

Programas Preventivos en Saneamiento y Riesgos del Consumo

SERVICIO AL CLIENTE

EL SERVICIO Y SU EFECTO EN LOS CLIENTES



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

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

EL SERVICIO AL CLIENTE

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

EL SERVICIO AL CLIENTE

FRONT LINE: Frente al cliente

BACK OFFICE: Soporte del servicio (logística, operaciones).

¿QUÉ ES EL SERVICIO?

Es el resultado generado por las actividades de interrelación entre la empresa y el cliente y por las propias de la empresa para satisfacer las necesidades del cliente.

¿QUÉ ES EL SERVICIO?

El cliente también está en busca de un servicio superior y exceder sus expectativas.

EL VOZ A VOZ:

El cliente es un multiplicador.

Desde el producto hasta el servicio deben ser una experiencia memorable.

¿QUÉ ES EL SERVICIO?

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.

CARACTERISTICAS DEL SERVICIO

- **INTANGIBILIDAD:** El servicio no se puede tocar, ver, oler o saborear, sin embargo se puede sentir o percibir.
- **HETEROGENEIDAD:** 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

El servicio se puede tangibilizar por medio de la adecuación del lugar, la ambientación, la presentación personal de quien atiende.

CARACTERISTICAS DEL SERVICIO

- **IRREPARABILIDAD:** 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.

¿QUÉ ES EL SERVICIO?

- ✓ Lo que el cliente espera recibir.
- ✓ Debe ser un verdadero arte.
- ✓ Estar en mejoramiento continuo.

¿QUÉ ESPERA EL CLIENTE DEL SERVICIO?

- Rapidez en la atención.
- Ambiente limpio y agradable.
- Tranquilidad.
- Cortesía del personal.
- Deseo de agradar y servir.

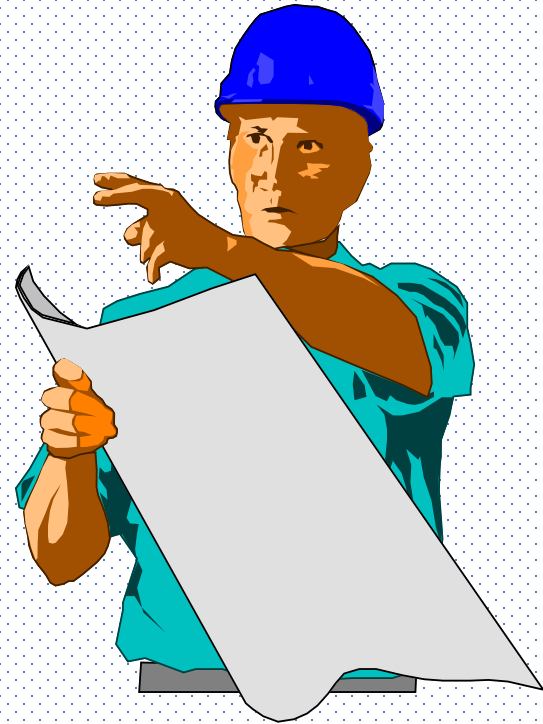
TRES PUNTOS PARA TENER EN CUENTA DURANTE EL SERVICIO

- ❖ **ORDEN.**
- ❖ **SECILLEZ.**
- ❖ **ARMONIA**

¿QUE IMAGEN QUIERE PROYECTAR SU EMPRESA?

COMPONENTES DEL SERVICIO

**El cliente
Es el
Primero**



COMPONENTES DEL SERVICIO

ACCESIBILIDAD

Para dar un excelente servicio debemos tener varias vías de contacto con el cliente, buzones de sugerencias, quejas y reclamos, entre otras.

COMPONENTES DEL SERVICIO

CORTESIA:



La cortesía es entendida como el comportamiento humano que lleva a la práctica, la **expresión de las buenas costumbres o modales**, con la finalidad de lograr una mejor relación entre los seres humanos.

COMPONENTES DEL SERVICIO

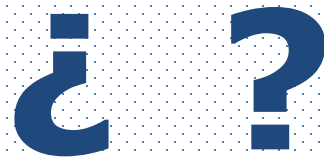
PROFESIONALISMO:

Posesión de las destrezas necesarias y conocimiento de la ejecución del servicio, de parte de todos los miembros de la organización, recuerde que no solo quien esta «al frente» hace parte del servicio.

COMPONENTES DEL SERVICIO

CAPACIDAD DE RESPUESTA

Disposición de ayudar a los clientes y proveerlos de un servicio rápido y oportuno.



COMPONENTES DEL SERVICIO

En el **SERVICIO**, el Cliente es el centro del negocio y necesita de procesos de administración definidos que involucren la totalidad de la empresa.

DATOS SOBRE EL SERVICIO

- Cuesta cinco veces mas ganar un nuevo cliente que conservar uno que ya se tiene.
- Es necesario monitorear el nivel de satisfacción.
- Se hacen siete comentarios negativos de un servicio frente a uno positivo.

PARAMETROS BASICOS DEL BUEN SERVICIO

- Definir quien es el cliente
- Identificar los tipos de clientes
- Identificar los tipos de servicios
- Escuchar la necesidad de los clientes
- Dar solución

¿Quién es el Cliente?

El que **recibe** un servicio,
quién tiene una **necesidad**,
quién tiene poder de **decidir**,
el que define la **calidad**,
el que **evalúa** tu desempeño como
proveedor,
el que establece los **requerimientos**,
el que **justifica** tu existencia,
el que tiene derecho a **reclamar y exigir**,

▪

¿Quién es el Cliente?

El que **busca** la mejor opción,
la mejor **publicidad**,
el que **utiliza** tus productos
y servicios,
el que no siempre tiene la razón, pero **va primero**.

TIPOS DE CLIENTES

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



TIPOS DE SERVICIOS

Servicio Excepcional



Servicio Normal



Servicio Malo



El servicio no cumple con las expectativas del cliente

Servicio Pésimo



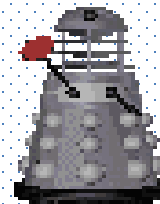
El servicio no existe es desastrosos

Existe una cultura y servicio de calidad

ERRORES Y HORRORES FRENTE AL CLIENTE



Apatía



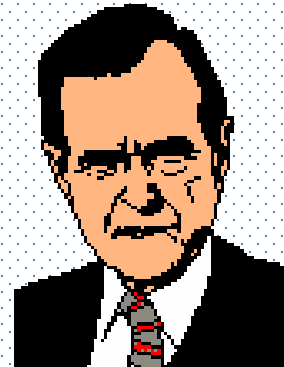
Robotismo



Desaire



Inflexibilidad

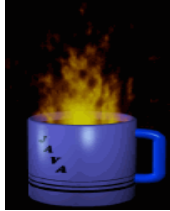


Frialdad



Aire de superioridad

FRASES QUE NO DEBEMOS EMPLEAR



No lo se



No podemos hacer eso

Un segundo o un momento

“No” al inicio de una frase



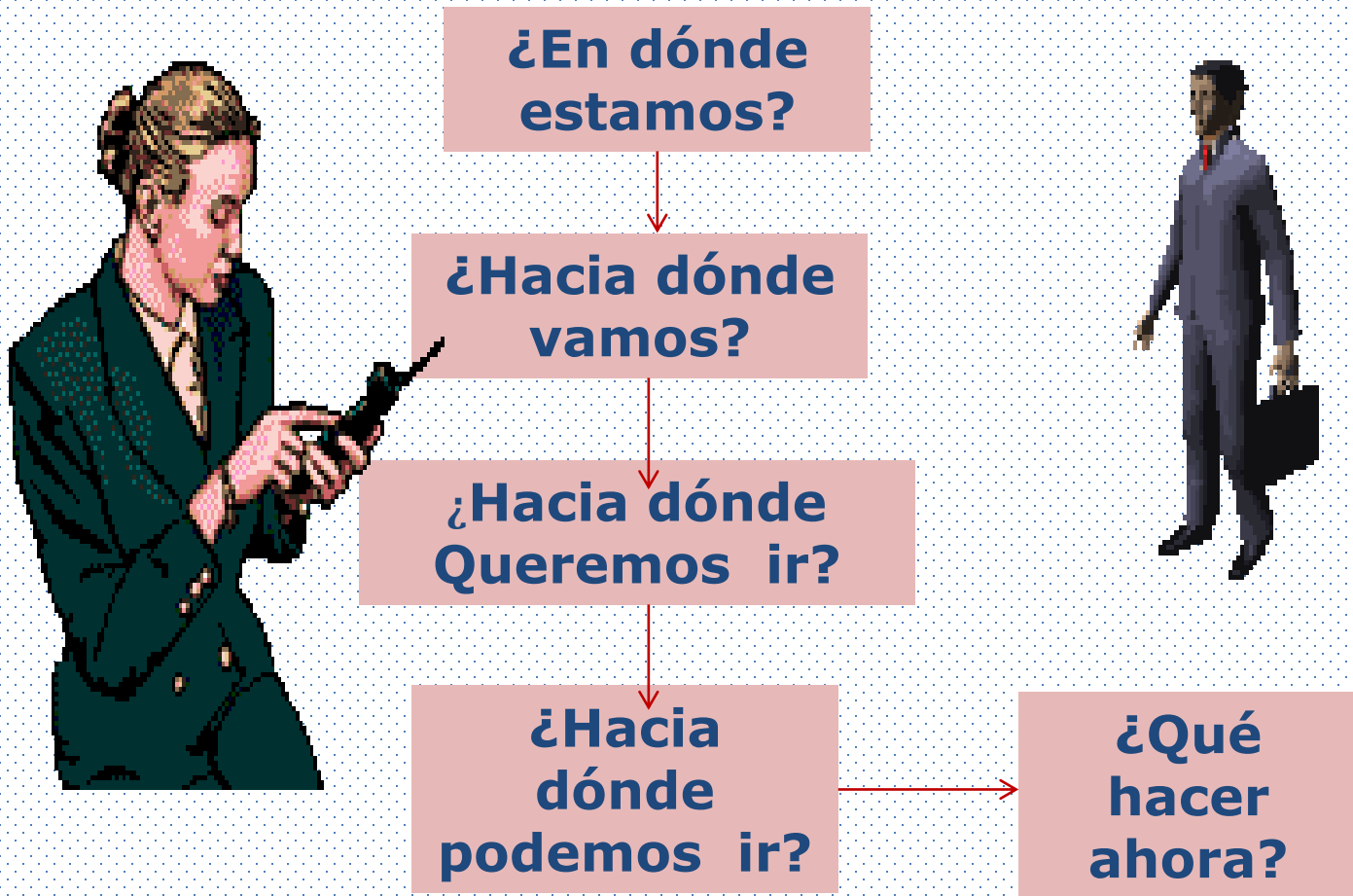
Tiene que...



10 DEMANDAS QUE HACEN LOS CLIENTES



REFLEXION PROSPECTIVA PERMANENTE



PREGUNTAS BASICAS SOBRE LOS CIRCULOS DE CALIDAD

- ¿Qué hacemos?
- ¿Hacemos lo correcto?
- ¿Por qué hacemos esto?
- ¿Estamos haciéndolo bien?
- ¿Por qué lo hacemos de esta manera?
- ¿Cómo nos organizamos para hacerlo?
- ¿Estamos satisfechos con lo que estamos haciendo y la forma de hacerlo?
- ¿Podemos mejorar lo que hacemos?
- ¿Podemos hacerlo de otra manera más satisfactoria?

INFLUENCIA DE LA PRESENTACION PERSONAL EN EL SERVICIO



¿QUE ELEMENTOS LA CONFORMAN?

- El vestido
- Los zapatos
- Las medias
- El cabello
- La postura
- La actitud
- Los modales
- El lenguaje no verbal.

INFLUENCIA DE LA ACTITUD EN EL SERVICIO

TIPS DE ACTITUD

¿QUÉ HACER?

Miré a los ojos de la persona que le saluda.

¿POR QUÉ?

Esto genera confianza, seriedad y seguridad en el manejo del tema a tratar.

TIPS DE ACTITUD

¿QUÉ HACER?

Recuerde que la imagen de una persona depende de los cinco segundos iniciales de contacto.

¿POR QUÉ?

La fuerza, dinamismo, vitalidad y servicio constituyen la impresión que debemos dejar en nuestros clientes.

TIPS DE ACTITUD

¿QUÉ HACER?

La presentación se debe realizar informando el nombre, el cargo y la empresa.

¿POR QUÉ?

Es necesario que los clientes tengan claridad respecto a nuestro rol, de esta manera se genera recordación y apertura.

TIPS DE ACTITUD

¿QUÉ HACER?

Presentación personal.

¿POR QUÉ?

Una buena presentación personal habla muy bien de usted y de su empresa.

GRACIAS