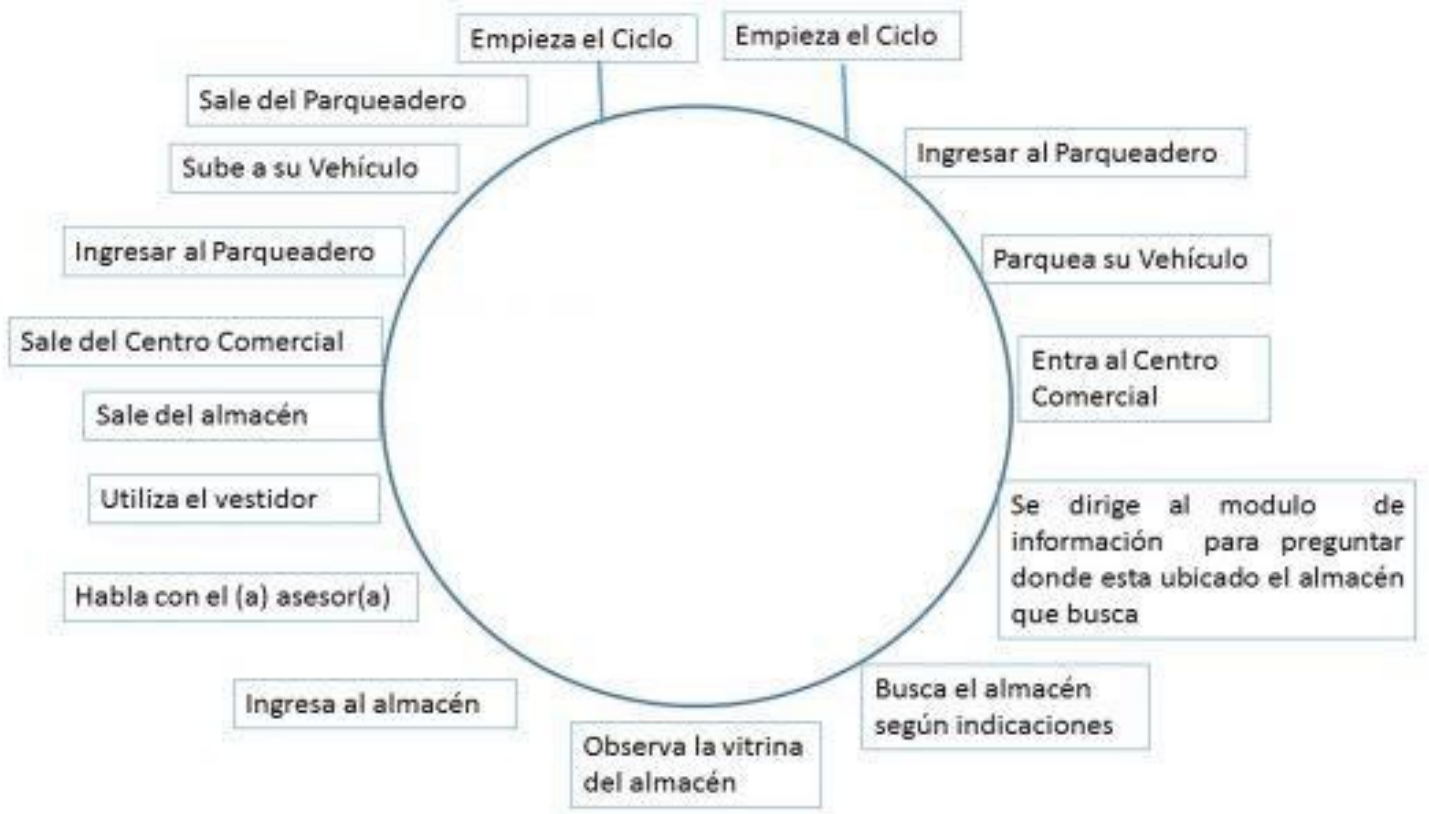
¿Qué es el ciclo del servicio al cliente?

- El ciclo del servicio al cliente es toda la secuencia de acciones por las que pasan los clientes en el momento en el que toman contacto de una organización hasta conseguir el producto o servicio que están buscando.

- Este ciclo **empieza cuando el cliente solicita el servicio o producto que la empresa ofrece y finaliza cuando el cliente logra lo que buscaba.**

- La gran utilidad de los ciclos del servicio al cliente es que permiten conocer las debilidades y fortalezas que presenta una institución al darse el contacto organización-cliente

CICLO GRAFICO DEL SERVICIO



1. Identificar momentos de la verdad

- Un momento de verdad en el servicio al cliente es toda la secuencia de experiencias buenas y malas que el cliente pasa con una empresa al satisfacer una necesidad. Para una compañía, lo más relevante es el manejo de los empleados con los clientes. El trato debe ser cuidadoso, donde la prioridad son las necesidades emocionales.
- Es importante establecer cuáles son los momentos críticos que se dan durante el ciclo. Un momento crítico es aquel en el que aspectos como la satisfacción y el humor del cliente se pueden ver negativamente afectados en caso de que ocurra algún tipo de incidencia.
- **Las organizaciones deben tener especial cuidado a la hora de establecer interacción con su clientela en estos momentos críticos**, de lo contrario corre el riesgo de ir perdiendo progresivamente usuarios debido a la oferta de un mal servicio.

2. Requerimientos

- En este punto se debe averiguar y aclarar **qué es lo que se requiere para poder mejorar el servicio ofrecido**.
- Lo recomendable es preguntar qué opina la propia organización sobre lo que se necesita para mejorar servicios, en especial a supervisores y jefes, quienes ofrecerán una visión más holística de aquello que se requiere para lograr mejorar el contacto con la clientela.
- Los requerimientos de mejora son el resultado de la investigación del nivel de satisfacción de los usuarios o consumidores y las observaciones recibidas en los buzones de sugerencia y mecanismos de medición de la misma.

3. Planes de acción

- Una vez se ha aclarado qué es lo necesario para mejorar el servicio, llega el momento de establecer las estrategias para que se dé la mejorar.

- En este punto **se puede consultar a los directivos de la institución**, quienes elaborarán los planes de acción de la forma más eficiente con los recursos de los que se disponen.

4. Priorización de áreas

- Cuando ya se han decidido los planes de mejorar se debe elegir qué áreas son las que requieren una intervención a corto plazo, ya sea por su importancia dentro de la organización o porque se encuentran muy desmejoradas.

- **Es recomendable elaborar una lista en el que los ítems vayan ordenados** de acuerdo a su nivel de prioridad.

5. Encuesta de satisfacción de clientes

- **Se debe elaborar una encuesta de satisfacción**, con la intención de poder lograr de forma clara qué piensan los clientes de la organización y cómo ésta se relaciona con ellos.

- Es muy importante reflexionar sobre aquello que merece ser preguntado, y plasmarlo en el papel de la forma lo menos ambigua posible.

- Con estas herramientas será posible saber la percepción que tiene cada usuario sobre la organización, es por ello que, a la hora de leer las preguntas, debe quedar claro qué se pregunta y, así, poder obtener una retroalimentación venida de los clientes que resulte aprovechable.

TIPOS DE ENCUESTA