El empleo es de todos

Mintrabajo

INTRODUCCIÓN SERVICIO AL CLIENTE

SENA

GC-F-004v.05







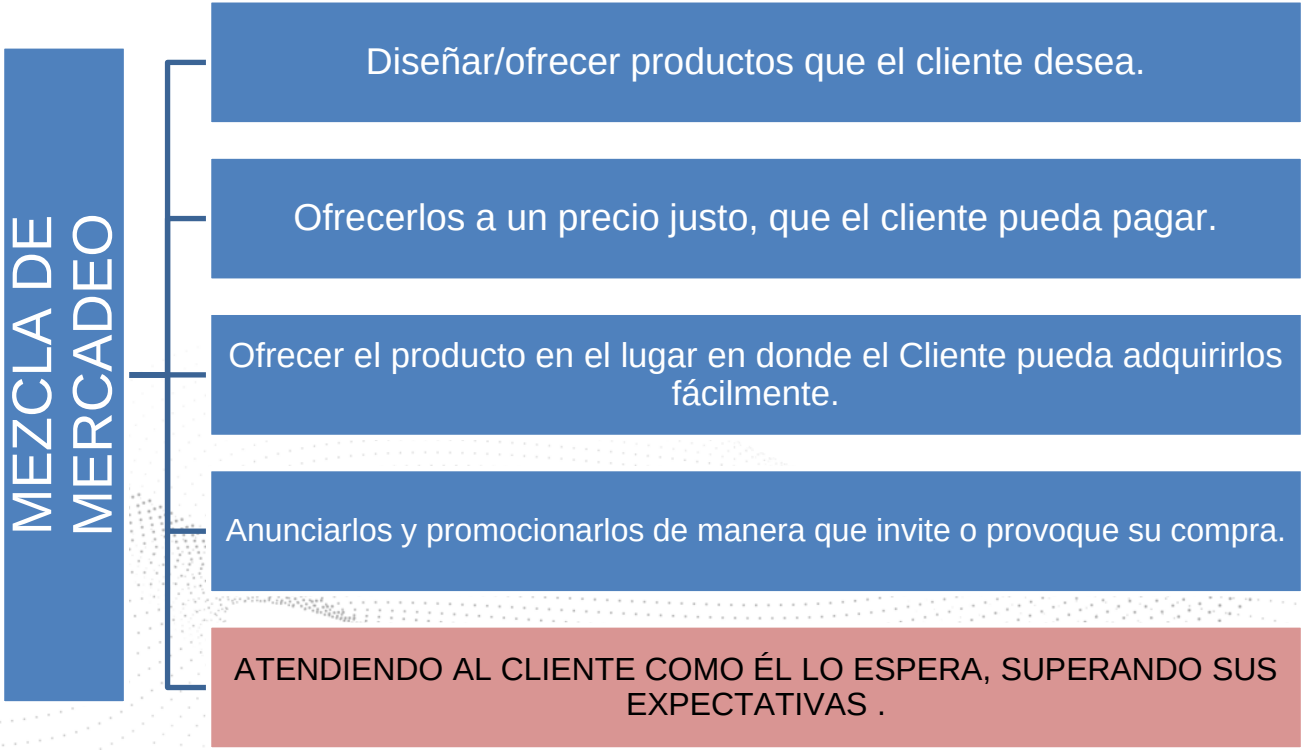


Por que se pierden los clientes??

El 1 % porque se mueren.
El 3 % porque se van a vivir a otra parte.
El 5 % busca otras opciones.
El 9 % comienza a tener tratos con la competencia.
El 14 % descontento con la calidad del producto.
EL 68 % SE VA PORQUE POR LA INDIFERENCIA Y LA MALA ATENCION.

Fuente: https://mercadeoglobal.com/blog/porque-se-pierden-los-clientes/

Como satisfacer al cliente y lograr éxito en un mercado?



"A tus clientes no les gusta que les des un mal servicio pero a tu competencia si" **- Kate Zabriskie**

¿Qué es servicio al cliente?

AMABILIDAD Y BUEN TRATO AL CLIENTE

ATENCION RAPIDA

OFICINA PARA HACER RECLAMOS Y GARANTIAS

HACER QUE EL CLIENTE SE SIENTA CONTENTO

LUGAR LIMPIO

ENAMORAR AL CLIENTE

Que es servicio al cliente?

"Es el conjunto de actividades que realiza una empresa para garantizar la satisfacción total de un cliente cuando entra en contacto con cualquier aspecto de la organización (productos, personal, infraestructura, etc)".

MEZCLA DEL SERVICIO

1. Los productos

2. Los procedimientos

3. Infraestructura y equipos

4. La información

5. Talento humano

Dentro de ellos, el recurso humano, nuestro personal, es el bastión más importante para que todos los otros cuatro elementos se conjuguen y podamos decir, con seguridad, que nuestro servicio es excelente.

MEZCLA DE MERCADEO

Los productos	• Nuestros clientes buscan o aceptan a la empresa porque tienen una necesidad, la cual esperan satisfacer con los productos y servicios que les ofrecemos.
procedimientos	• Cómo brindemos el servicio, si lo hacemos en forma ágil o lenta, es el segundo elemento que impacta al cliente. Por eso, se requiere agilizar y acortar los procesos.
Infraestructura	• El cliente es impactado por lo que perciba del ambiente físico en que lo atendemos, y de los equipos y sistemas que usemos.

Información

- Lo que el cliente sepa de nosotros también impactará en su percepción del servicio. De ahí la importancia de conocer la empresa y nuestros productos.

Nuestra Gente

- Nada de lo anterior tendría sentido ni razón, sin la voluntad de nuestro personal, su equipo de trabajo, ya que ellos son los que finalmente tiene mayor contacto con nuestros clientes.

La importancia de brindar un buen servicio al cliente

La competencia es cada vez mayor, cada vez aumenta más el número y la variedad de productos ofertados en el mercado***, por eso, se hace necesario ofrecer un valor agregado***.

Un buen servicio al cliente puede llegar a **ser un elemento promocional**, tan poderoso, como lo pueden ser los descuentos, la publicidad o la venta personal.

La importancia de brindar un buen servicio al cliente

Los clientes son cada vez más exigentes, ya no solo buscan calidad y precio, sino también una ***buena atención, un ambiente agradable, una rápida atención, un trato personalizado***.

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

La importancia de brindar un buen servicio al cliente

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

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

Se eleva la satisfacción del cliente.

La calidad en el servicio es una necesidad impostergable

Cada vez más, los productos y servicios que venden diferentes empresas, en el mismo ramo o industria, se van pareciendo entre sí.

Dada la facilidad que tienen muchas empresas para reproducir, e incluso mejorar, lo que ofrecen sus competidores, la oferta se está convirtiendo en un patrón estándar. Los mismos productos y servicios, con los mismos precios, presentaciones, calidad, ente otros

¿Como diferenciarnos de la competencia?

Podemos diferenciarnos por **la calidad del servicio y atención que brindamos**.

Si nuestro servicio al cliente es excelente y contamos con un personal motivado hacia el servicio y capacitado con técnicas, de seguro que lo lograremos.

Beneficios de una buena atención al cliente

Se eleva el nivel de satisfacción de los clientes.

Los clientes se sienten más contentos con la empresa y, en consecuencia, utilizan más nuestros servicios.

Se incrementan los niveles de lealtad de nuestros clientes.

Los clientes vuelven una y otra vez a comprarnos. La venta de repetición es la que, a la larga, puede darnos mayores utilidades.

Se desarrollan y consolidan nuestros mercado objetivo

La reputación e imagen de buen servicio se propaga. Esto permite captar nuevos clientes en forma fácil. Nada es tan creíble para el cliente como la “publicidad de boca” hecha por otros clientes.

ACTIVIDAD

Lectura mitos del servicio al cliente entregado por el instructor, posteriormente:

1. Socializar de que trata cada mito.
2. Hacer una reflexión de cada mito, a través de una experiencia, un ejemplo, o una opinión frente al mito.

<u>En una hoja realice:</u>

1. Haga un breve resumen de que trata el mito.
2. A través de un ejemplo ó una experiencia ó una opinión propia haga una reflexión acerca del mito.

TRIANGULO DEL SERVICIO

El cliente: es el centro del triángulo del servicio, tanto la estrategia como todos los actores del negocio deben girar entorno a las necesidades del cliente y sus motivaciones.

La estrategia: son las tácticas que se fijaron como equipo para cumplir con el propósito y razón de ser del negocio. Proporciona una dirección para ofrecer un servicio de calidad.

Los colaboradores: son quienes deben conocer, entender y aplicar la promesa de servicio al cliente. Son quienes tienen contacto directo con el cliente y por lo tanto deben tener capacitación y formación para ofrecer un servicio de calidad.

Los sistemas: herramientas físicas y técnicas que tienen los colaboradores para la prestación del servicio, deben ser amigables tanto para ellos como para los usuarios.



De la transacción a la relación

En este esquema se crean relaciones que deben ser estrechas y funcionales, estas son las 6 relaciones principales que se identifican en el triángulo del servicio:

1. Compañía – Clientes

Comunicar tu estrategia de servicio a los clientes es fundamental para generar relaciones de largo plazo basadas en la confianza y en la fidelización.

2. Compañía – Colaboradores

La capacitación, generar bienestar, oportunidades y confianza en tus colaboradores impulsará a tu equipo de trabajo a crear relaciones fuertes con los usuarios. La motivación y el empoderamiento hacen que tu equipo tenga mejor rendimiento y empatía.

3. Compañía - Sistemas

La tecnología y los sistemas que facilitan la vida y solucionan los problemas de los usuarios deben ser eficientes.

De la transacción a la relación

4. Clientes – Sistemas

Debes garantizar que los sistemas y servicios digitales que ofrecen son eficientes y ofrecen una experiencia excelente a los usuarios.

5. Colaboradores - Sistemas

Es muy importante que los sistemas y la tecnología implementada en los procesos no cree fricciones con los colaboradores.

6. Colaboradores – Clientes

Este es el punto de contacto y la relación más relevante del triángulo del servicio. Es el punto en el que se pude brindar o no una buena experiencia al consumidor.

El triángulo del servicio en el comercio online

Cuando se piensa en el cliente en línea y su satisfacción se pueden mencionar aspectos un poco diferentes a los del cliente tradicional. El usuario digital toma su decisión de compra basado en factores como: confianza, calidad del servicio en línea, facilidades de pago y seguridad. La estrategia de servicio online y su relación con los clientes es ahora el punto de contacto más importante y los elementos que una pantalla puede ofrecernos se hacen cada vez más relevantes.

Sin embargo, estos nuevos elementos no eliminan del todo el contacto físico con el cliente, como lo afirma Beck Koa, asistente editorial en CRM:



GRACIAS

Línea de atención al ciudadano: 018000 910270
Línea de atención al empresario: 018000 910682

@SENAcomunica

www.sena.edu.co