GC-F-004v.09

CLASE MAGISTRAL
Momentos de la Verdad

ES IMPORTANTE COMPRENDER QUE:

Momentos de la verdad



https://encrypted-tbn0.gstatic.com/images?q=tbn:ANd9GcRV6LMDHsHjBOWzh8YwcZXIZWX6vGLPeDFLOG1cLlGeyMbl_A8&s

Un Momento de la Verdad es un episodio en el cual el cliente entra en contacto con cualquier aspecto de la organización y se crea una impresión sobre la calidad de su servicio”

Karl Alprecht

“Los Momentos de la Verdad son las experiencias que los Clientes perciben en todos los tramos de los Puntos de Contacto”

Aspectos a tener en cuenta en ese primer contacto

Momentos de la verdad



https://encrypted-tbn0.gstatic.com/images?q=tbn:ANd9GcRV6LMDHsHjBOWzh8YwcZXIZWX6vGLPeDFLOG1cLIGeyMbl_A8&s

En la vida siempre hay momentos buenos y malos, y en las empresas es igual. Para salir a flote en un momento de verdad con los clientes, debes cumplir con las expectativas que esperan de tu negocio.

Un aspecto fundamental es la honestidad, pues el cliente necesita que le hables con transparencia y así evites sorpresas poco gratas.

Cuando el cliente perciba la buena disposición, llenarás sus expectativas y, si logras dar más valor, incluso las superarás.



https://encrypted-tbn0.gstatic.com/images?q=tbn:ANd9GcQGVbBFFh5uIzuN_SdLbvMySRLRdMFMl_o7U6sqea8SmXDrQIo&s

5 Aspectos que llevarán a la atención al cliente

Momentos de la verdad



https://encrypted-tbn0.gstatic.com/images?q=tbn:ANd9GcRV6LMDHsHjBOWzh8YwcZXIZWX6vGLPeDFLOG1cLIGeyMbl_A8&s



https://encrypted-tbn0.gstatic.com/images?q=tbn:ANd9GcTmW4ELopcohn0T0gtDYjC33CK7FTQqRZTqCMN6nG7rAZ7HjqhN&s

1. Busca la recomendación del cliente: Imagen positiva es sinónimo de un cliente feliz.
2. Establece protocolos de atención: Crear protocolos para prepararse y ofrecer una buena atención ej, capacitación en asesoramiento a los clientes para ofrecer un trato amable, instalaciones adecuadas, ambiente e iluminación.

3. Para evitar un momento crítico negativo el asesor, debe conocer los recursos que dispone para solucionar el problema. Ej Por ejemplo: si cancelaron un vuelo sin previo aviso, aumentará la tensión del momento. Además de que el equipo ofrezca una explicación y la disculpa al usuario, puede abonar millas gratis, un descuento en la compra de su boleto, un traslado en primera clase, entre otras opciones

5 Aspectos que llevarán a la Atención al Cliente

Momentos de la verdad



https://encrypted-tbn0.gstatic.com/images?q=tbn:ANd9GcRV6LMDHsHjBOWzh8YwcZXIZWX6vGLPeDFLOG1cLlGeyMbl_A8&s

4. Prioriza las áreas de servicio: Hay departamentos estratégicos porque tienen más contacto con el consumidor, como el área de ventas y de atención al clientes, así como la recepción, el tele marketing y la administración de redes sociales y sitio web.

Ofrece entrenamientos con el fin de que los trabajadores conozcan los procedimientos que transforman un momento malo en uno satisfactorio. y así protejan la buena reputación del negocio.



5. Mide el nivel de satisfacción.

- Buzón de quejas, sugerencia virtual.
- Encuesta de satisfacción
- Sesiones en grupo
- Revisiones particulares con algunos clientes.}
- Como cliente oculto seguimiento a los empleados

http://revistaemprender.com/index.php/noticias-eventos/articulos/item/130-10-mandamientos-y-7-pecados-de-la-atencion-al-cliente

Cómo crear un buen ambiente en ese Primer contacto con el Cliente

Momentos de la verdad



https://encrypted-tbn0.gstatic.com/images?q=tbn:ANd9GcRV6LMDHsHjBOWzh8YwcZXIZWX6vGLPeDFLOG1cLlGeyMbl_A8&s

- La Voz
- La expresión facial
- Los gestos
- La postura
- Sea cortés
- Exprésese correctamente
- Maneje el ambiente
- Sorprender
- Genere empatía, responsabilidad, visión.
- Hablan de Usted proyectando su imagen y su identidad



http://www.fumc.edu.co/documentos/elibros/Momentos_de_verdad.pdf



http://www.fumc.edu.co/documentos/elibros/Momentos_de_verdad.pdf

- Nunca prometa al cliente lo que no pueda cumplir, sea honesto.
- Maneje el tiempo a su favor, no se comprometa con el cliente en un tiempo que no puede
- En caso de problemas complejos, ofrezca soluciones posibles que le hagan quedar bien

Ciclo de Servicio al Cliente

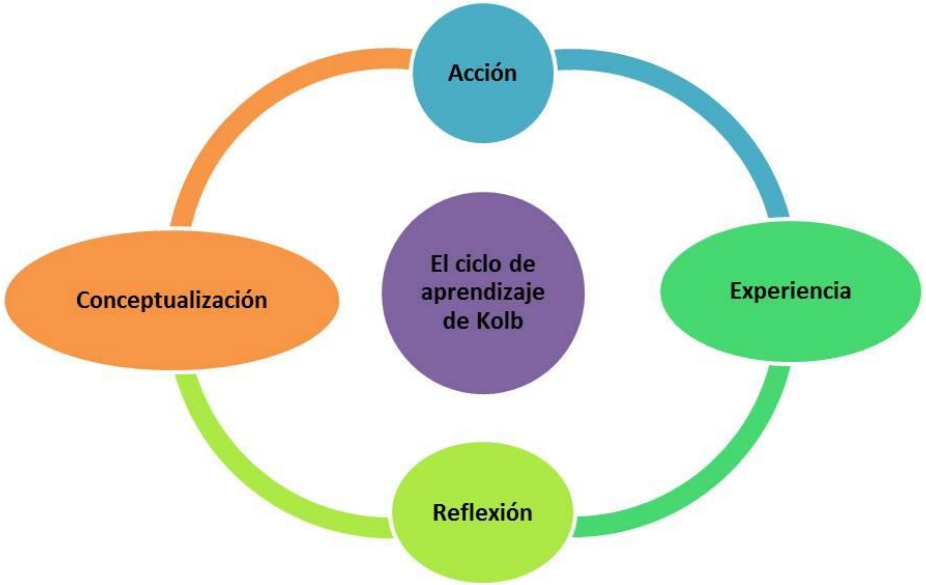
Momentos de la verdad



https://encrypted-tbn0.gstatic.com/images?q=tbn:ANd9GcRV6LMDHsHjBOWzh8YwcZXIZWX6vGLPeDFLOG1cLlGeyMbl_A8&s

Es la secuencia completa de los momentos de la verdad que el cliente experimenta desde el día en que solicita un servicio.

El ciclo de servicio nos permite visualizar la panorámica general de nuestros momentos de la verdad, identificar el momento en el que se participa directamente con los clientes, así como para determinar áreas de oportunidad que permitan mejorar el servicio



http://unidad2teoriamodelosdeaprendizaje.blogspot.com/2013/01/mapacognitivo-de-ciclos-es-un-diagrama.html

Ciclo de Servicio al Cliente

Momentos de la verdad



https://encrypted-tbn0.gstatic.com/images?q=tbn:ANd9GcRV6LMDHsHjBOWzh8YwcZXIZWX6vGLPeDFLOG1cLlGeyMbl_A8&s



https://pt.slideshare.net/mdpilar/ejemplo-ciclo-de-servicio-1-8074460

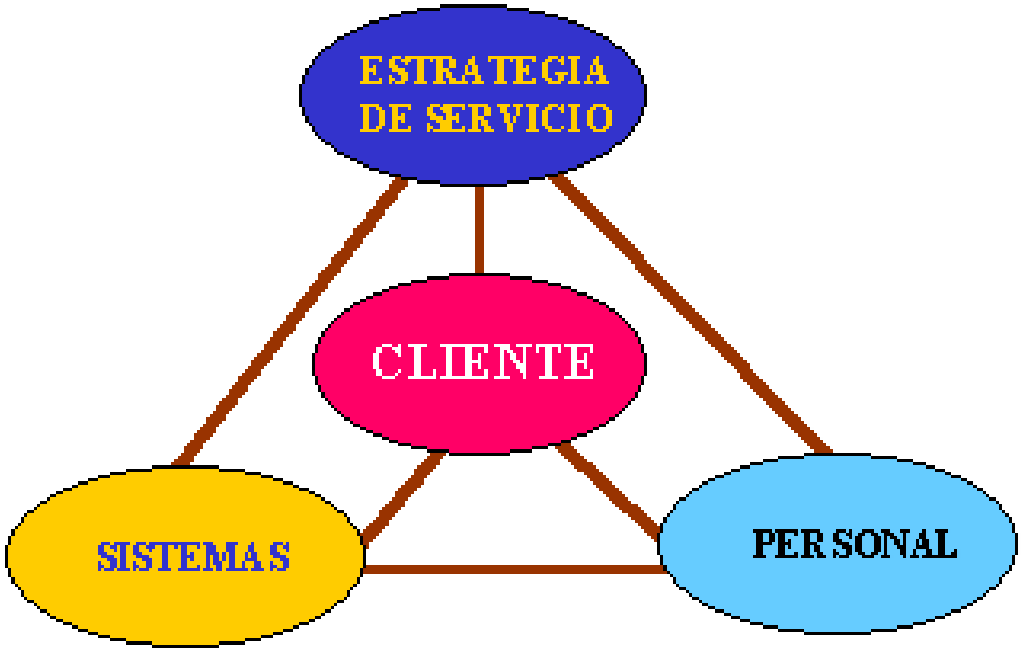
Triángulo de Servicio

Momentos de la verdad



https://encrypted-tbn0.gstatic.com/images?q=tbn:ANd9GcRV6LMDHsHjBOWzh8YwcZXIZWX6vGLPeDFLOG1cLlGeyMbl_A8&s

El Triángulo de servicio no es solamente la relación directa entre el cliente y el personal de línea frontal. (personas que tienen relación directa con el cliente), Si bien es cierto, sobre ellos recae el peso de servicio al cliente, no debemos descuidar los siguientes aspectos:



https://sites.google.com/site/eduardoclientes/consultas/triangulos-de-servicio

Triángulo de Servicio

Momentos de la verdad



https://encrypted-tbn0.gstatic.com/images?q=tbn:ANd9GcRV6LMDHsHjBOWzh8YwcZXIZWX6vGLPeDFLOG1cLlGeyMbl_A8&s

Cliente: Es lo primero que debemos saber, a quién nos estamos dirigiendo, cuáles son las acciones que le motivan, de modo que pueda ser entendible y también comprender cuáles son las necesidades que le rodean, porque a través de esto concretamos todos los procesos de venta.

La estrategia: Debemos identificar la estrategia a realizar que parte de las necesidades concretas de los clientes, de los objetivos y metas concretas para el servicio de cada organización. Esto es lo que el cliente en cuestión también considerará al momento de comprar.

Sistema de servicio: Hace referencia a todos los sistemas no humanos que En este caso se entienden como elementos no-humanos que interactúan con el cliente, tales como sistemas de comunicación, sistemas informáticos, máquinas vendedoras automáticas, sistemas de audio o video, ascensores, escaleras mecánicas y otros muchos. Como conocemos muy bien, cada día se incorporan nuevos artefactos digitalizados inteligentes y dada la constante reducción de costo de las tecnologías, esto se incrementará en el futuro. Debemos tener en cuenta que estos deben adaptarse al caso de cada organización.

El Personal: Uno de los temas más importantes a resaltar quién tradicionalmente está prestando el servicio, cómo lo están realizando y cuál es el sistema que están utilizando-

Estrategias de atención personalizada cara a cara

Momentos de la verdad



https://encrypted-tbn0.gstatic.com/images?q=tbn:ANd9GcRV6LMDHsHjBOWzh8YwcZXIZWX6vGLPeDFLOG1cLlGeyMbl_A8&s

El contacto cara a cara representa la primera herramienta de servicio al cliente y su estrategia:

- Respeto a las personas
- Sonrisa al momento de conversar con el cliente
- Ofrecer información y ayuda
- Nunca dar órdenes al cliente o mostrar favoritismo con ellos



https://encrypted-tbn0.gstatic.com/images?q=tbn:ANd9GcTDOZ5iFpUVWWHquWawy-ZYZk3LvotgYHqkIB06bCYHb3zUCQU&s

Estrategias a través de medios tecnológicos

Momentos de la verdad



https://encrypted-tbn0.gstatic.com/images?q=tbn:ANd9GcRV6LMDHsHjBOWzh8YwcZXIZWX6vGLPeDFLOG1cLlGeyMbl_A8&s

1. Ejemplo de momentos de verdad en el comercio electrónico

El cliente quiere que el sitio web sea fácil de entender y que le digas exactamente qué ofreces. Esa experiencia es crucial y tiene que respaldarse con un servicio personalizado, ya sea con ayuda de un chatbot o de asesores en línea.

Sigue el avance del ciclo de venta por medio de controles y asegúrate de que la experiencia global diga «mi empresa soluciona problemas y supera las expectativas».



https://www.fuegoyamana.com/blog/pasarelas-y-formas-de-pago-online/

Estrategias en un establecimiento

Momentos de la verdad

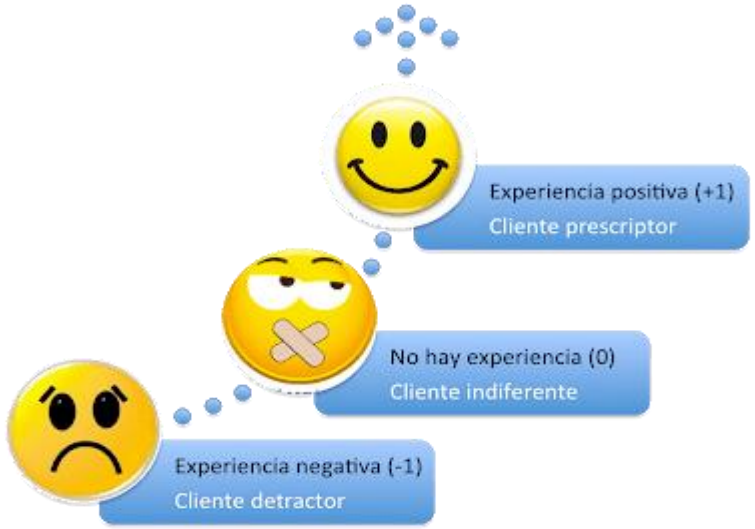


https://encrypted-tbn0.gstatic.com/images?q=tbn:ANd9GcRV6LMDHsHjBOWzh8YwcZXIZWX6vGLPeDFLOG1cLlGeyMbl_A8&s

2. Ejemplo de momentos de verdad en un establecimiento

Estos negocios ordenan los estantes para que los visitantes sepan qué es qué. Colocan en sitios estratégicos los productos que quieren posicionar y, de vez en cuando, cuentan con promotores que dan servicio e informan sobre el uso de un producto.

Las etapas decisivas son las relacionadas con la disposición visual y espacial, y con el servicio expedito y amable.



MODELO ANALÍTICO ECEL – Resultados de la ecuación ECEL

http://blogs.icemd.com/blog-marketing-experiencial-de-lujo/como-medir-experiencias-de-compra-en-establecimientos-de-lujo/

Estrategias en el servicio

Momentos de la verdad



https://encrypted-tbn0.gstatic.com/images?q=tbn:ANd9GcRV6LMDHsHjBOWzh8YwcZXIZWX6vGLPeDFLOG1cLlGeyMbl_A8&s

Ejemplo de momentos de verdad en un hotel

El ingreso y la salida del huésped son decisivos en el ciclo de atención y tienen su propio nombre: *check-in* y *check-out*. Desde que busca la información para decidir su estancia, el trato debe mostrar que el cliente es bienvenido. La actitud de la recepción marca su experiencia y no hay nada mejor que decir «vuelva pronto».

Recuerda que un hotel sustituye al hogar. Haz que el cliente no deba preocuparse por sus pertenencias ni por su bienestar.



https://yieldfanstravel.com/los-momentos-de-la-verdad-y-tu-hotel-o

Cuál es el reto del asesor comercial?

Atención al cliente



https://encrypted-tbn0.gstatic.com/images?q=tbn:ANd9GcRV6LMDHsHjBOWzh8YwcZXIZWX6vGLPeDFLOG1cLlGeyMbl_A8&s

La dinámica social y cultural que maneja el ambiente empresarial hoy en día, fruto de los cambios sociales y las nuevas tecnologías, llevan a nuevos retos con el concepto «atención al cliente», esto es con actitud positiva, un gran sentido de la responsabilidad, con formación suficiente para poder comunicar a los clientes todos los «intangibles que lleva consigo la palabra servicio o producto».

El mercado se constituye en una gama de oportunidades, no solo es local, ahora se ha hecho de repente más global y fuertemente competitivo, «la calidad en la atención ha pasado pronto a ser un una herramienta indispensable en el presente siglo, y la lucha por capturar los clientes y fidelizarlos».

El fin de la empresa es el cliente, nuestra razón de ser, por lo que la estrategia inicia con buscar la atención La competencia ha hecho que los clientes sean mucho más exigentes, y que la venta sea más compleja por lo que es nuestra responsabilidad y compromiso.

Webgrafía

- https://encrypted-tbn0.gstatic.com/images?q=tbn:ANd9GcRV6LMDHsHjBOWzh8YwcZXIZWX6vGLPeDFLOG1cLlGeyMbl_A8&s
- https://encrypted-tbn0.gstatic.com/images?q=tbn:ANd9GcQGVbBFFh5uIzuN_SdLbvMySRLRdMFMl_o7U6sqea8SmXDrQIo&s
- https://encrypted-tbn0.gstatic.com/images?q=tbn:ANd9GcTmW4ELopcohn0T0gtDYjC33CK7FTQqRZTqCMN6nG7rAZ7HjqhN&s
- https://pt.slideshare.net/mdpilar/ejemplo-ciclo-de-servicio-1-8074460
- http://revistaemprender.com/index.php/noticias-eventos/articulos/item/130-10-mandamientos-y-7-pecados-de-la-atencion-al-cliente
- http://www.fumc.edu.co/documentos/elibros/Momentos_de_verdad.pdf
- http://unidad2teoriamodelosdeaprendizaje.blogspot.com/2013/01/mapacognitivo-de-ciclos

GRACIAS

Línea de atención al ciudadano: 01 8000 910270
Línea de atención al empresario: 01 8000 910682

@SENAComunica

www.sena.edu.co