

CTI SOFT: Integrando al cliente en la empresa

CTI Soft es un fabricante de software de gestión, en concreto de programas ERP's (Enterprise Resource Planning). Desde hace años ha mostrado su compromiso con la excelencia, lo que le llevó a obtener en el año 2006 la Q de plata. En esta línea, ha definido, concretado y estructurado una gran gama de mecanismos para orientarse al cliente e integrarle en todos los ámbitos de su gestión, tal y como nos lo cuenta su Gerente, Ricardo González.

Los valores de CTI Soft hablan de dar respuesta a las expectativas de los clientes y aportarles valor, trabajando con todos los grupos de interés. Estos valores se han desplegado por toda la organización, de forma que la orientación al cliente está muy interiorizada por las personas que forman la empresa - a quienes, por otro lado, se les considera clientes internos y se les cuida y trata como tal. Gracias a esta forma de hacer las cosas el 80% de las personas aportan ideas de mejora y muchas de las buenas prácticas presentadas han surgido de dichas aportaciones.

Infografía titulada "Innovación en CLIENTES" con el logo de SPYRO ERP. El contenido principal indica que desde 1996 se gestiona un entorno colaborativo con el cliente, basado en los siguientes valores:

- La atención a las expectativas de los **CLIENTES** como criterio básico de **ORIENTACION** de la actuación.
- La aportación de **VALOR AL CLIENTE**, la ética y el rigor profesional como principios básicos de trabajo.
- La formación continua y la **INNOVACION** como base del desarrollo personal y profesional.
- El trabajo en equipo con **TODOS LOS GRUPOS DE INTERES** para lograr el máximo aprovechamiento de los conocimientos. **PDCA** como filosofía de trabajo.

En la parte inferior se muestran los logos de SPYRO y emmet, así como las ciudades: Madrid | Zaragoza | Bilbao | San Sebastián.

Desde hace diez años la estrategia de CTI Soft está basada en la excelencia y especialmente en la excelencia hacia el cliente. La comunicación con el es casi una obsesión. Boletines informativos periódicos en formato papel y electrónico, formación gratuita en las nuevas funcionalidades de los productos y las convenciones de clientes anuales son algunos de los medios establecidos para ello. Este último es un acto multitudinario de unas doscientas personas en el que se comparte el proyecto empresarial, se revisan los antiguos compromisos y se actualizan los nuevos.

Para favorecer el diálogo directo se ha instaurado el "Día del cliente," mediante el que una vez cada mes se invita a uno e ellos



para que cuente su experiencia con los productos de CTI Soft y su relación con la empresa. Así mismo, se ha creado el Comité de Clientes, un grupo focal formado por catorce clientes, de los cuales siete rotan cada año y cuyo objetivo es aportar numerosas ideas y mejoras a productos y servicios. Por otro lado se le integra en el desarrollo del producto, haciéndole participar en el proceso y utilizando formulas de ganar-ganar. De esta forma se conoce su valioso punto de vista y se recibe su feedback durante el propio proceso.

Los clientes nos aportan ideas

SPYRO ERP

COMITÉ DE CLIENTES SPYRO-ERP

2003-2007 → 9 REUNIONES

Reunión anual NOV para intercambio de propuestas y votación.
Reunión anual JUL para seguimiento avances.
Participan 14 clientes provenientes de todo el estado.
Cada año rotan 7 de ellos para dar mayor riqueza y participación.
Valoración media participantes: 8,1

Madrid | Zaragoza | Bilbao | San Sebastián

CTI Soft

Detailed description: This is a green-themed infographic titled 'Los clientes nos aportan ideas' (Our clients give us ideas). It features the SPYRO ERP logo and the text 'COMITÉ DE CLIENTES SPYRO-ERP' and '2003-2007 → 9 REUNIONES'. A central photograph shows a group of people in a meeting. Below the photo is a list of five bullet points: 'Reunión anual NOV para intercambio de propuestas y votación.', 'Reunión anual JUL para seguimiento avances.', 'Participan 14 clientes provenientes de todo el estado.', 'Cada año rotan 7 de ellos para dar mayor riqueza y participación.', and 'Valoración media participantes: 8,1'. At the bottom, it lists cities: 'Madrid | Zaragoza | Bilbao | San Sebastián' and the CTI Soft logo.

Para promover sus aportaciones, se ha habilitado un espacio web en el que los clientes pueden votar ideas de mejora— aportadas por ellos mismos y por otros - y trimestralmente se seleccionan las diez más votadas, que se trasladan a la unidad de I+D para su desarrollo. Con esta herramienta los clientes también pueden realizar reclamaciones, las cuales llegan al responsable pertinente de forma automática, se gestionan individualmente y tienen su respuesta correspondiente. Además incluye una funcionalidad con la que el cliente puede transmitir sus felicitaciones y agradecimientos a la empresa. Para difundir éstos reconocimientos se ha abierto la “Galería de éxitos”, donde se recopilan las frases y escritos recibidos y se utilizan para acciones de marketing interno y externo. Esta filosofía ha llevado a solicitar sistemáticamente el apoyo de clientes para que aporten su testimonio a la hora de realizar actividades comerciales y hablar de las bondades de CTI Soft y de sus productos.

Como es esperable, también desde CTI Soft se realizan reconocimientos a los clientes, dándoles diferentes tipos de premios por su antigüedad, su fidelidad, participación en I+D, etc. Como refuerzo, se ha creado un sistema de puntos y certificaciones mediante el que se premia la fidelidad de los clientes y se les ofrece beneficios y condiciones preferentes en productos y servicios.



Este tipo de dinámicas ha permitido reducir el número de reclamaciones y aumentar la satisfacción con el servicio postventa. La percepción directa del cliente se mide mediante encuestas bianuales y los resultados han mejorado ostensiblemente, pudiendo decirse que en la actualidad son excelentes. Por otro lado se monitoriza y controla esta satisfacción “en tiempo real” con otros indicadores que se generan mediante su interacción vía web, haciéndole pequeñas preguntas cuando accede al mismo, para conocer problemas e incidencias con la rapidez suficiente y así poder abordar acciones correctoras de forma inmediata. Esta herramienta también es utilizada para enviar mensajes de reconocimiento a las personas de CTI Soft que corresponda si la valoración es alta.

Como resultado de esta estrategia de excelencia y cercanía al cliente, los resultados clave de CTI Soft los últimos años han sido muy positivos y permiten afrontar con optimismo los ambiciosos retos que se ha impuesto para próximos ejercicios.

Enlace a la presentación:

<http://www.euskalit.net/consultoriayexcelencia/archivos/cti.pdf>