

Cuestionario del Cliente y del Mercado

1. ¿Cómo identifica su segmento de mercado?

Tenemos que definir hacia quiénes vamos dirigidos por precio, servicio, productos y herramientas con las que trabajamos.

2. ¿Cómo identifica las necesidades y requerimientos de los clientes?

Los clientes buscan precio, calidad, variedad y servicio, de esto nos enteramos por medio de encuestas, opinión de los vendedores, lo cual es fundamental para estar en el campo de trabajo y por su historial de compra.

3. ¿Cómo utiliza la información y retroalimentación de los clientes para mejorar la empresa?

En buscar los escollos que causan que los procedimientos no se cumplan y lograr una mejora continua.

4. ¿Cómo utiliza esta información para satisfacer las necesidades de los clientes?

Buscando darles la mejor opción en productos novedosos para el mercado y que les proporcione rentabilidad.

5. ¿Cómo mantiene sus sistemas de aprendizaje y de escucha para los nuevos cambios del mercado?

A través de la visita de proveedores, investigación de competencia, manteniéndose informado de tendencias, gustos del mercado en la participación de ferias y expos.

Por medio de la información obtenida en juntas, así como estar alerta en el ramo de la confitería, competencia, precio, nuevas tendencias y temporalidades.

- Satisfacción y Relación con el cliente

1. ¿Desarrolla relaciones con el cliente para crear lealtad?

Es fundamental. Escuchar, conocerlo, observarlo y cumplir con lo prometido, nos permitirá estar en su mente al momento de la compra

2. ¿Manejan las quejas de los clientes?

Claro, saber por qué un cliente deja de consumir lo acostumbrado, se pone atención si existe un mal servicio, información sobre los precios, por lo tanto se habla con el departamento para lograr una mejora. Se rastrean por medio del área de tele-marketing y por los agentes de ventas.

3. ¿Qué estrategias se tienen para incrementar la satisfacción del cliente?

Conocerlo para satisfacer sus necesidades para comprender sus cambios y apoyarlo.

4. ¿Cómo obtiene retroalimentación por parte del cliente para saber la calidad de su servicio?

Por medio de las visitas que nuestros agentes realizan y con las llamadas de los clientes cuando les preguntan si tienen alguna queja o toman sus pedidos.

Tele marketing e historial de compra.