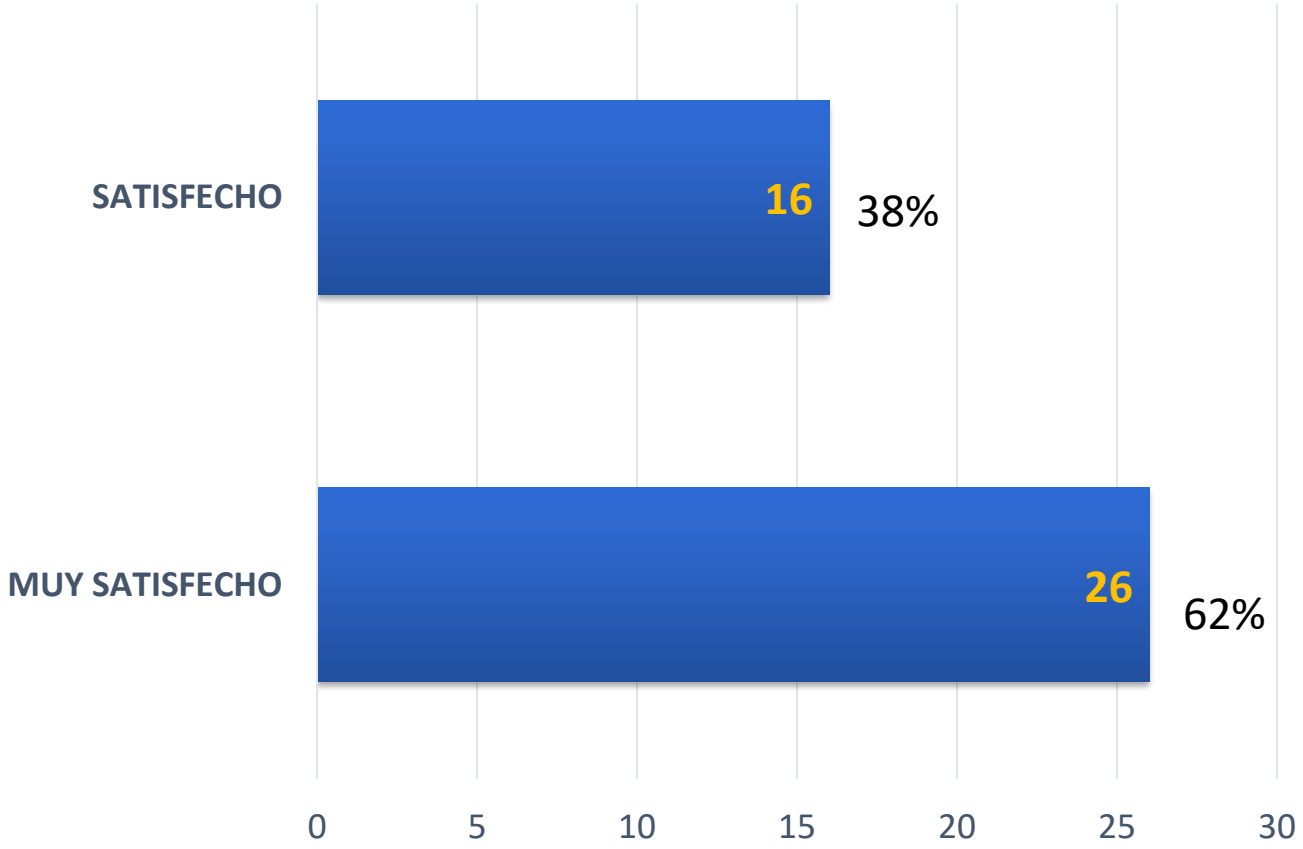
Satisfacción del Cliente NSC 2020

SATISFACCIÓN DEL CLIENTE Y PARTES INTERESADAS

Evaluación Definitiva – 42 Encuestados



En una escala de 1 a 5, donde 5 es la máxima calificación, Infivalle logra en satisfacción del cliente una calificación ponderada de:

4,62

Alcanzado un NSC de:

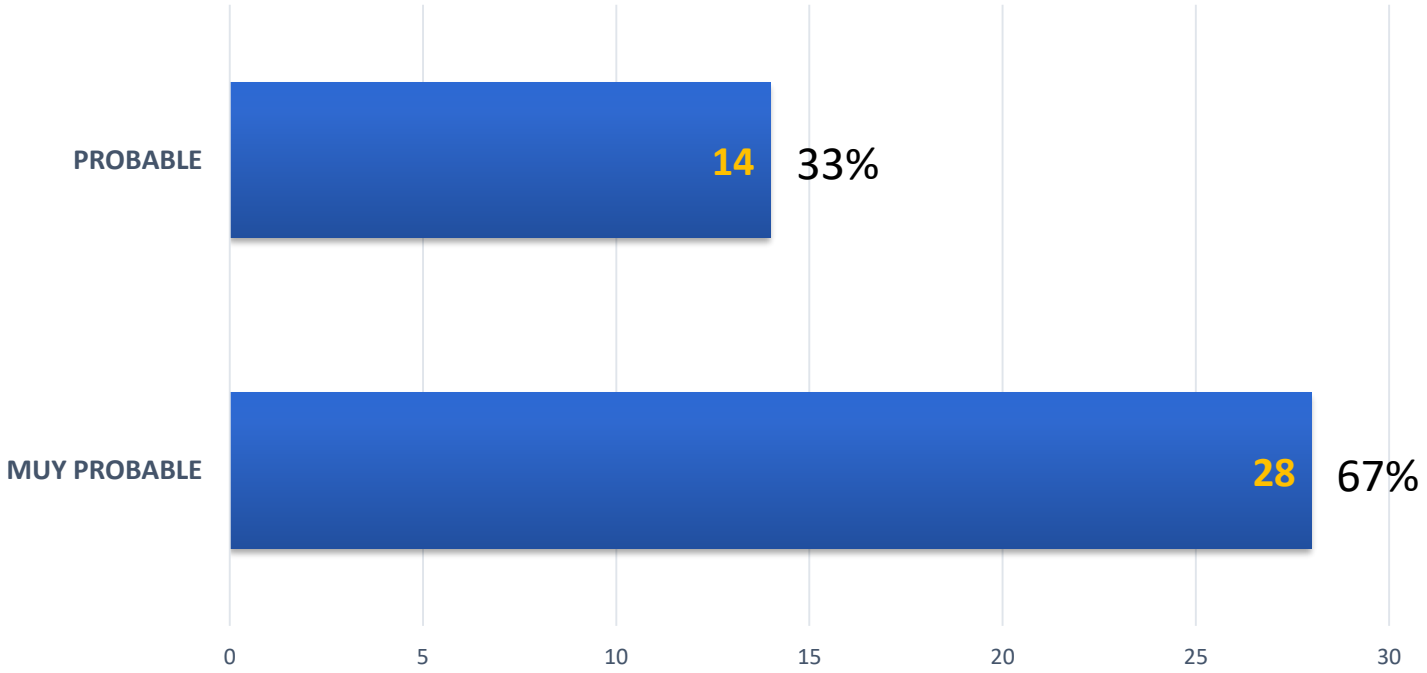
92,3%

Percepción del Cliente NPC 2020

SATISFACCIÓN DEL CLIENTE Y PARTES INTERESADAS

Evaluación Definitiva – 42 Encuestados

5.1 Cual es la probabilidad de utilizar los servicios de InfiValle en el futuro?



En una escala de 1 a 5, donde 5 es la máxima calificación, Infivalle logra en satisfacción del cliente una calificación ponderada de:

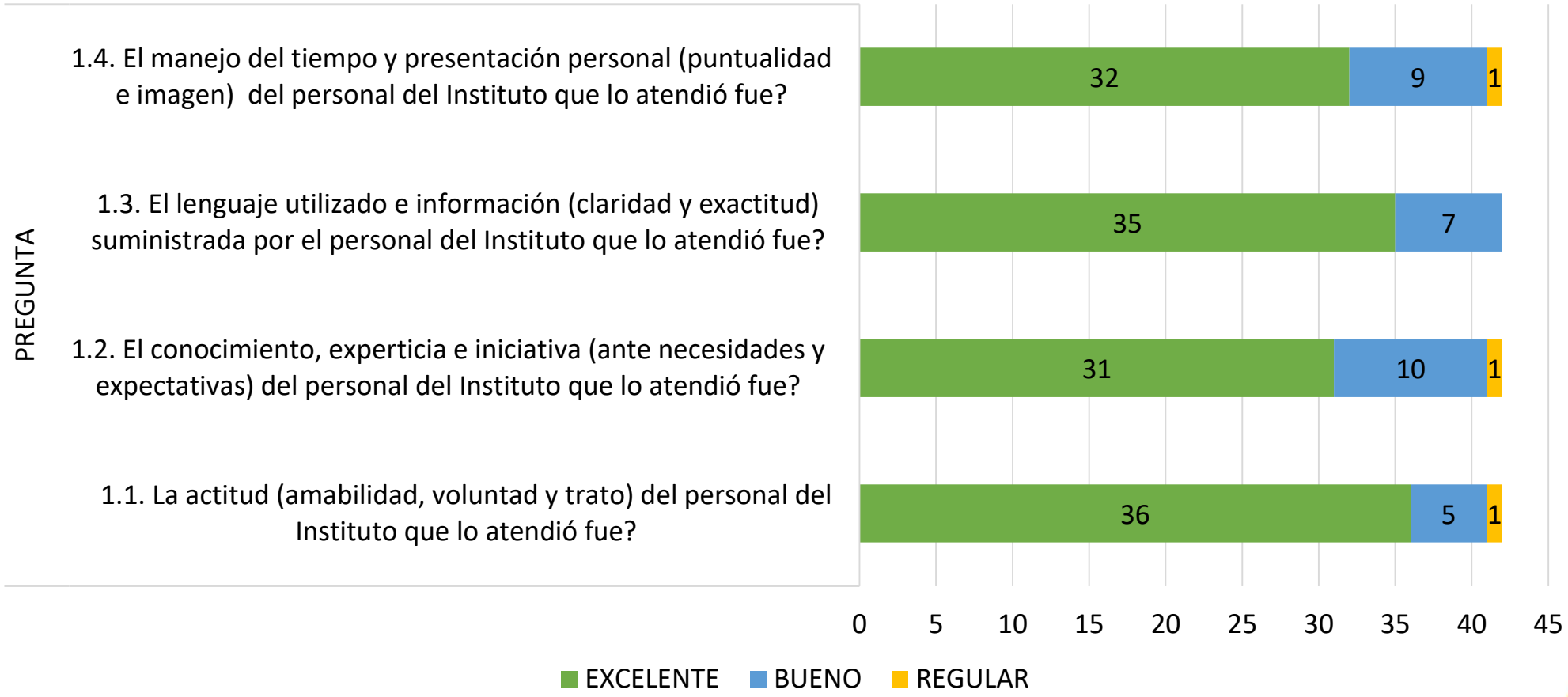
4,66

Alcanzado un NPC de:

93,3%

Factores de Medición NSC 2020

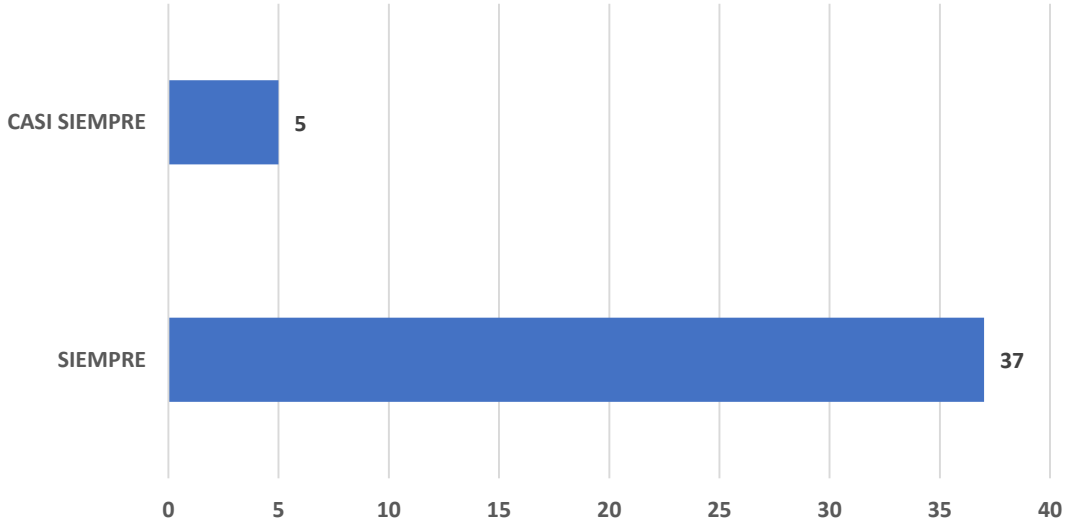
1. ATENCIÓN AL CLIENTE



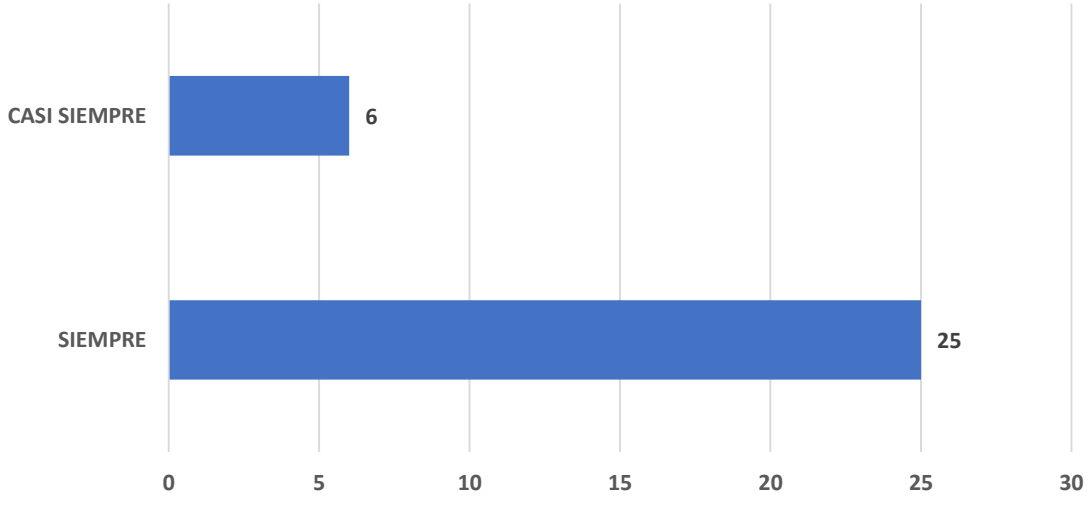
Factores de Medición NSC 2020

2. Calidad Operativa

2.1. Las especificaciones o condiciones (rentabilidad y costo) de los productos y servicios contratados con el Instituto se cumplen?



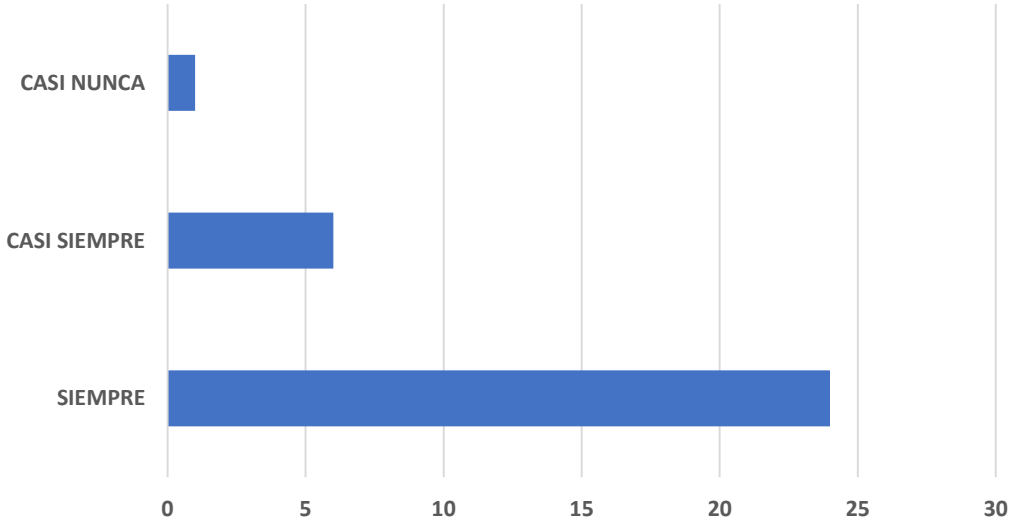
2.2. La disponibilidad de información (estado de cuenta, extractos y movimientos) sobre los productos y servicios contratados con el Instituto se cumplen?



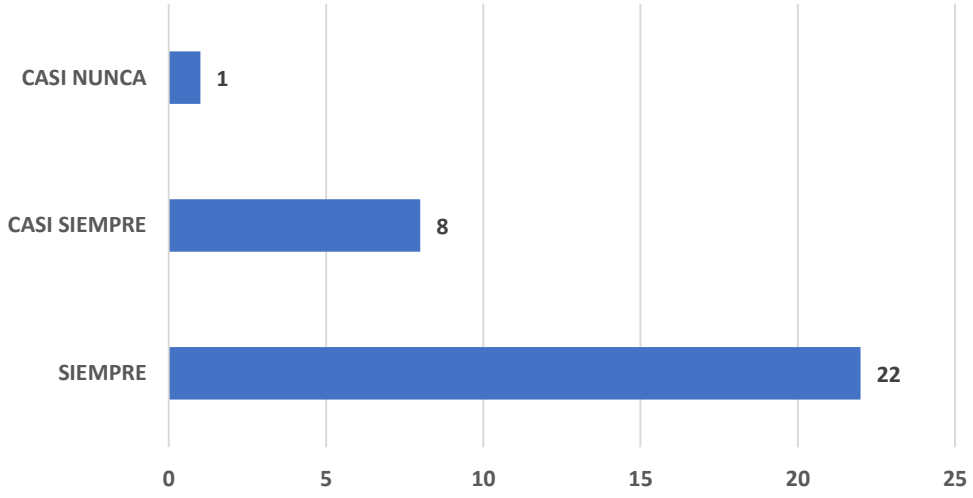
Factores de Medición NSC 2020

2. CALIDAD OPERATIVA

2.3. La exactitud en las operaciones (ausencia de errores) asociadas con los productos y servicios contratados con el Instituto se cumplen?



2.4. Los cambios o modificaciones en las condiciones (políticas internas o externas) acerca de la prestación del servicio y sobre nuevos productos se comunican?



DESEMPEÑO Y EFICACIA DEL SIG

SATISFACCIÓN DEL CLIENTE Y PARTES INTERESADAS

Acciones para la mejora del NSC

TEMA	ACCIONES TOMADAS	EFECTOS ESPERADOS	AVANCE
Satisfacción del Cliente	• Revisión y ajuste del procedimiento para retiros de los clientes	• Identificar y suprimir trámites innecesarios • Reducir tiempos de transacción para retiros de cuentas. • Coadyuvar en la implementación de la política de cero papel	75%
	• Rediseño de la página web institucional	• Mejorar experiencia de usuario	75%
	• Análisis para adquisición de herramienta tecnológica para virtualización del servicio	• Ampliar los canales de servicio a los clientes y automatizar la consulta de su información.	50%
	• Ampliación de muestra de clientes para la medición del nivel de satisfacción de clientes	• Incrementar opiniones con respecto a los productos y servicios.	100%