

# **CLIMA LABORAL**

# CLIMA ORGANIZACIONAL

- 1 ¿Qué es clima laboral?
- 2 ¿Quiénes intervienen en el clima laboral?
- 3 ¿Cuál es tu responsabilidad?
- 4 ¿Qué es trabajo en equipo?
- 5 ¿Cuál es la importancia del trabajo que estás realizando?

# CLIMA ORGANIZACIONAL:

Es la percepción individual que tienen cada uno de los integrantes acerca de las características o cualidades de su organización.



# IMPORTANCIA DE CONOCER LA CULTURA ORGANIZACIONAL:

- Detectar problemas dentro de la organización
- Integrar al personal bajo los objetivos que persigue la organización (bajo la misión que tiene esa organización)
- Poder formar equipos de trabajo dentro de la organización, que puedan interrelacionarse y hacer mas fácil el trabajo.

# RECOMENDACIONES

1. Estar a gusto con lo que hago. Ej: delantal
2. ¿Tengo la vocación?
3. Reconocer la autoridad.
4. Respetar el conducto regular.
5. Ser conscientes de la importancia de nuestro trabajo – Primer momento de verdad (Saludo, amabilidad).

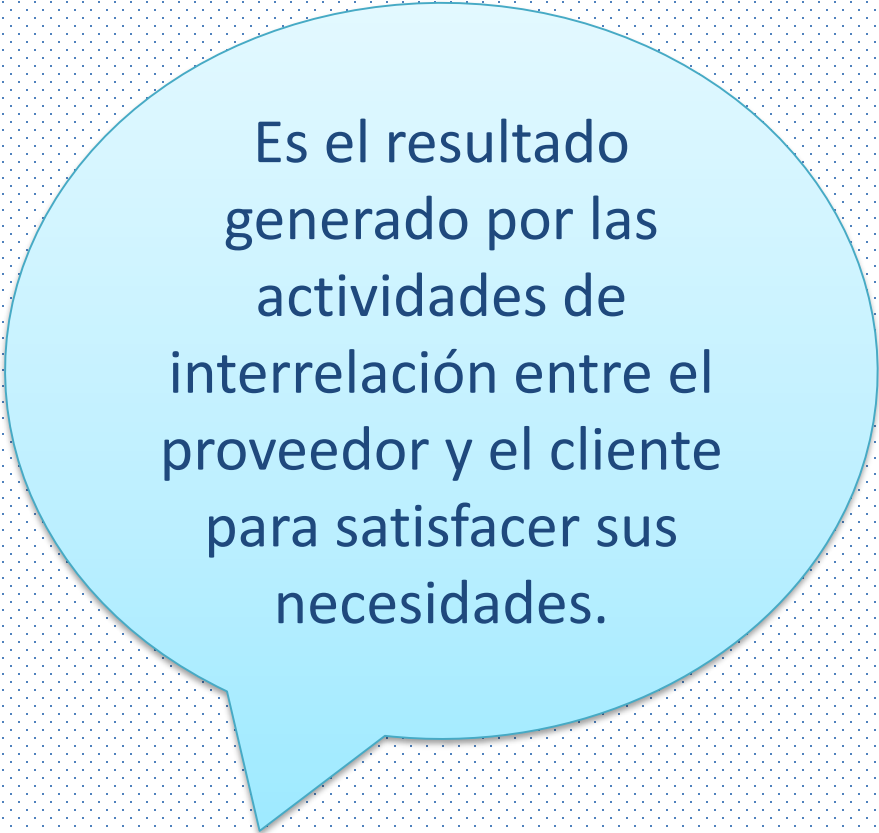
Ej. Barco

# SERVICIO AL CLIENTE

VIDEO LACARRETA, TRABAJO EN EQUIPO

[https://www.youtube.com/watch?v=pidhWGD-m\\_A](https://www.youtube.com/watch?v=pidhWGD-m_A)

# ¿QUE ES EL SERVICIO AL CLIENTE



Es el resultado generado por las actividades de interrelación entre el proveedor y el cliente para satisfacer sus necesidades.

# ¿QUE ES EL SERVICIO AL CLIENTE

El servicio son actividades intangibles , que son el objeto principal de una transacción, ideada para brindar a los clientes satisfacción de deseos y necesidades.

**EL PRODUCTO ES TANGIBLE, EL SERVICIO ES INTANGIBLE.**



**¡EL SERVICIO DEBE SER UNA  
EXPERIENCIA MEMORABLE!**



Que siempre  
recuerde y les  
genere el deseo de  
volver y transmitir  
su experiencia.

# ¿QUE ES EL SERVICIO AL CLIENTE

Las persona ya no compran  
productos y servicios, si no  
***EXPERIENCIAS.***

# PRESTACIÓN DEL SERVICIO

Son todas las actividades desempeñadas por el proveedor que involucra.....

Personal

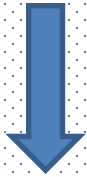
Instalaciones



Para suministrar un servicio

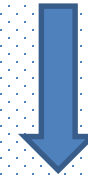
# CARACTERISTICAS DEL SERVICIO

**INTANGIBLE**



**IRREPARABLE**

**HETEROGENEO**



**NO DA ESPERA**

# CARACTERISTICAS DEL SERVICIO

**INTANGIBLE**



El servicio no se puede tocar, ver, oler o saborear, sin embargo se puede sentir o percibir

# CARACTERISTICAS DEL SERVICIO

**HETEROGENEO**



Los servicios tienden a estar menos estandarizados y uniformados que los productos. Resulta difícil alcanzar la consistencia y homogeneidad en los servicios.

# CARACTERISTICAS DEL SERVICIO

**IRREPARABLE**

No es posible devolverse en el servicio para repararlo cuando existió en el un error, tal como se hace con un producto físico cuando hay una garantía.

Por tanto se debe garantizar su calidad de antemano a través de capacitación y entrenamiento.

# CARACTERISTICAS DEL SERVICIO

## NO DA ESPERA

No es posible dilatar la prestación de un servicio para ofrecerlo después.



El cliente luego de esperar mucho tiempo por el servicio, ya no muestra interés , o simplemente busca otra opción para satisfacer su necesidad.



***LOS MOMENTOS DE  
VERDAD***

## MOMENTOS DE VERDAD

Un momento de verdad es un episodio en el cual el cliente entra en contacto con cualquier aspecto de la organización y tiene una **impresión** sobre la calidad de su servicio.

# MOMENTOS DE VERDAD

**El momento de verdad o momento de decisión.....**



Es el átomo básico del servicio, y es la unidad indivisible más pequeña del valor entregado al cliente.

# MOMENTOS DE VERDAD

No implica necesariamente contacto humano



El cliente o usuario experimenta un momento de verdad desde que se acerca a las instalaciones de la organización.

# MOMENTOS DE VERDAD

Un momento de verdad no es positivo  
ni negativo en sí.....



Lo que cuenta es  
el resultado del  
momento de  
verdad!

# MOMENTOS DE VERDAD

Van desde.....

Su primer contacto con la entidad, ya sea a través del teléfono, un folleto u otro tipo de información

Hasta.....

Finalizar el proceso total de la utilización de los servicios.

## MOMENTOS DE VERDAD

Cada empleado que atiende al cliente crea en él una impresión; por eso cada momento de verdad es una prueba para el servicio que está ofreciendo.

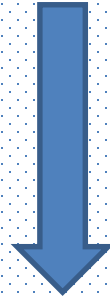
# MOMENTOS DE VERDAD

## Ejemplos.....

- Un visitante llega a una sala de espera que esta sucia.
- El teléfono suena 15 veces antes de ser contestado.
- Un cliente no encuentra un lugar de parqueo.
- Un cliente espera más de una hora para registrar los procedimientos de egreso.
- Un cliente recibe la cuenta.



# MOMENTOS DE VERDAD

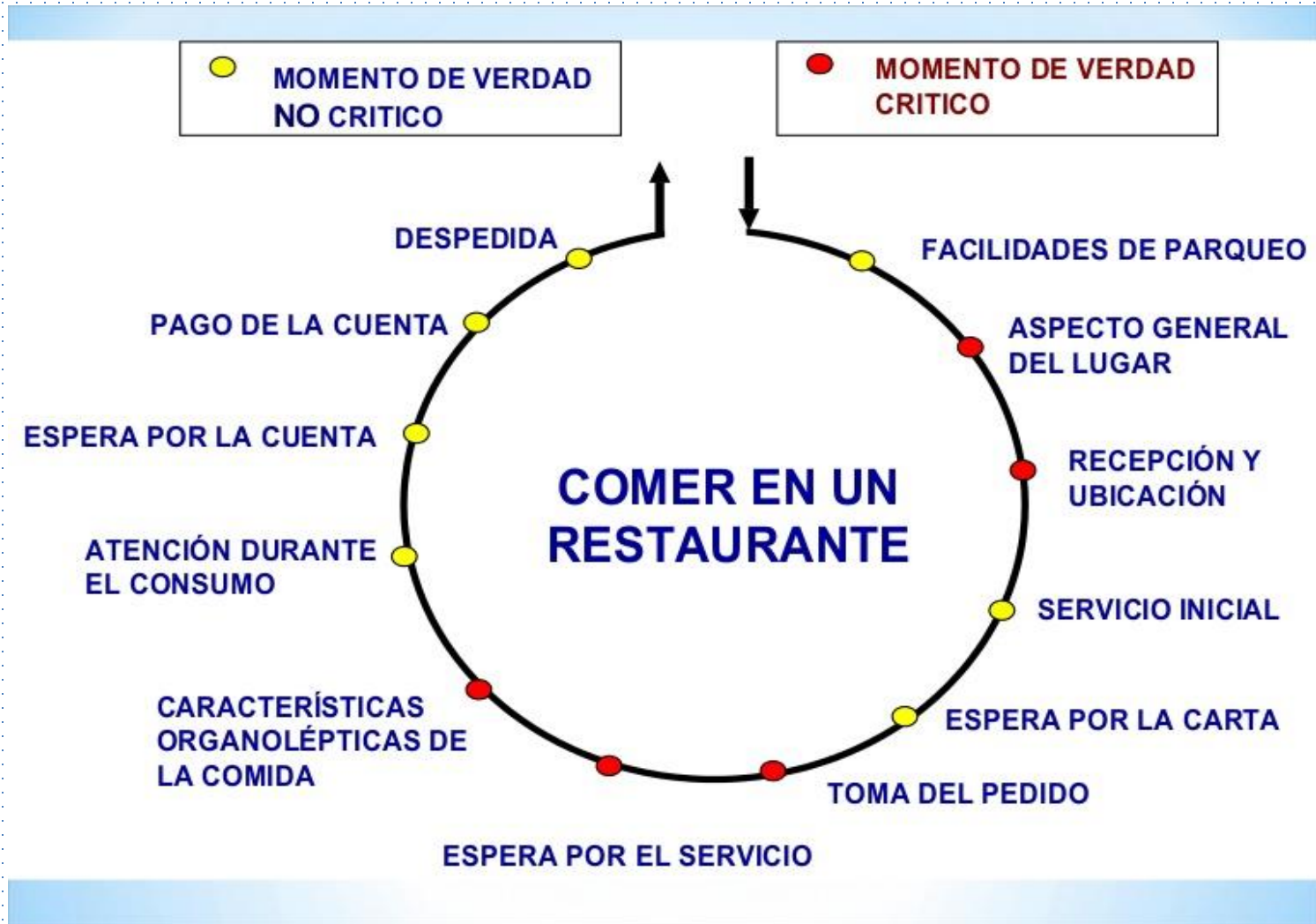


Los empleados son gerentes a cada momento porque están manejando momentos de verdad.

# CICLO DE SERVICIO

El ciclo de servicio es el conjunto de actividades que el cliente debe atravesar para adquirir un producto o servicio

# CICLO DE SERVICIO



# TIPOS DE SERVICIO AL CLIENTE



IMAGEN:

<https://www.google.com/url?sa=i&source=images&cd=&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwjFupn216XfAhUSzlkKHao2AmwQjRx6BAgBEAU&url=https%3A%2F%2Fwww.informabtl.com%2Fpara-que-sirve-el-servicio-al->

# TIPOS DE SERVICIO AL CLIENTE

**Soporte**

**Marketing**

**Soporte técnico**

**Análisis de clientes**

**Atención presencial**

**Atención telefónica**

**Atención virtual**

# TIPOS DE SERVICIO AL CLIENTE

**Soporte**



## Incluyen:

- La resolución de consultas de facturación.
- La toma de pedidos.
- La activación de cuentas
- El registro de nuevos clientes.
- La grabación de reclamos.

# TIPOS DE SERVICIO AL CLIENTE

**Marketing**



- El envío de correos electrónicos.
- Telemarketing y encuestas respondiendo a los correos electrónicos entrantes y a la gestión de las campañas de marketing.

Las tareas de marketing que se llevan a cabo a través de un centro de contacto **incluyen**



# TIPOS DE SERVICIO AL CLIENTE

## Soporte técnico



Los clientes solicitan diferentes servicios de soporte técnico tales como:



- Verificación de datos
- Soporte de aplicaciones
- Actualizaciones de direcciones
- Resolución de problemas a través del servicio de asistencia técnica.



# TIPOS DE SERVICIO AL CLIENTE

**Análisis de clientes**



**Análisis de clientes,  
incluye:**

- Análisis de rentabilidad
- Auditoría de calidad
- Informes y análisis de reclamos.

# TIPOS DE SERVICIO AL CLIENTE

## Atención presencial



En este caso, se produce un encuentro físico con el cliente, sin las barreras ni interferencias que ocasionan el trato telefónico o a través de otras vías, como el correo electrónico.

Se da contacto visual y el lenguaje no verbal juega un papel muy importante.

# TIPOS DE SERVICIO AL CLIENTE

**Atención telefónica**



Atención al cliente exige que se cumplan una serie de normas no escritas si usted desea lograr su plena satisfacción



El hecho que no podamos observar las posibles reacciones del interlocutor hace que tengamos que poner más esfuerzos y **demostrar una actitud diferente a la presencial.**

# TIPOS DE SERVICIO AL CLIENTE

**Atención virtual**



Es la entrada de las nuevas tecnologías y el auge del comercio electrónico, se está imponiendo una vía alternativa para efectuar las compras, ya sea por correo electrónico o a través de la misma web donde se ofrecen los productos.

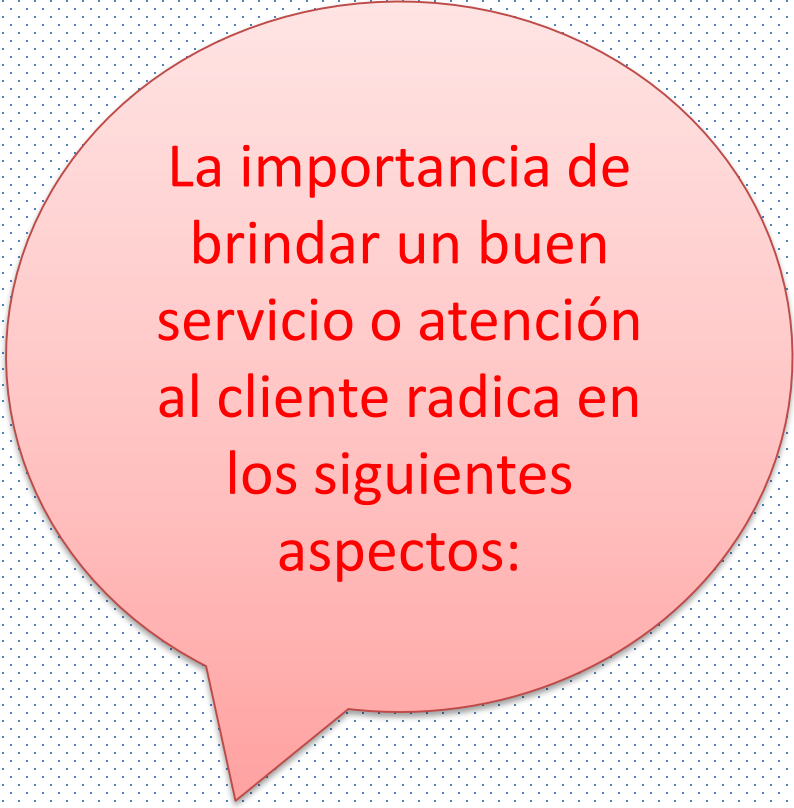
## Atención virtual



El cliente en este caso valora la atención recibida por otros parámetros, como:

- El correcto funcionamiento de la página
- El sistema de pago y de entrega,
- La premura en la respuesta ante dudas vía correo electrónico, entre otros.

***ASPECTOS QUE INFLUYEN EN  
EL SERVICIO AL CLIENTE***



La importancia de  
brindar un buen  
servicio o atención  
al cliente radica en  
los siguientes  
aspectos:

## La competencia....

Es cada vez mayor, los productos ofertados son cada vez mayores y más variados, por lo que se hace necesario ofrecer ***un valor agregado.***



**Las empresas u organizaciones.....**



**Se van  
equiparando  
en....**



**Calidad**



**Precio**

**Por lo que se hace necesario.....**

**Buscar una diferenciación**

## **Los clientes son cada vez más exigentes.....**

Ya no sólo buscan precio y calidad, sino también, una buena atención, un ambiente agradable, comodidad, un trato personalizado, un servicio rápido.

## EL VOZ A VOZ:

Si un cliente queda insatisfecho por el servicio o la atención, es muy probable que hable mal de uno y cuente de su mala experiencia a otros consumidores.

## EL VOZ A VOZ:

Si un cliente recibe un buen servicio o atención, es muy probable que vuelva a adquirir nuestros productos o que vuelvan a visitarnos.

## EL VOZ A VOZ:

Si un cliente recibe un buen servicio o atención, es muy probable que nos recomiende con otros consumidores.

***LA APTITUD Y LA  
ACTITUD EN EL SERVICIO***

**APTITUD**



**ACTITUD**

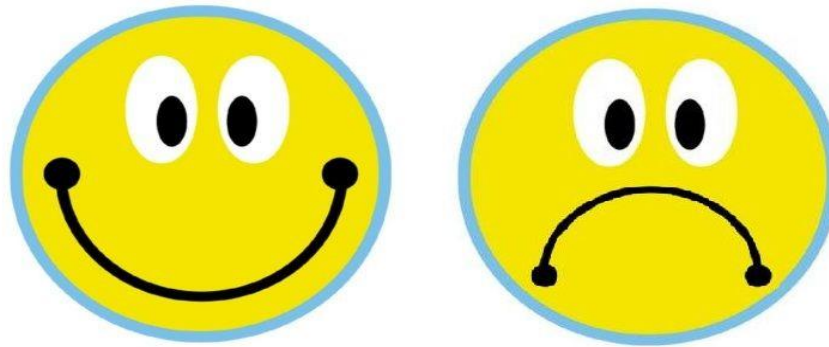




**VIDEO: COMO DESARROLLAR UNA ACTITUD DE SERVICIO**

[https://www.youtube.com/watch?v=jVfM\\_NNRH2Q](https://www.youtube.com/watch?v=jVfM_NNRH2Q)

# EL LENGUAJE NO VERBAL EN EL SERVICIO AL CLIENTE



# EL LENGUAJE NO VERBAL

Para una comunicación efectiva con un cliente, no sólo se necesitan buenos argumentos.....



Gestos y emociones, aportan significativamente al éxito de la atención.

# EL LENGUAJE NO VERBAL

Comunicar no sólo es llegar con las palabras a otras personas, lo es también la **apariencia y el estado emocional.**

# EL LENGUAJE NO VERBAL

El sentido a las palabras lo dan los gestos, la emotividad y los movimientos del cuerpo.



IMAGEN:

<https://www.google.com/url?sa=i&source=images&cd=&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwjV7IOFwKjfAhUoo1kKHVbtABkQjRx6BAgBEAU&url=https%3A%2F%2Fapp.emaze.com>

# EL LENGUAJE NO VERBAL

## consejos importantes.....

**"La comunicación no verbal" ....**



Consta de expresiones faciales, en las cuales se deben cuidar el estado de ánimo, ya que estas reflejan las emociones

El cliente se tiene que recibir con una sonrisa como gesto de amabilidad, que lo haga sentir cómodo y bienvenido.

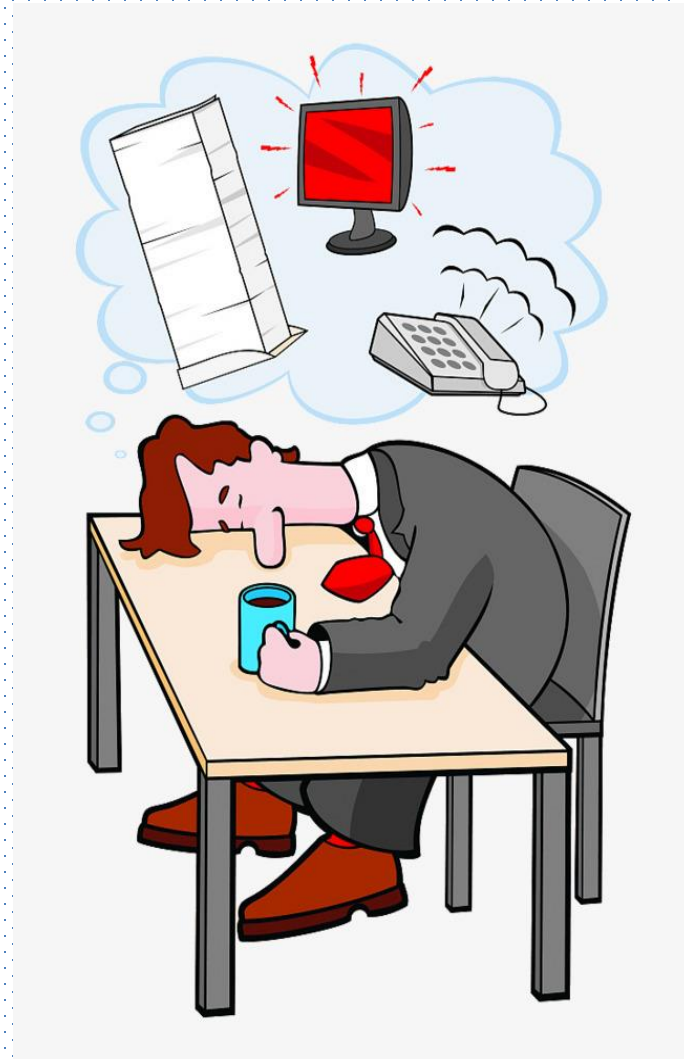
## Los gestos



Deben concordar con lo que se dice, pues estos expresan acuerdo o desacuerdo, además de ser señal de interés y credibilidad ante el cliente

El cliente también debe ser escuchado y realimentar la comunicación con señales de comprensión con movimientos de la cabeza.

El cliente puede notar el cansancio y la negatividad, a través de la postura que se tenga





# EL LENGUAJE NO VERBAL

La imagen personal también cuenta, se debe mantener el aseo personal, el cuidado en las prendas de vestir



La apariencia es la que da una primera impresión y demuestra respeto para con el cliente.



© Can Stock Photo - csp28517396

IMAGEN:

<https://www.google.com/url?sa=i&source=images&cd=&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwiKhuH0jarfAhXDk1kKHaj8AY0QjRx6BAgBEAU&url=https%3A%2F%2Fwww.canstockphoto.com>

# EL LENGUAJE NO VERBAL

## Contacto físico

Debe ser llevada a cabo con movimientos armoniosos, ágiles y delicados

Es muy útil para guiar al cliente en la búsqueda y señalarle los productos.

**Contacto físico**



Es importante  
no invadir el  
espacio  
personal del  
cliente....

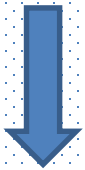
**Proxémica**



Manejar la distancia según la  
situación que se esté llevando a  
cabo.

# EL LENGUAJE NO VERBAL

## Paralenguaje



Se refiere a la enfatización en las palabras y tono de la voz.

Se debe mantener un buen volumen de voz, que sea agradable y amistoso, pues los gritos y el ruido harán que el cliente se quiera ir rápido

# EL LENGUAJE NO VERBAL

## La mirada

Una mirada expresa emociones y en ella se encuentra la participación de las seis emociones básicas.....

# EL LENGUAJE NO VERBAL

**La mirada**

Alegría

Tristeza

Sorpresa

Ira

Asco

Miedo

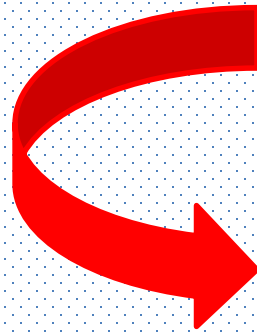
# EL LENGUAJE NO VERBAL

## La mirada

Si la mirada cambia es señal de que la persona está cambiando de emoción, y cuando esto pasa puede ser por disgusto o desacuerdo

# EL LENGUAJE NO VERBAL

**La mirada**



Establecer contacto visual con la persona que entra para demostrarle que la hemos visto, que nos importa, ¡que existe!



# EL LENGUAJE NO VERBAL

**La mirada**



Si seguimos con una tarea en el computador o hablando por el teléfono o leyendo una revista , es lo mismo que ignorarla.

# EL LENGUAJE NO VERBAL

**Sonreír**



La sonrisa es el gesto de la amabilidad por excelencia. Sin sonrisa no hay bienvenida.

# TIPS GENERALES EN EL LENGUAJE NO VERBAL

- Escuchar atentamente, asintiendo en señal de escucha y comprensión.
- Levantarse de la silla para mostrar el producto o guiar al consumidor en su búsqueda (en los establecimientos en que sea necesario)
- Manejar de forma ágil y delicada el producto que se muestra.
- Mantener una posición del cuerpo elegante y positiva, no cansada o de desgano.

# EL LENGUAJE NO VERBAL

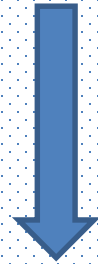


IMAGEN:

<https://www.google.com/url?sa=i&source=images&cd=&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwim3du9o6rfAhVNmVkkHfhoBwAQjRx6BAGBEAU&url=http%3A%2F%2Frevistacomunicacion.com>

**¿QUIEN ES EL CLIENTE?**

**CLIENTE**



Es “toda persona que busca productos y/o servicios para satisfacer totalmente sus necesidades, expectativas, deseos, apetencias”.

## TIPOS DE CLIENTES



Cliente  
interno

Cliente  
externo o  
cliente final

## TIPOS DE CLIENTES

Cliente interno



Es quien recibe un producto o servicio, dentro de una organización, suministrados por la misma organización. Puede ser una persona u organización.



## TIPOS DE CLIENTES

Cliente externo o  
cliente final



Es una persona u organización, con necesidades, deseos, capacidad de pago y voluntad de gasto y al que se busca satisfacer con una propuesta de valor ofrecida.

# ¿CÓMO HA CAMBIADO EL CLIENTE?

**ANTES**

- Los clientes eran leales a las marcas
- Se pagaba de contado
- Respetaban la tradición
- Mas desinformados
- Esperaban que les vendieran

# ¿CÓMO HA CAMBIADO EL CLIENTE?

**HOY**

- Son sensibles a los cambios del mercado
- Buscan alternativas de pago
- No se rigen por la tradición
- Están sobre informados
- Compran soluciones en vez de productos

# ¿QUÉ ESPERA EL CLIENTE DEL SERVICIO?



## ¿QUÉ ESPERA EL CLIENTE DEL SERVICIO?

- Que lo reconozcan y lo traten como persona
- Que vean que es distinto a las demás personas



**“QUIERE SENTIRSE ÚNICO  
EN ESE LUGAR”**

## ¿QUÉ ESPERA EL CLIENTE DEL SERVICIO?

- Que se le respete y valore
  - Que se pueda hablar y hablen con él
    - Que se le comprenda
- Que se le responda
- Que se le cumpla con lo prometido



## Que no le gusta.....

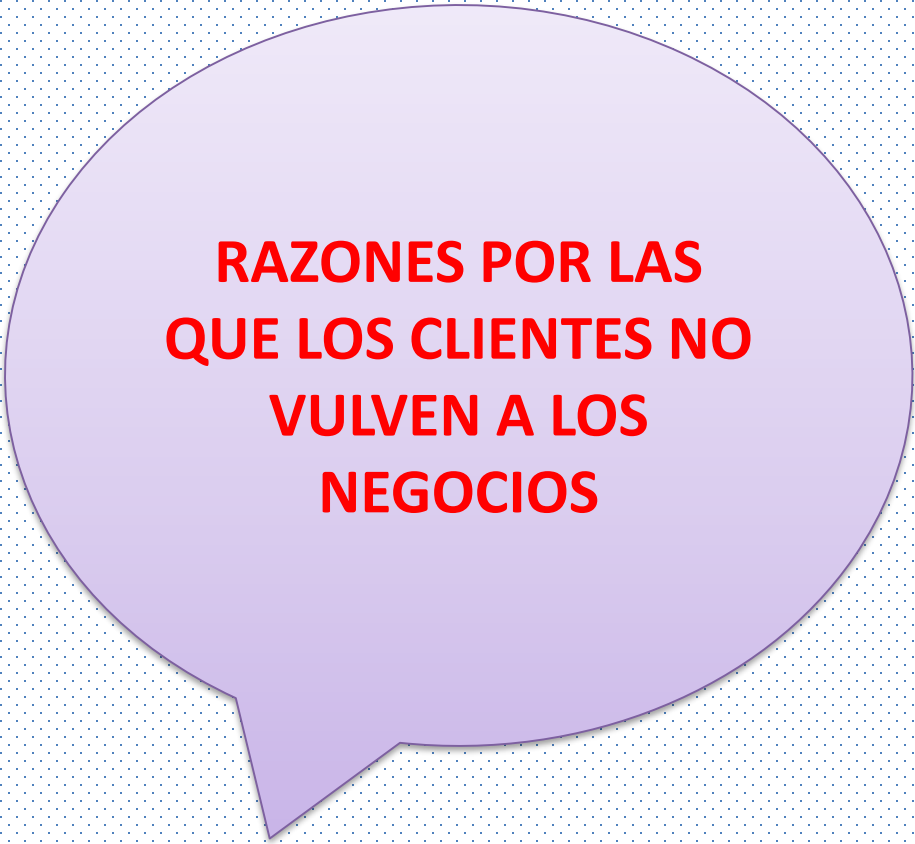
- Hablar con desconocidos y hablar con máquinas
  - Que lo atiendan mal.
  - Que no le solucionen sus inquietudes y requerimientos.
  - Que no se le informe acerca de lo que le interesa.

## Que no le gusta.....

- Tiempos excesivos para que se le atienda y que no se le respeten turnos.
- Que tenga que superar muchos obstáculos para poder obtener lo que quiere.







**RAZONES POR LAS  
QUE LOS CLIENTES NO  
VULVEN A LOS  
NEGOCIOS**

# RAZONES POR LAS QUE LOS CLIENTES NO VULVEN A LOS NEGOCIOS

1. A los clientes les disgustan los empleados que no atiendan con verdadera:

Amabilidad, cortesía y conocimiento exacto de los productos y servicios que comercializan

# RAZONES POR LAS QUE LOS CLIENTES NO VULVEN A LOS NEGOCIOS

2. A los clientes no les gustan los empleados indiferentes, fríos o irreverentes.



## RAZONES POR LAS QUE LOS CLIENTES NO VULVEN A LOS NEGOCIOS

3. A los clientes les disgustan los empleados que discuten y que por sobre todas las cosas tratan de imponer su criterio y su producto.

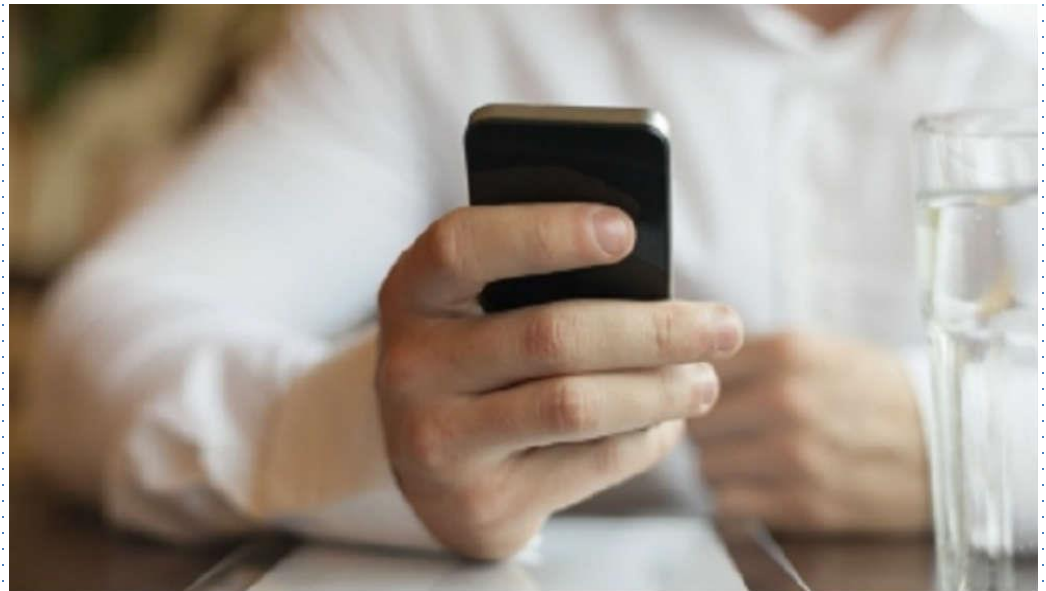
# RAZONES POR LAS QUE LOS CLIENTES NO VULVEN A LOS NEGOCIOS

4. A los clientes no les gustan los empleados mal presentados.



## RAZONES POR LAS QUE LOS CLIENTES NO VULVEN A LOS NEGOCIOS

5. A los clientes no les gusta que los empleados estén distraídos, que estén conversando entre ellos.



## Lo que no le interesa.....



- Que los empleados tengan exceso de trabajo.
- Que le den excusas técnicas que no entienden.
- Que sea escaso el inventario de productos.

## Lo que no le interesa.....

- Que usted tenga problemas personales.
- Que el sistema esté caído.
- Que cambien los procesos internos.
  - Que no se tengan aprobaciones previas en procesos y por personas internas que no le interesan ni quiere saber de ellas.



VIDEO: <https://www.youtube.com/watch?v=hixQG0y7nul>

# TIPOS DE CLIENTES



# TIPOS DE CLIENTES

- Clientes exigentes
- Clientes apurados
- Clientes indiferentes
- Clientes pacientes
- Clientes pasivos
- Clientes explosivos
- Clientes prepotentes o «quisquillosos»

- Cliente activo
- Cliente innovador
- Cliente conservador
- Cliente fiel
- Cliente no fiel

**Cliente activo**

Busca ahorrar  
tiempo y tener  
control total  
sobre la  
prestación del  
servicio.

**Cliente pasivo**

Son los que prefieren los métodos tradicionales a aquellos que sugieren participación.  
No realizan mayor esfuerzo físico o intelectual.

**Cliente  
Innovador**

Siempre estará  
dispuesto a  
demandar servicios  
que le ofrezcan  
sistemas novedosos y  
creativos.  
Desea estar siempre  
a la vanguardia

**Cliente  
Conservador**

Serán los últimos en aceptar nuevos esquemas y no desearan participar en la producción del servicio, salvo que le den beneficios.

**CLIENTE FIEL**

La empresa a la cual es fiel colma todas sus necesidades y expectativas y no siente la necesidad de buscar otras necesidades del mismo sector.

**CLIENTE NO  
FIEL**

Ninguna de las empresas colma sus necesidades y por tal razón no tiene una preferida.  
Siempre estará en la búsqueda de nuevos y mejores servicios que lo satisfagan.



# ¿A QUE TIPO DE CLIENTES NOS ENFRENTAMOS?



# PLAN PARA LOGRAR EXCELENCIA EN EL SERVICIO AL CLIENTE

## 1. Siéntase bien consigo mismo

Es necesario que reconozcamos cuando hacemos un buen trabajo. Necesitamos fijarnos metas que demuestren nuestras habilidades.

# PLAN PARA LOGRAR EXCELENCIA EN EL SERVICIO AL CLIENTE

## 2. Practique hábitos de cortesía

Entre más cortesía dé, más recibirá.

Cada cliente tiene el derecho de esperar cortesía de usted. El ser egocéntrico, enfrascarse en el trabajo, olvidando mostrar cortesía es una parte fundamental que atrae respeto de todo mundo



# PLAN PARA LOGRAR EXCELENCIA EN EL SERVICIO AL CLIENTE

## 3. Use frases positivas

Esto no cuesta más que el esfuerzo y las retribuciones son grandes. Toda interacción humana ofrece una oportunidad de obsequiar buenos sentimientos en las palabras que utilizamos

### 3. Use frases positivas



La gente no puede leer su mente; lo que usted diga es la única evidencia de su interés.

## **PLAN PARA LOGRAR EXCELENCIA EN EL SERVICIO AL CLIENTE**

### **4. Escuche cuidadosamente:**

Los trabajos se pueden convertir en rutina. Cuando tiene que atender a cientos de clientes, se pierde la sensibilidad individual, usted debe concentrarse en cada persona.

# PLAN PARA LOGRAR EXCELENCIA EN EL SERVICIO AL CLIENTE

## 5. Demuestre eficiencia al cliente

**“No prometa más de lo que puede cumplir” y “cumpla lo que promete”, esta es una buena guía.**

Los clientes tienen derecho a exigir eficiencia, ellos no tienen interés en sus problemas o excusas. Es necesario que constantemente nos preguntemos “¿Están mis clientes satisfechos con mi eficiencia?”.



## PLAN PARA LOGRAR EXCELENCIA EN EL SERVICIO AL CLIENTE

### 6. Aprenda y avance en su trabajo

Avance donde esta".  
Cada trabajo ofrece  
grandes oportunidades.  
En esencia cada día  
usted avanza o se  
retrasa"



## **6. Aprenda y avance en su trabajo**

Aprenda acerca de su compañía, de sus productos, de sus clientes. El aprender Produce satisfacción. No espere que se lo insinúen, busque información, aprenda y avance.

## Cómo perder clientes

- Tenga siempre excusas.
  - Respire por la competencia.
  - Evite riesgos.
- Nunca se entusiasme.
- Si algo sale mal échele la culpa al otro
- No aprenda nada nuevo.
- Si todo o algo falla, diga yo no sabia.

## Cómo mejorar el servicio al cliente

- Satisfaga a todos y cada uno de sus clientes.
- Deje su vida personal en la casa.
- No se congregue en el salón de ventas.
- Salude a cada cliente.

- Satisfaga a todos y cada uno de sus clientes.
- Deje su vida personal en la casa.
- No se congregue en el salón de ventas.
- Salude a cada cliente.

**VIDEO: Los 10 mandamientos del servicio al cliente**  
**<https://www.youtube.com/watch?v=8Qz5fv6kWzo>**

## Medios de comunicación con los clientes

