

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).

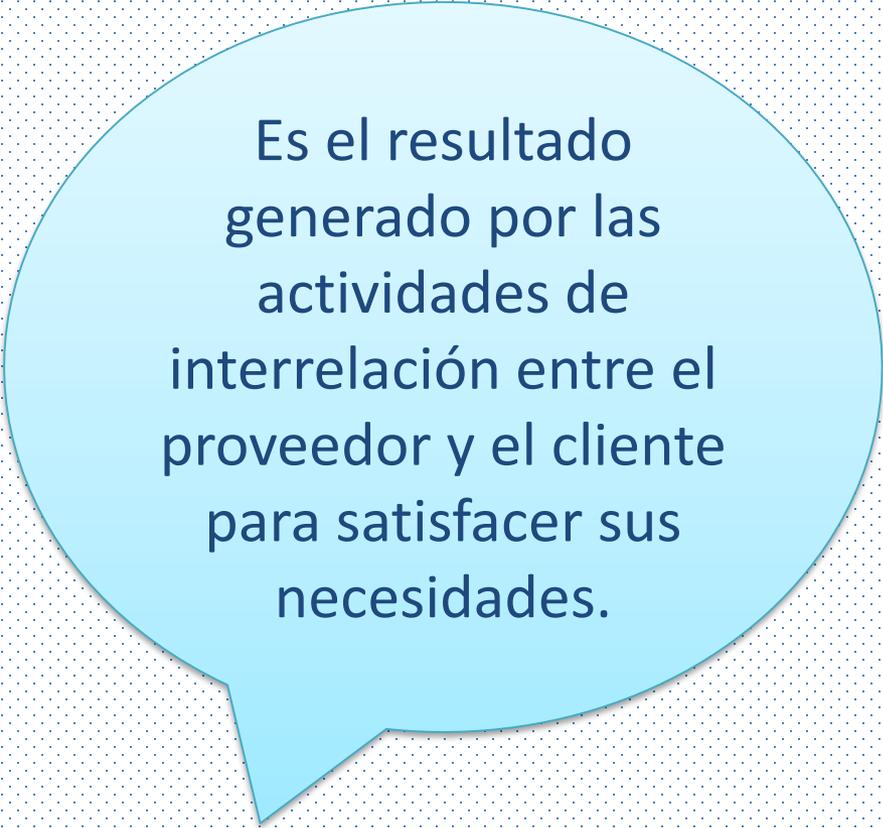
Ej. Barco

SERVICIO AL CLIENTE

VIDEO LACARRETA, TRABAJO EN EQUIPO

https://www.youtube.com/watch?v=pidhWGD-m_A

¿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

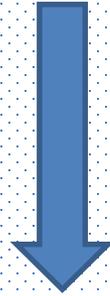
Cada empleado que atiende al cliente crea en él una impresión; por eso cada momento de verdad es una prueba para el servicio que está ofreciendo.

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

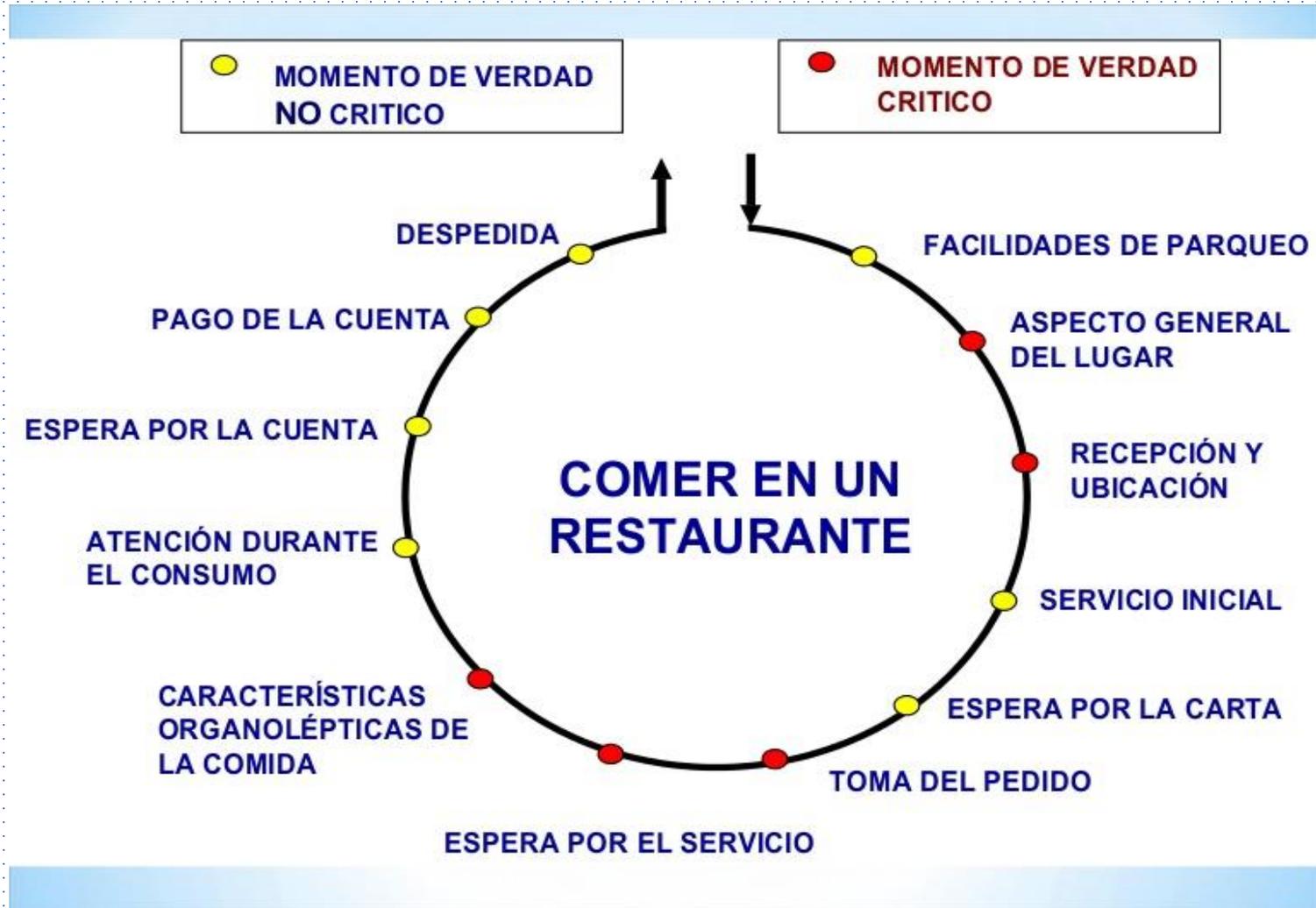


Los empleados son gerentes a cada momento porque están manejando momentos de verdad.

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.

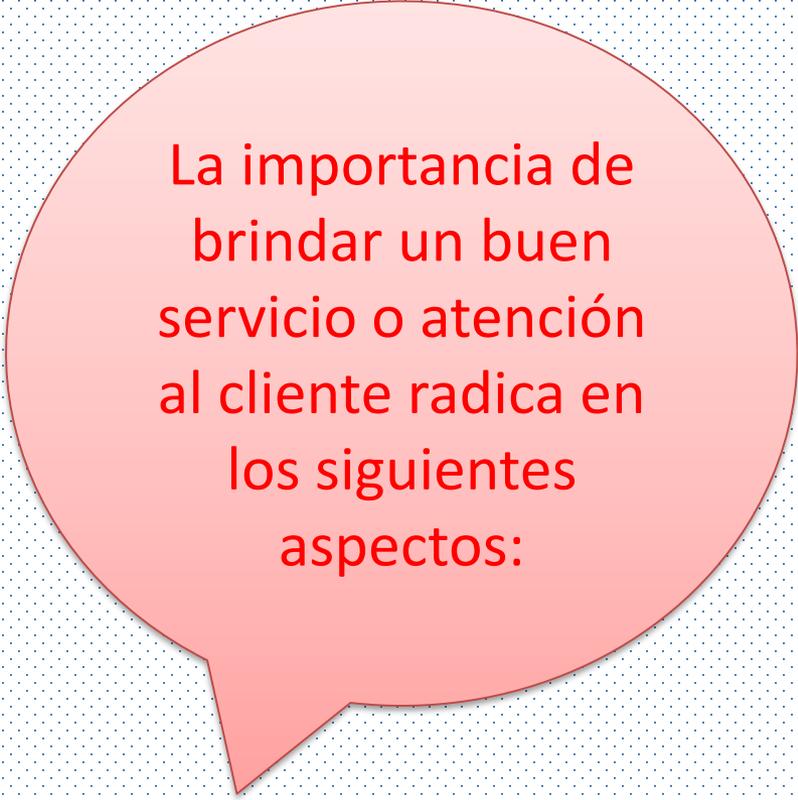
Atención virtual



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.***

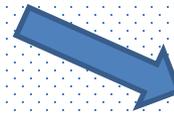
Las empresas u organizaciones.....



**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



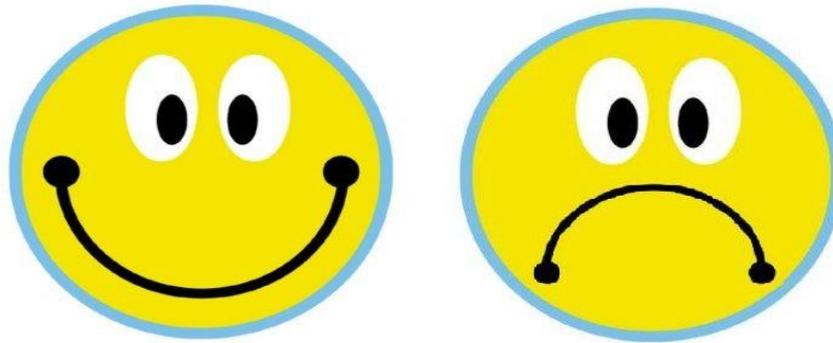
ACTITUD



VIDEO: COMO DESARROLLAR UNA ACTITUD DE SERVICIO

https://www.youtube.com/watch?v=jVfM_NNRH2Q

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.

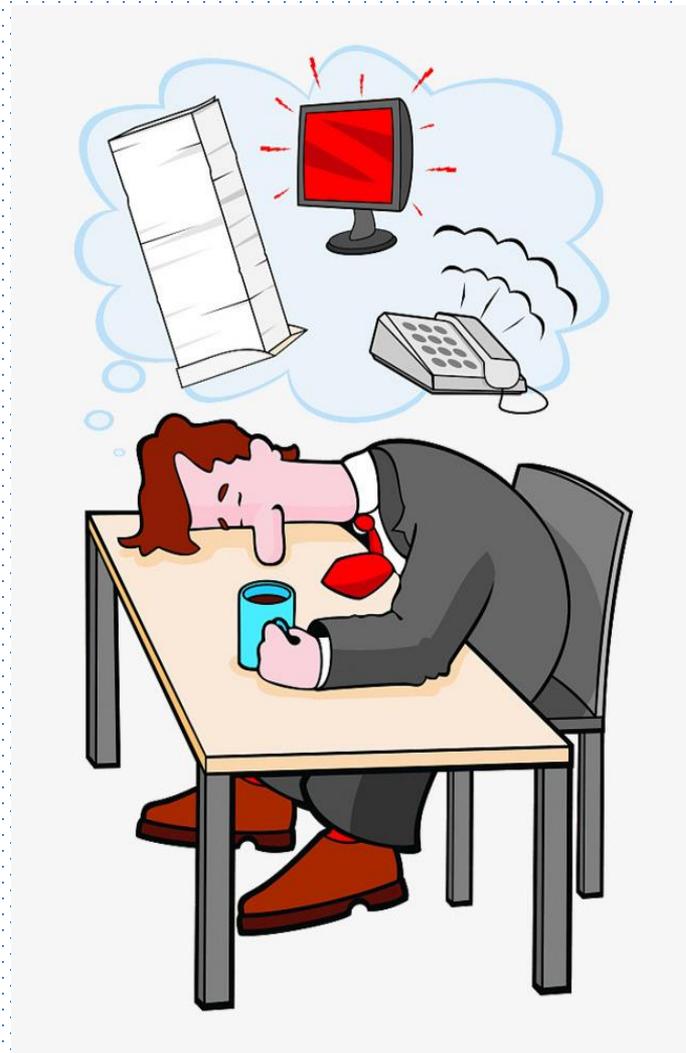
Los gestos



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

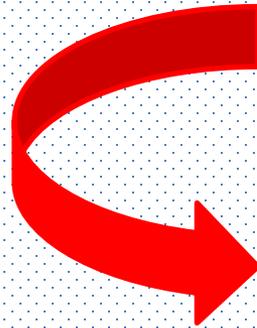
EL LENGUAJE NO VERBAL

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

```
graph TD; A[TIPOS DE CLIENTES] --> B[Cliente interno]; A --> C[Cliente externo o cliente final];
```

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



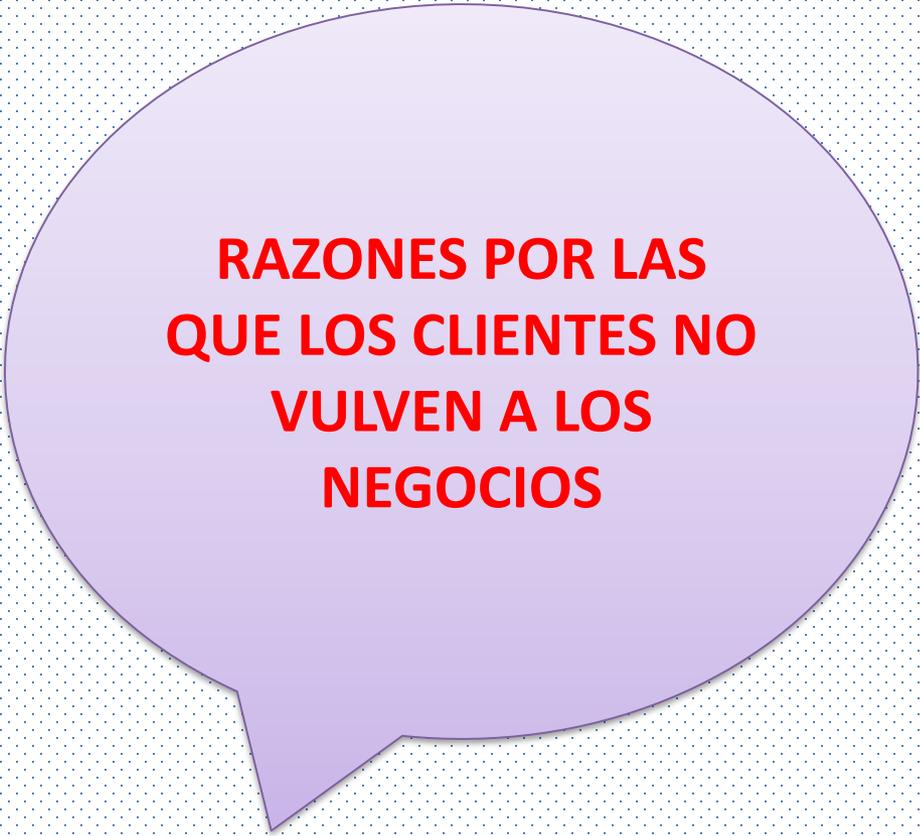
Que no le gusta.....

- 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.

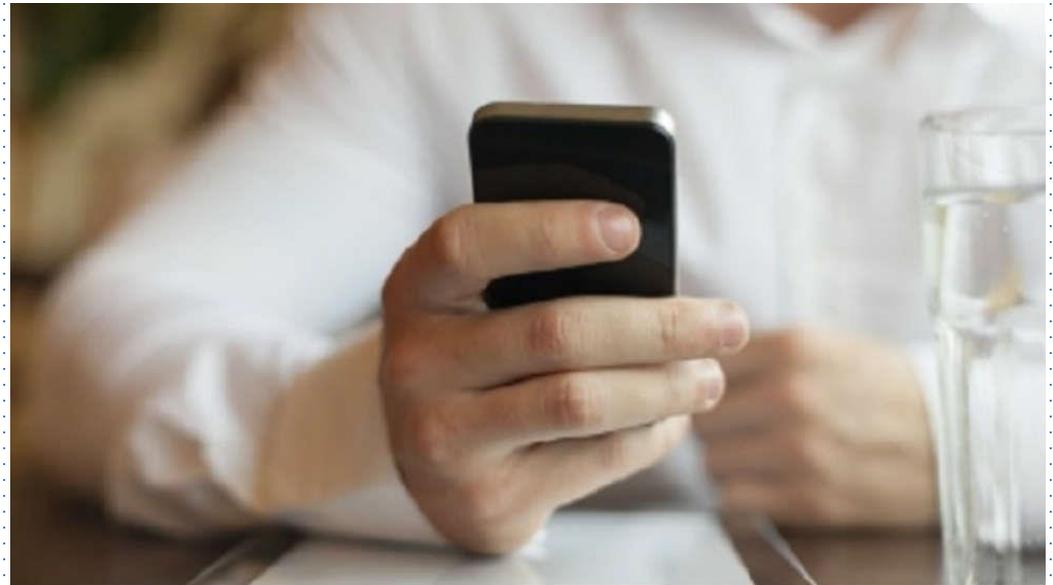
RAZONES POR LAS QUE LOS CLIENTES NO VULVEN A LOS NEGOCIOS

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

