

La gestión de reclamaciones es una inversión

- Coste de adquisición del cliente y coste de retenerlo
- Fidelidad
- El "boca a boca" (positivo o negativo)
- Información sobre cambios en el diseño

El importe de la reclamación puede superar al del precio

Es imposible lograr que todos los clientes estén contentos

- No importa perder unos pocos
- Pero sí conviene mantener el contacto con ellos

Problemas de organización

- Ocultarlos a la dirección sólo servirá para empeorar las cosas
- Gratificaciones vinculadas a reclamaciones