	49
4.2	Evaluación promedio por canal de contacto y aspecto	51
4.2.1	Evaluación promedio Canal Contact Center por aspecto	51
4.2.1	Evaluación promedio Canal Web por aspecto.....	52
4.2.1	Evaluación promedio Canal Presencial por aspecto.....	53
4.3	Encuestas enviadas y respondidas por canal.....	54
4.4	Evaluación promedio por canal y línea de negocio	55
4.5	Respuestas enviadas por canal y línea de negocio.....	56
4.6	Evaluación promedio por aspecto y línea de negocio.....	57
4.6.1	Canal Contact Center.....	57
4.6.2	Canal Presencial	58
4.6.3	Canal Web	59
5	Análisis de Resultados	60
5.1	Análisis por Canal de Contacto.....	60
5.1.1	Canal Presencial	60

5.1.2	Canal Web	60
5.1.3	Canal Contact Center	61
5.2	Análisis de Resultado por Línea de Negocio	62
5.2.1	Rentas Vitalicias	62
5.2.2	Seguros de Vida Individual	62
5.2.3	Seguros Colectivos	62
6	Impacto del proyecto	63
6.1	Gestión de Respuesta de los Clientes	63
6.2	Implementación de acciones derivadas de los resultados de la encuesta	63
7	Conclusiones	65
7.1	Trabajo Futuro	67
8	Bibliografía	68