



CST

Customer Support Test

Luisa Fossati y Matteo Ciancaleoni

INFORME INTERPRETATIVO

Nombre:	Carlos Díaz
Código test:	B22LMSX4
Fecha de la prueba:	03/05/2018
Código cliente:	CarlosDiazEjCST

Sexo:	Hombre
--------------	--------

Introducción

El *Customer Support Test (CST)* es un test diseñado para evaluar las habilidades de soporte al cliente en el contexto de *atención al cliente* y en general en todas aquellas situaciones en que es necesario interactuar con clientes que son portadores de necesidades, solicitudes y a veces también problemas que solucionar. El CST es un test de juicio situacional donde los ítems están representados por escenarios realistas que ven la interacción entre clientes y operadores en diferentes contextos. Lo que se requiere es indicar con cuánta probabilidad cada comportamiento indicado podría ser puesto en acto. El test se articula en tres escalas: *Orientación al cliente*, *Eficacia comunicativa* y *Reconocimiento de las necesidades*. Las tres escalas han sido diseñadas para ayudar a entender cuánto la persona logra entrar válidamente en relación con los clientes, comprendiendo a fondo las exigencias y comunicando eficazmente con ellos.

El presente informe está dividido en las siguientes secciones:

1. **Perfil general:** se informan los resultados obtenidos por el individuo tanto en términos numéricos como a través del gráfico de perfil.
2. **Perfil analítico de atención al cliente:** proporciona una descripción de las puntuaciones obtenidas por la persona en el *Customer Support Test*.
3. **Puntos fuertes y áreas a fortalecer:** resalta los aspectos que caracterizan al sujeto como puntos fuertes y las áreas que en cambio deben ser fortalecidas.

Las descripciones y los gráficos presentes en los diferentes secciones del informe hacen referencia a las puntuaciones obtenidas por la persona en el cuestionario, transformadas en puntuaciones estandarizadas para la comparación con el grupo normativo específico de referencia.

Uso del informe

La interpretación y la organización de las intervenciones posteriores a los resultados del CST tienen que ser planificadas y respaldadas por profesionales calificados que conozcan muy bien la metodología de los test y las modalidades de interpretación e intervención. Una falta de competencias en este sentido puede comprometer seriamente el trabajo de evaluación e intervención. Cualquier texto contenido en un informe computadorizado tiene que ser considerado como una de las posibles fuentes de información para confrontar e integrar con otras fuentes - en este caso la entrevista, otros test, otras pruebas y el contexto organizativo de referencia. El contenido del informe es confidencial y debe ser tratado de tal manera, con uso respetuoso de la privacidad de la persona.

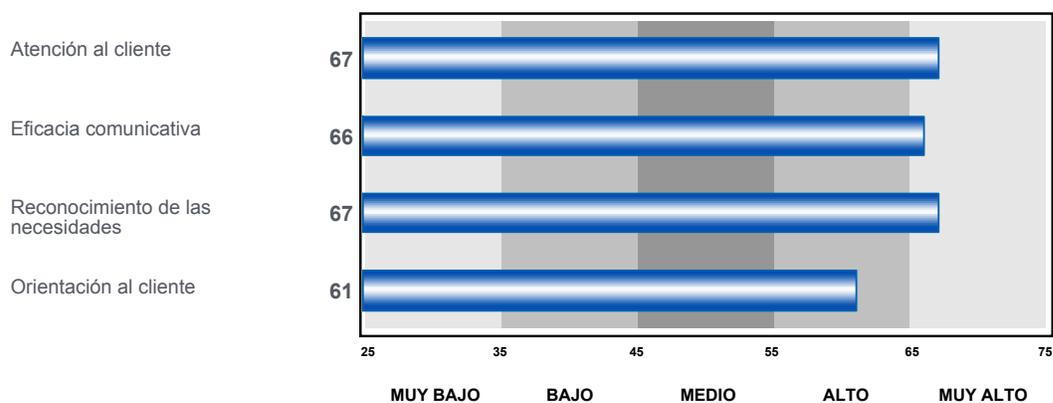
Además es importante tener en cuenta que:

- no existen aspectos "justos" o "incorrectos" en el comportamiento de un individuo: el estilo de cada uno presenta ventajas y desventajas, pero indudablemente ciertos aspectos se adaptan mejor que otros en determinados roles, tareas o actividades;
- los resultados de un test psicométrico como el CST permiten hacer previsiones confiables.

1. Perfil general

	Puntuación bruta	Puntos T
Atención al cliente	156	67
Eficacia comunicativa	48	66
Reconocimiento de las necesidades	36	67
Orientación al cliente	72	61

Puntaje



2. Perfil analítico del soporte al cliente

Eficacia comunicativa

Emerge el perfil de una persona cuya eficacia en el transmitir y en el adquirir informaciones se coloca en un nivel muy elevado. Experiencias emotivas como el enfado y la desaprobación se manejan regularmente de manera eficaz tanto a nivel verbal como no verbal. Se hipotetiza que la capacidad de escucha y de trasmisión de informaciones es adecuada, aunque si en todo caso es importante prestar atención a este aspecto mediante otros métodos de evaluación.

Reconocimiento de las necesidades

La persona pareciera ser decididamente capaz de reconocer las necesidades expresadas y latentes del cliente. Esta capacidad puede estar vinculada a aspectos característicos del sujeto pero también a las dimensiones organizativas. Un contexto organizativo que, por ejemplo, dé la posibilidad de dedicar tiempo a los clientes favorecerá incluso la atención y por lo tanto la interceptación de sus necesidades.

Orientación al cliente

La persona muestra una orientación al cliente alta. Por lo tanto, se trata de un sujeto paciente y capaz de relacionarse con los clientes de manera adecuada, prestando atención a sus peticiones y colocándose frente a ellas de manera flexible.

La persona pareciera por lo tanto capaz de hacerse cargo de las peticiones y los problemas propuestos por los clientes.

3. Puntos fuertes y áreas a fortalecer

En base a las puntuaciones obtenidas, se proporcionan algunas sugerencias para una ulterior profundización y posteriores intervenciones.

Puntos fuertes

Como puntos fuertes la persona presenta:

- Eficacia comunicativa
- Reconocimiento de las necesidades
- Orientación al cliente

Eficacia comunicativa

La eficacia comunicativa es uno de los recursos de la persona. Transmitir y recibir informaciones pareciera ser un su punto fuerte que favorece la eficacia en la relación con el cliente. Esta dimensión puede ser mejor evaluada durante la entrevista, examinando el comportamiento no verbal del sujeto y la modalidad de interacción en general. Incluso las pruebas de grupo pueden favorecer la profundización de estos aspectos para la observación de las modalidades de adquisición y gestión de las informaciones.

Reconocimiento de las necesidades

La persona se caracteriza por ser capaz de reconocer las necesidades expresadas y latentes del cliente. Profundizar este aspecto mediante entrevistas de simulación o a través de una entrevista específica favorecería la autoconcientización del sujeto sobre los propios recursos.

Orientación al cliente

Entre los recursos del individuo se encuentra una elevada orientación al cliente. Este puede ser un aspecto característico de la persona pero también puede depender de un contexto organizativo que favorece la orientación al cliente por parte de aquellos sujetos que se caracterizan de ello. En una entrevista podría ser útil para el sujeto y para la organización para profundizar el significado que asume la predisposición hacia el cliente; una profundización de este género, en efecto, favorece en la persona la autoconcientización y el centrarse en sus propios recursos, mientras que puede ser una ulterior y provechosa fuente de retroalimentación para la organización.

Áreas a fortalecer

La persona no ha obtenido puntuaciones bajas en ninguna escala y por lo tanto ninguna de las escalas representa una área específica a fortalecer. Se aconseja en todo caso evaluar las tendencias de las puntuaciones de las escalas para llevar a cabo eventuales profundizaciones. Las puntuaciones promedio pueden ser en efecto analizadas desde la óptica del fortalecimiento, mientras las puntuaciones altas, para favorecer el autoconcientización del sujeto sobre sus propios recursos.

Matriz de las respuestas

#	R	#	R	#	R	#	R	#	R	#	R	#	R	#	R
1	5	2	6	3	6	4	1	5	6	6	1	7	1	8	6
11	6	12	6	13	1	14	1	15	6	16	6	17	6	18	6
21	1	22	1	23	6	24	6	25	1	26	6	27	1	28	1
31	6	32	6	33	2										