

UNA CAMPAÑA DE INVOLUCRAMIENTO TOTAL

La Satisfacción del Cliente

© Service Quality Institute
Buck-A-Day y GOOD Idea Campaign son nombres registrados de Service Quality Institute



La Campaña Buenas Ideas

La campaña Buenas Ideas se enfoca en la calidad y en la satisfacción del cliente. Es un evento especial con duración de un mes que fomenta que todos busquen mejorar las oportunidades y encontrar métodos para eliminar problemas recurrentes.

La campaña pide a todos que inicien la oportunidad de buscar a partir de una nueva perspectiva sobre su función en su área de trabajo.

La campaña es muy dinámica, bien organizada e inmediatamente se enfoca de manera nítida sobre los objetivos. Eleva la moral, abre los canales de comunicación y proporciona un refrescante cambio respecto de las rutinas normales.

Es una campaña de abajo hacia arriba que puede ser conducida totalmente por un equipo de sus propios empleados. Puede funcionar como un evento especial con duración de un mes o para estimular un programa de actualización que involucre a los empleados. Nosotros le suministramos el sistema total de la campaña con los materiales personalizados para cada organización o cliente.



CAMPAÑAS - Un impulso a los programas de actualización

“Para United Telephone la campaña Buenas Ideas resultó un buen camino para lograr que los empleados se involucraran y para reforzar nuestro programa de actualización. Como la campaña se enfoca en los clientes internos, los empleados piensan más en cómo servir mejor a otros departamentos.”
United Telephone of Indiana, Warsaw, IN

“La campaña Buenas Ideas reforzó nuestro compromiso en pro de la calidad. Nos creó una mentalidad que constantemente nos dice que la calidad es muy importante. Buenas Ideas hizo énfasis en que tenemos mucha interdependencia interna; que los vínculos se estrecharon durante la campaña.”
Tombstone Pizza
Milford, WI

“Descubrimos que al haber crecido tanto mediante fusiones, había muchas duplicidades. Descubrimos cosas que sucedían en una localidad que eran buenas y que debían compartirse con otras sucursales.”
First Dewitt Savings
West Caldwell, NJ

“El programa Buenas Ideas es un modo alegre y divertido no sólo para pedir sugerencias a los empleados sino también para ponerlos a trabajar. La campaña Buenas Ideas formó parte de un proceso de actualización.”
McDonnell Douglas
San Jose, CA

“La satisfacción del cliente era particularmente importante para nosotros. Buscábamos construir la moral, establecer comunicaciones abiertas con todos nuestros empleados, recortar costos y necesitábamos resultados de inmediato. ¡La campaña Buenas Ideas lo hizo! ¡Funcionó! A los empleados les gustó que se les reconociera y se les pusiera atención. Todo el proceso fue positivo.”
E.F. Hutton
La Jolla, CA

Aunque tenga administración por calidad total, Círculos de Calidad o un sistema interno de sugerencias, más pronto que tarde, su programa de actualización estará necesitando un nuevo impulso.

Esto no es un reflejo de su programa. Es natural que la gente pierda de vista las actividades que le son familiares y corrientes, debido a las presiones de la vida de cada día.

Mantener a la gente interesada en actividades de larga duración es todo un reto. A no ser que estimule su programa de actualización con eventos ocasionales de

corta duración, su esfuerzo muy probablemente perderá interés ante sus empleados.

Nuestras campañas están diseñadas para darle ese estímulo. Funcionan bien porque proponen un objetivo sencillo y a corto plazo.

Usan el sentido del humor para despertar el interés y el reconocimiento para fomentar la participación. La operación dura cuatro semanas; suficiente tiempo para lograr mantener en alto el interés y recolectar ideas valiosas; adecuadamente corta para sostener el impacto.

La campaña Buenas Ideas se enfoca en la calidad y en la satisfacción del cliente. Se desarrolló a partir de la campaña Un-Dólar-Al-Día la cual ha ayudado a miles de organizaciones a lograr que sus empleados se involucren activamente en la reducción de costos.

Ambas campañas funcionan sobre una sencilla premisa. La persona que está más cerca de un trabajo es la que mejor sabe cómo mejorarlo. Las fuerzas motivadoras que hay detrás de cada campaña son sencillas y poderosas: Comunicación, Involucramiento y Reconocimiento.

Mejora Continua

La mejora continua es una estupenda idea, pero una mejora continua consistente es poco realista. Todos los programas de larga duración, sin importar qué tan relevantes sean sus objetivos, necesitan variedad y ritmo. Si usted quiere que sus empleados mejoren, cámbiele el paso de vez en cuando con algo de diversión y excitación.

TQM

La Calidad Total requiere de un involucramiento total. A los empleados se les debe vender periódicamente la idea de que necesita nuestro apoyo activo. El mensaje debe presentárseles en términos no abstractos sino llenos de significado para ellos. La llamada a la acción debe ser algo a lo que todos puedan responder. La campaña Buenas Ideas estimula la innovación desde abajo y agrega gusto para continuar el programa.

Programa de sugerencias

Los programas de sugerencias normalmente logran menos del diez por ciento de participación por parte de los empleados, a no ser que sean muy bien publicitados y estimulados, al menos por una campaña de un mes cada año. En el ambiente tan competitivo de hoy, ninguna organización puede funcionar efectivamente sin las ideas creativas de la mayoría de sus empleados. En un mes de operación, la campaña Buenas Ideas logra aportaciones de gente que nunca contribuyó antes y normalmente impulsa una participación superior al 60%.

Los programas de actualización encuentran serias dificultades para mantener el interés por largo tiempo. Compruebe aquí cómo la campaña Buenas Ideas estimula sus esfuerzos de actualización.

Círculos de Calidad

Los Círculos de Calidad consiguen una participación activa de pequeños grupos de gente, pero con frecuencia la mayoría de los empleados nunca tiene la oportunidad de participar. La campaña Buenas Ideas selecciona las ideas de todos. Haciéndolo así pueden surgir importantes proyectos para ser considerados por los Círculos e identificar también a las personas creativas que podrían ser buenos participantes a futuro.

Equipos Auto-administrados

Los equipos son muy efectivos para encontrar ideas que mejoran las operaciones en su grupo. Pero ocasionalmente se les debe pedir su opinión sobre el programa general de la organización. La campaña Buenas Ideas les pide que también adopten una perspectiva más amplia. Además alienta la “polinización cruzada” de ideas entre los diferentes grupos.

PROCESO DE MEJORA DE LA CALIDAD

La campaña Buenas Ideas se lleva bien con varias fases del Proceso de Mejora de la Calidad de 14 pasos de Philip Crosby. Puede usarse como arranque inicial, o como un avance en la toma de conciencia o durante la eliminación de las causas de errores. La campaña Un-Dólar-Al-Día se ha usado efectivamente en el Quality College como parte integrante de su Proceso de Mejora de Calidad.

Premio Baldrige

La participación de los empleados es un factor significativo en la puntuación del sistema Baldrige. Las compañías que compiten por el premio descubren que las campañas no sólo estimulan la participación, sino que también producen mejoras tangibles que pueden ser mencionadas en su solicitud de concurso. Las áreas cubiertas por la campaña Buenas Ideas, el involucramiento de los empleados y la satisfacción de los clientes representan casi la mitad de los puntos que integran los criterios del premio Baldrige.

Innovación de Abajo hacia Arriba

El objeto primordial de la campaña Buenas Ideas es seleccionar las mejoras que tendrán un impacto favorable en la satisfacción de los clientes.

Estas mejoras pueden abarcar un amplio rango que va desde el aseguramiento de la calidad hasta el desempeño justo a tiempo para la efectividad en costos.

La campaña funciona sobre la premisa de que el cliente no es sólo el consumidor final de los bienes y servicios de la organización. La campaña pide a

cada grupo y a cada departamento que encuentren cómo pueden satisfacer mejor las necesidades del cliente interno también.

A todos los que integran la organización, gerentes, superiores, empleados, subcontratistas, etc. se les pide que se involucren.

El humor ligero, la competencia amistosa, y miles de premios de reconocimiento ayudan a conseguir altos niveles de participación.

Nosotros le suministramos todo lo

necesario para lanzar una campaña exitosa.

Todos los gráficos, desde posters hasta presentaciones personalizadas, de los premios de reconocimiento y un plan de acción paso por paso y día a día.

Con el plan de operación se incluye un programa computarizado con derechos reservados y un sistema para organizar el comité de implementación para revisar las oportunidades más significativas.

La campaña tiene cinco fases:



Interés

Si usted quiere que la gente participe, primero tiene que despertar su curiosidad. La campaña comienza con la "Semana Intrigante." Los carteles, las banderas y los marbetes en los cheques de nómina crean el interés y preparan el escenario para las tres semanas de participación activa. A cada superior se le da una Guía del Líder y una cartulina para presentar el mensaje a su grupo.

Conciencia

Se ha incorporado a la campaña una amplia variedad de materiales de comunicación.

Los carteles y tarjetas de caballete hacen que todos conozcan el propósito de la campaña y les da a conocer la importancia de su participación.

Los boletines semanales otorgan reconocimiento tanto a los individuos como a los grupos. También ofrecen "Buenas Ideas" que los empleados pueden aplicar a cambio de sus "Buenas Ideas" para su trabajo.

Participación

La campaña se basa en la teoría de que el involucramiento crea compromiso y que la gente de primera línea tiene ideas que son vitales para el éxito de la organización.

Junto con la campaña se incluyen tarjetas de "mi buena idea" diseñadas específicamente para tal fin. Las formas de Retroinformación fomentan el intercambio de mejoras entre los diversos grupos. La competencia amigable mantiene a todos interesados y participativos.

"Los productos de calidad y la satisfacción del cliente son la mayor prioridad para nosotros. La campaña Buenas Ideas nos ayudó a reenfocar la atención de los empleados." Eaton Corporation Sanford, NC

"Teníamos en casa un típico programa de sugerencias, pero no lográbamos nada con ello, deseábamos que los empleados fueran capaces de participar. La administración participativa sí funciona y Buenas Ideas dio a los empleados el foro para participar." Leonard Hospital Troy, NY

"Se suscitó un sentimiento de espíritu de equipo, hubo mucha camaradería, diversión y creatividad y se originaron por la campaña. Nos gustó haber estado en campaña durante cuatro semanas y luego haber concluido." Fidelity Bank Philadelphia, PA

"Tiene sentido preguntarle a la gente que mejor conoce sobre cómo mejorar, son aquellos que hacen actualmente su trabajo. Nuestra meta están 2,000 ideas de nuestros 1,300 empleados. Conseguimos cerca de 3,000 en sólo 30 días." Hillcrest Baptist Medical Center Waco, TX

"La campaña Buenas Ideas nos dio algo tangible que mostrar a nuestros clientes acerca de cómo estábamos intentando mejorar la calidad. Queríamos algo que lograra que los empleados participaran directamente. Teníamos un programa de sugerencias que fue un fracaso. Una enorme ventaja que la campaña Buenas Ideas nos dio fue la de posesionarse del lugar durante un periodo concentrado de treinta días. Eso constituyó un espíritu de equipo y mejoró la comunicación." Seawatch International, Ltd. Milford, DE

Seguimiento

Las campañas piden a sus empleados que se enfoquen en sus propias funciones o en sus áreas de trabajo como la mejor fuente para generar ideas de mejora. La mayoría de estas ideas pueden implementarse inmediatamente.

También se incluye nuestro programa de cómputo Innovation Manager™, con derechos reservados, que le ayudará a analizar, categorizar, priorizar y dar seguimiento a la implementación del proceso.

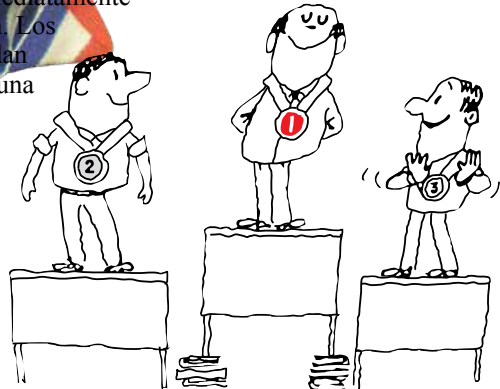


Reconocimiento

La campaña opera sobre la premisa de que usted no construye el espíritu de equipo dando costosos premios o recompensas en dinero a unos cuantos y selectos "ganadores." Las personas son recompensadas inmediatamente por su participación. Los sorteos semanales dan a todos y cada uno una oportunidad igual para obtener un premio especial.

La fuerza motivadora que está detrás de toda la campaña

es el reconocimiento. El folleto "Tú eres un Buen Muchacho" alienta el reconocimiento entre iguales y puede también ampliarse como un mensaje positivo para la satisfacción del cliente en la comunidad.



Beneficios

1

Alto nivel de participación

A diferencia de muchos programas de actualización, la campaña Buenas Ideas logra un alto nivel de participación.

En la mayor parte de las compañías, la participación voluntaria va del 60% al 80%. Muchos grupos y departamentos alcanzan hasta el 100%.

2

Nuevo impulso al programa ya existente

Buenas Ideas es un gran medio para estimular un programa actual de participación de los empleados. Si no cuenta con un programa regular, usted conseguirá beneficios adicionales al implementar las campañas Buenas Ideas y Un-Dólar-Al-Día (la campaña de reducción de costos) como eventos de un mes cada año.

3

Una campaña corta con largo impacto

Puesto que la campaña entera sólo requiere de treinta días, no se necesita consumir tanto tiempo como con un esfuerzo sostenido ni tampoco una organización burocrática para realizarlo. Más aún las mejoras son con frecuencia muy importantes y son suyas para siempre.

4

Crea diálogos

Buenas Ideas es particularmente efectiva para mejorar las comunicaciones y las relaciones de trabajo entre los empleados y entre los grupos. Desarrolla un espíritu de cooperación que perdura mucho después de que la campaña ha concluido.

5

Refuerza la moral de los empleados

La campaña Buenas Ideas es amigable y divertida. Permite que los empleados conozcan que ellos y sus ideas son importantes para la compañía. Logra que todos trabajen por un mismo objetivo. Proporciona un saludable cambio de ritmo con relación a la rutina normal de trabajo.

6

Intercambio de ideas fecundas

Las ideas que surgen durante la campaña Buenas Ideas frecuentemente tienen aplicación en más de una planta o departamento. Como complemento de la campaña muchas organizaciones publican un intercambio de ideas para difundir la información sobre las mejoras.

7

Fácil de administrar

Nosotros le proveemos todo lo necesario para implementar una campaña exitosa. La operación entera puede llevarse a cabo por los empleados de cada localidad sin añadir personal extra ni recurrir a consultores externos.

8

Una campaña personalizada, un resultado comprobado

Nuestras campañas se han comprobado exitosamente en más de 3,000 organizaciones. Ellas han producido cientos de millones de dólares en ahorros y en mejoras. Nosotros proveemos campañas profesionalmente diseñadas para cada organización cliente.

Para pedidos, información y atención personalizada, contáctenos hoy:



Service Quality Institute Latin America
El líder global en servicio al cliente

En América Latina y el Mundo de Habla Hispana:

Cristina Torres, Directora de Negocios

e-mail: cristina@servicequality.net

www.servicequality.net

USA: (+1) 305-432-2705

México: (+52) 55-4169-1185

Colombia: (+57) 1-382 6701