N°003 / WORKBOOK - CUADERNO DE TRABAJO

THE SILENCE MAP

EL MAPA DEL SILENCIO

Una caída en los reclamos no siempre significa una mejor experiencia.

A veces significa que el cliente dejó de intentarlo.

Una herramienta para investigar qué pasó con el problema y con las personas que lo vivieron.



El número bajó. La explicación sigue abierta.

UN CAMBIO / DOS EXPLICACIONES / UNA COMPROBACIÓN

01 / DEFINE EL CASO

¿Qué dejamos de escuchar?

Objetivo: comprender una caída de reclamos y elegir qué comprobar antes de interpretarla.

Puede haber una mejora: menos errores, más claridad o una solución más fácil. También puede haber menos uso, dificultades para reclamar o personas que dejaron de esperar una respuesta. El silencio, por sí solo, no demuestra satisfacción ni abandono.

Resultado: un mapa de evidencias, dos explicaciones posibles y una acción de investigación. Completa un solo problema y períodos comparables.

TU TURNO / AGREGA TU RESPUESTA

¿Qué reclamos disminuyeron?
Describe el problema concreto: retrasos, cobros, errores, atención u otro.

¿En qué grupo de clientes y entre qué períodos?

¿Por qué te interesa comprender esta caída?

Ejemplo ficticio: bajaron los reclamos por entregas tardías entre abril y mayo. Queremos saber si mejoraron las entregas o si recibimos menos información sobre los problemas.

02 / COMPARA

Antes de interpretar, revisa el contexto.

TU TURNO / Completa la tabla. Escribe “sin datos” cuando falte información.

Menos pedidos pueden producir menos reclamos. Un cambio de canal o de clasificación también puede modificar el registro sin resolver el problema.

Qué revisar	Antes	Ahora
Reclamos sobre el problema		
Pedidos, transacciones o usos relacionados		
Frecuencia del problema, si existe registro		
Canales disponibles para reclamar		
Cambios en clasificación o registro		

¿Menos actividad o un cambio de registro explica la caída?

Indica la evidencia. Si no la tienes, señala qué revisarías.

¿Qué dato falta antes de interpretar el cambio?

Ejemplo ficticio: 40 reclamos y 200 pedidos en abril; 15 y 200 en mayo. Bajaron con igual actividad, pero falta revisar los retrasos.

03 / MAPEA LAS SEÑALES

Mira alrededor del silencio.

TU TURNO / Escribe un hallazgo y su fuente en cada espacio; si no sabes, indícalo.

El problema original

¿Ocurre menos o se resuelve mejor?

El uso posterior

¿Siguen usando, comprando o renovando cuando corresponde?

Los intentos de contacto

¿Repiten contactos o abandonan el canal antes de terminar?

Otras vías de expresión

¿La dificultad aparece en otros canales o conversaciones?

La explicación del cliente

¿Qué cuenta sobre contactar, dejar de contactar o dejar de usar?

¿Qué señales coinciden y cuáles se contradicen?

Seguir comprando no demuestra satisfacción; dejar de comprar tampoco demuestra una mala experiencia. Las señales orientan: sus motivos necesitan comprobarse.

04 / CONTRASTA EXPLICACIONES

Dos posibilidades.
Una mente abierta.

TU TURNO / Elige dos explicaciones que encajen con el caso. Pueden coexistir.

El problema disminuyó / bajó el uso / reclamar cuesta más / dejaron de esperar una solución / cambiaron de canal / otra causa.

Pregunta	Explicación A	Explicación B
¿Qué podría estar ocurriendo?		
¿Qué evidencia la apoya?		
¿Qué información falta?		
¿Qué te haría reconsiderarla?		

Ejemplo ficticio: A: mejoraron las entregas; revisar retrasos. B: cuesta encontrar el canal; observar si las personas lo encuentran y utilizan.

Para conversar:
“La última vez que tuviste este inconveniente, ¿qué hiciste y qué ocurrió después?”
“¿Hubo un momento en que quisiste pedir ayuda y no lo hiciste? Cuéntame qué pasó”.
Escucha primero, sin sugerir satisfacción o resignación.

05 / INVESTIGA Y DECIDE

Tu hallazgo.
Tu siguiente paso.

TU TURNO / Resume lo que sabes y conserva la incertidumbre donde falte evidencia.

Completa tu hallazgo provisional
Los reclamos por... bajaron entre... y... También observamos... Podría deberse a... o a... Antes de concluir, necesitamos comprobar...

¿Qué harás para comprobarlo?
Revisar registros, observar el canal o conversar con clientes. Concreta el alcance.

¿Quién lo hará y cuándo revisarán lo encontrado?

DESPUÉS DE INVESTIGAR / AGREGA TU RESPUESTA

¿Qué descubrimos?

¿Qué decisión permite tomar la evidencia?

¿Qué sigue siendo incierto?

Ejemplo ficticio: los retrasos siguen casi iguales y varias personas no encuentran el canal. Probaremos una ubicación visible. Esto no demuestra abandono: falta investigar el uso posterior y sus motivos.