



Departamento de
RISARALDA

Servicio al cliente: ventaja que determina la competitividad de un negocio

Secretaría de Desarrollo Económico y Competitividad

Gobernación de
RISARALDA

Sentimiento de Todos



Un servicio excepcional: El arma secreta

El servicio al cliente no es sólo una ventaja comparativa. En muchos sectores, es la ventaja que determina la competitividad de un negocio. El servicio por su parte, es el nuevo parámetro que utilizan los clientes para juzgar a una empresa.

WILLIAM BAND, Socio en el Área de Prácticas de Gestión Estratégica de Coopers Lybrand Consulting Group, Toronto



Objetivo de la capacitación en servicio al cliente

Sensibilizar a los participantes sobre la necesidad en la excelencia en el servicio como arma competitiva.



Concepto de servicio al cliente

¿Qué es el servicio al cliente?



Conceptos de servicio al cliente

Es la sensación que queda después de una interacción entre el cliente interno y el cliente externo.



El servicio mas que una actividad es una actitud. es la forma de comportarse con el cliente expresada en acciones que ayuden a satisfacer sus necesidades y expectativas para así lograr su fidelidad.

Conceptos de servicio al cliente



El servicio implica mantener a los clientes existentes, atraer nuevos clientes y dejar en todos ellos una impresión de la empresa que les induzca a hacer de nuevo negocios con ella.

Es la orientación que siguen todos los recursos y empleados de una empresa para lograr la satisfacción de los clientes.



Generando rentabilidad con el servicio al cliente

¿Servicio es “vender”?



Generando rentabilidad con el servicio al cliente

El servicio es “vender” puesto que estimula a los clientes a regresar a la empresa o unidad productiva con mayor frecuencia y a comprar más.



Generando rentabilidad con el servicio al cliente

En nuestra sociedad orientada al servicio, la calidad del mismo ha llegado a ser, para el éxito de las empresas, más importante que la calidad del producto.

Empresas con excelente servicio = Ventaja comparativa poderosa



Generando rentabilidad con el servicio al cliente

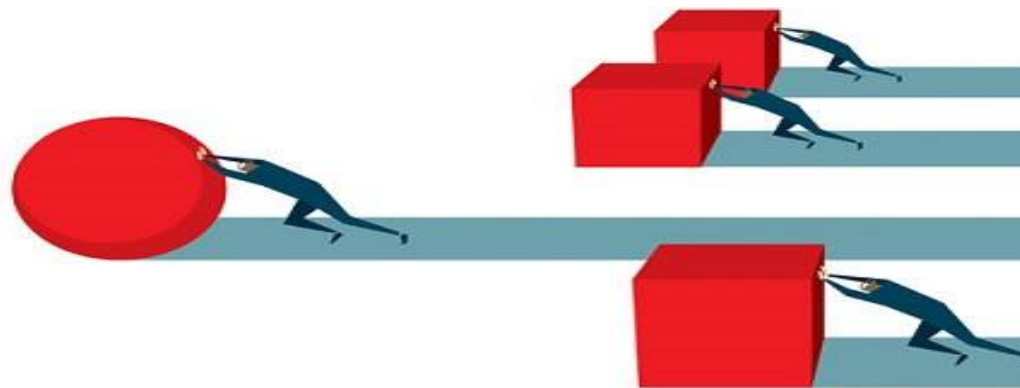
Para lograr que el servicio excelente se convierta en una realidad, la empresa debe satisfacer las siguientes condiciones:

- ✓ Compromiso por parte de la dirección.
- ✓ Recursos adecuados.
- ✓ Mejoras visibles del servicio.
- ✓ Capacitación.
- ✓ Compromiso de todos los empleados.



La ventaja competitiva

La única diferencia que pueden percibir los clientes, en muchos productos y servicios, es la diferencia distintiva en la calidad de sus servicios.



Ventaja competitiva = sentimiento de amistad y confianza hacia una organización, sus productos o servicios.

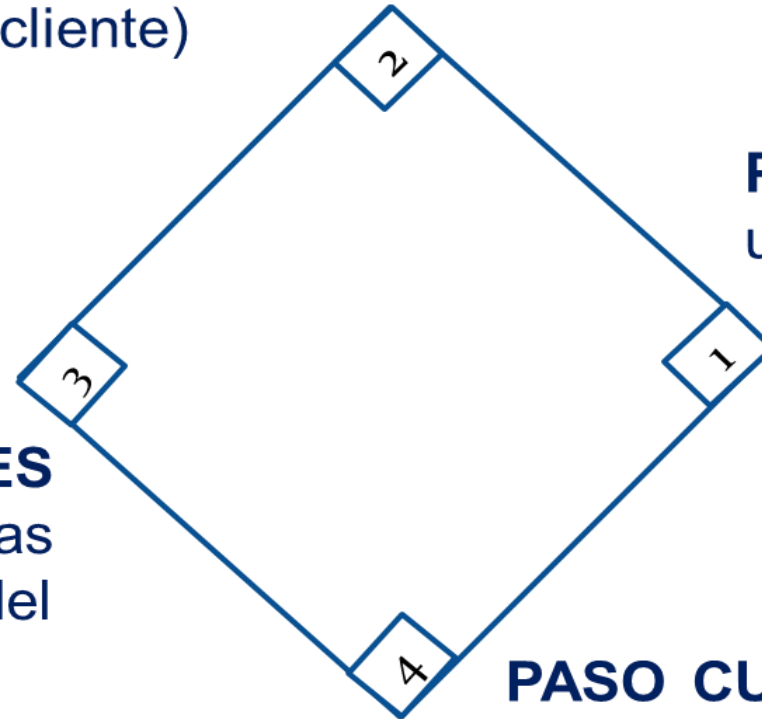
Calidad en el servicio

- ✓ El trato con los clientes es como jugar beisbol a veces se hace todo bien y no se gana.
- ✓ Pero su promedio de carreras o fidelización de los clientes aumentará cuando se cubran bien las bases.
- ✓ Cuando los clientes regresan porque se les ha tratado bien usted sabe que ha hecho una anotación.

! ES SU TURNO AL BATE!

Calidad en el servicio: requiere cubrir todas las bases

PASO DOS (Identifique las necesidades del cliente)



PASO UNO Transmita una actitud positiva

PASO TRES (Ocuparse de las necesidades del cliente)

PASO CUATRO (Asegurar que sus clientes regresen)

Paso # 1: Transmite una actitud positiva hacia los demás

- Que es la actitud? Es un estado mental influido por sentimientos, tendencias del pensamiento y de la acción.

La actitud que usted transmite es por lo general la actitud que recibe

- Un gran numero de empleados fracasan por su actitud. Si usted no llega a primera base con sus clientes:

¡El juego termina antes de haber empezado!

Paso # 1: Transmite una actitud positiva hacia los demás

A través de:

- Su apariencia.
- Su lenguaje corporal.
- El sonido de su voz.
- Al usar el teléfono.



Reflejar una actitud positiva en el trabajo no es mas que disfrutarlo y permitir que sus acciones y palabras transmitan esta alegría a sus clientes jefes y compañeros.

Paso # 1: Transmite una actitud positiva hacia los demás

✓ SU APARIENCIA



Nunca tendrá una segunda oportunidad de dar una primera impresión positiva.

Paso # 1: Transmite una actitud positiva hacia los demás

✓ LENGUAJE CORPORAL

¿Sabía usted que el lenguaje corporal representa más de la mitad del mensaje que usted comunica?

Respóndase internamente:

- ¿Mantiene su cabeza en alto?
- ¿Sus brazos se mueven en forma natural y con sencillez?
- ¿Sus músculos faciales están relajados y bajo control?
- ¿Le parece fácil mantener una sonrisa natural?

Paso # 1: Transmite una actitud positiva hacia los demás

Respóndase internamente:

- ¿Su movimiento corporal es controlado, ni forzado ni demasiado informal?
- ¿Le resulta difícil sostener una mirada con la gente con la que esta hablando?



Paso # 1: Transmite una actitud positiva hacia los demás

✓ EL SONIDO DE SU VOZ, TONO

Su tono de voz o la manera en que dice algo es a menudo mas importante que las palabras que usa.

- **Tono cálido:** amabilidad y empatía: sonrisa.



Paso # 1: Transmite una actitud positiva hacia los demás

- **Tono persuasivo:** entusiasta y convincente.



- **Tono sugestivo:** caracteriza y expone. Debe reflejar una actitud dirigida a la sugerencia o al consejo.



Paso # 1: Transmite una actitud positiva hacia los demás

- **Tono seguro:** directo, serio.

Debe reflejar una actitud de profesionalismo y seriedad.



Paso # 1: Transmite una actitud positiva hacia los demás

▪ USAR EL TELEFONO

Cuando usted esta hablando por teléfono con un cliente usted es el único representante de su empresa.

En otras palabras:

¡USTED ES LA EMPRESA!



Paso # 2: Identificar las necesidades del cliente

- ✓ Saber escuchar
- ✓ Sensibilidad
- ✓ Empatía



Paso # 2: Identificar las necesidades del cliente

✓ Saber escuchar (mandamientos)

- Deje de hablar.
- Haga que su interlocutor se sienta en confianza.
- Demuéstrele que usted esta escuchando.



Paso # 2: Identificar las necesidades del cliente

✓ Saber escuchar (mandamientos)

- Quitar las distracciones.
- Lograr empatía con los hablantes.
- Sea paciente.
- Controle el temperamento.



Paso # 2: Identificar las necesidades del cliente

✓ Saber escuchar (mandamientos)

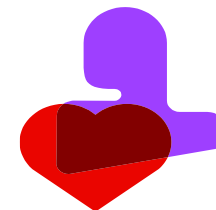
- No iniciar discusiones ni críticas.
- Hacer preguntas.
- Dejar de hablar.



Paso # 2: Identificar las necesidades del cliente

▪ Necesidades básicas

- Necesidad de ser comprendido, ayudado.
- Necesidad de ser bien recibido.
- Necesidad de sentirse importante.
- Necesidad de comodidad.

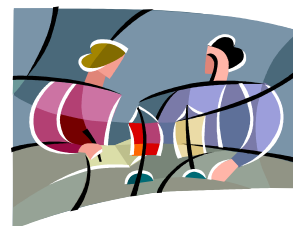


Paso # 3: Ocuparse de las necesidades del cliente

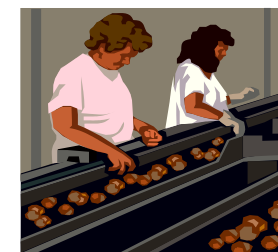
✓ El ciclo del servicio.



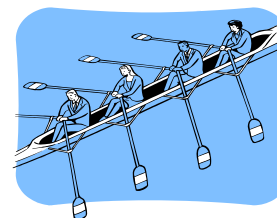
✓ Comunicación asertiva.



✓ Cliente interno.



✓ Trabajo en equipo.



Paso # 3: Ocuparse de las necesidades del cliente

✓ El ciclo del servicio

Cadena de acontecimientos por la que debe atravesar el cliente



Paso # 3: Ocuparse de las necesidades del cliente

✓ *Los momentos de verdad*

Son las ocasiones en las que un consumidor interactúa con una marca, producto o servicio. Su objetivo es formar o cambiar la opinión de las personas a través de estrategias que satisfagan las expectativas de cada circunstancia.



Paso # 3: Ocuparse de las necesidades del cliente

✓ Comunicación asertiva

La asertividad es un comportamiento comunicacional en el cual la persona no agrade ni se somete a la voluntad de otras personas, sino que manifiesta sus convicciones y defiende sus derechos.

Este tipo de comunicación permite una aproximación al cliente, a través de una forma abierta de comunicarse, sin olvidar la dirección que se lleva de acuerdo con el contexto del cliente y la situación.



Paso # 3: Ocuparse de las necesidades del cliente

✓ Cliente interno

Puede definirse como un miembro, departamento o servicio de la propia organización que espera que otro miembro de la misma organización proporcione productos o servicios que a su vez se utilizan para crear un entregable para el «cliente externo».



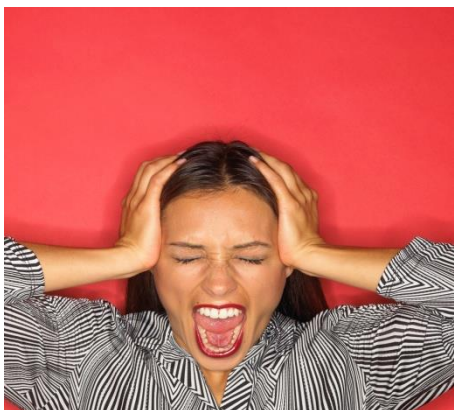
Paso # 3: Ocuparse de las necesidades del cliente

✓ Trabajo en equipo



Paso # 4: Asegurarse que sus clientes regresen

- **A: Manejo de quejas**



- **B: Dando ese paso extra**
(Servicio de excelencia)



Paso # 4: Asegurarse que sus clientes regresen

- **A: Manejo de quejas**

¡Una queja es un regalo!

¡No es una injusticia, una disculpa para no pagar!

¡Las quejas son una oportunidad!

Paso # 4: Asegurarse que sus clientes regresen

A: Manejo de quejas

- Solo el 4% de los clientes insatisfechos se quejan, el otro 96% se alejan silenciosamente, y el 91% de ese 96% nunca regresan.
- Las empresas dejan pasar mas del 90% de las quejas sin resolver
- Por cada queja escuchada hay 24 que no llegan a saberse.

Paso # 4: Asegurarse que sus clientes regresen

A: Manejo de quejas

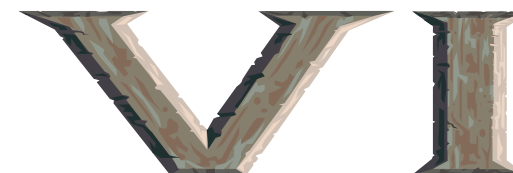
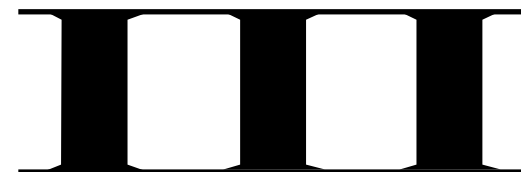
- De cada 20 quejas de clientes insatisfechos por lo menos 4 son graves.
- Un cliente insatisfecho en promedio comenta su experiencia negativa a 8 ó 10 personas



Paso # 4: Asegurarse que sus clientes regresen

A: Manejo de quejas

- Una buena experiencia de servicio solo será referida a 3 personas en promedio.
- Una organización invierte en promedio seis veces mas en traer nuevos clientes que en mantener los que ya tiene



Paso # 4: Asegurarse que sus clientes regresen

B: Dando ese paso extra

(Servicio de excelencia)

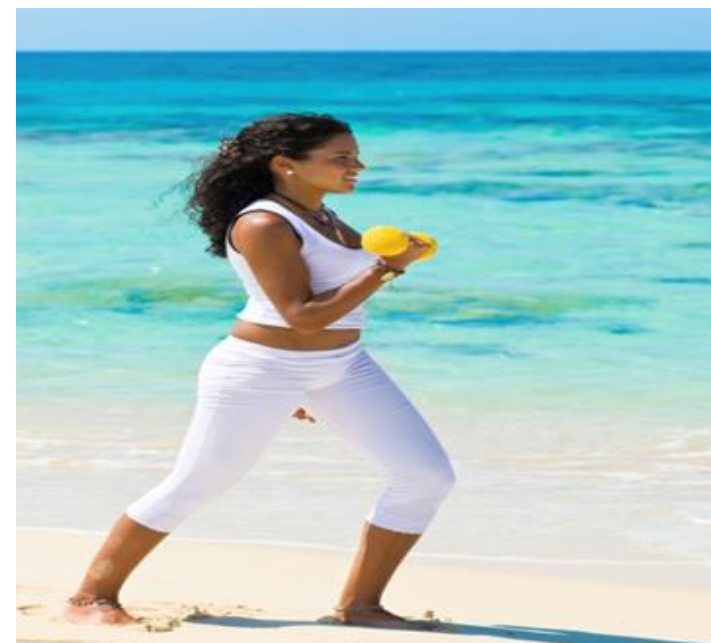
Exceder la satisfacción esperada, es sorprender al cliente.



Ser competitivo

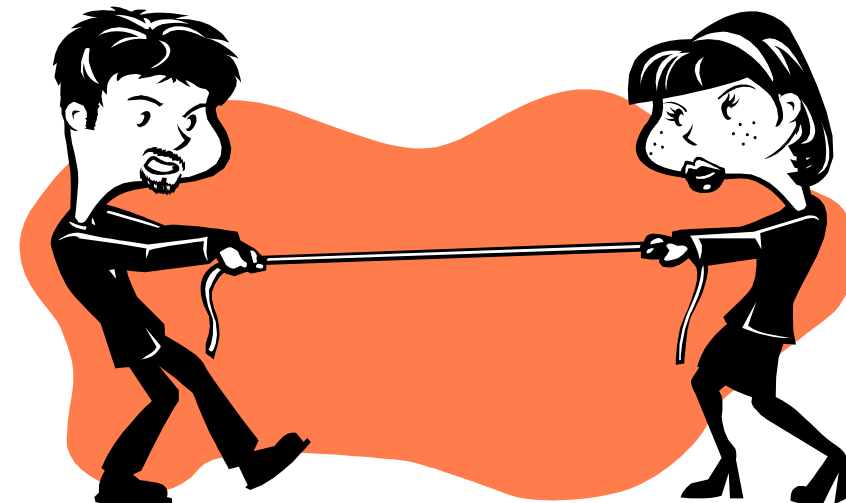
✓ De forma

Esta constituido por todos aquellos elementos propios del desempeño que contribuyen a mejorar la atención al cliente o sea:



Ser competitivo

- Se pretende mejorar la atención por obligación de su gestión
- Se esfuerza en ser ágil
- Cultiva las buenas maneras
- Cumple con los requisitos de su gestión



Ser competitivo

✓ *De Fondo*

Esta constituido por todos aquellos elementos que representan valor en el desempeño y que supera los limites del cumplimiento de sus obligaciones con el cliente. se origina con empleados que piensan y deciden en el momento oportuno para el cliente



Encuesta de satisfacción



**A un clic
de distancia**

Haz parte de la base de datos de la
Secretaría de Desarrollo Económico
y Competitividad de Risaralda.

Scan Me

RISARALDA | SECRETARÍA DE
DESARROLLO ECONÓMICO
Y COMPETITIVIDAD

Sentimiento de Todos

The image shows a promotional graphic for a survey. It features a large QR code in the center. To the left of the QR code are three right-pointing chevrons. To the right are three upward-pointing chevrons. Below the QR code is a smartphone icon and a black button with the text 'Scan Me'. The top right corner of the graphic has a logo consisting of three slanted bars and the word '00000'. The bottom left corner has a similar logo. The bottom center contains the text 'RISARALDA' next to a small crest, followed by 'SECRETARÍA DE DESARROLLO ECONÓMICO Y COMPETITIVIDAD' and 'Sentimiento de Todos' in a yellow box.



Gracias

Secretaría de Desarrollo Económico y Competitividad

Gobernación de
RISARALDA
Sentimiento de Todos