



CÁMARA DE
COMERCIO DE
BUCARAMANGA
Creemos en Santander

LA EXCELENCIA EN EL SERVICIO

UNA ESTRATEGIA DE CRECIMIENTO



Facilitador:

RODOLFO FLOREZ ACEVEDO

TALLER



1. ¿Cuál es su negocio?
2. ¿Cuál es su promesa de servicio?
3. ¿Cuáles son sus clientes?

**¿Qué es
calidad?**



CALIDAD DEL SERVICIO

Es una **filosofía de vida** que garantiza la plena satisfacción del cliente para que continúen consumiendo y recomienden a otros clientes.



DIMENSIONE DE CALIDAD

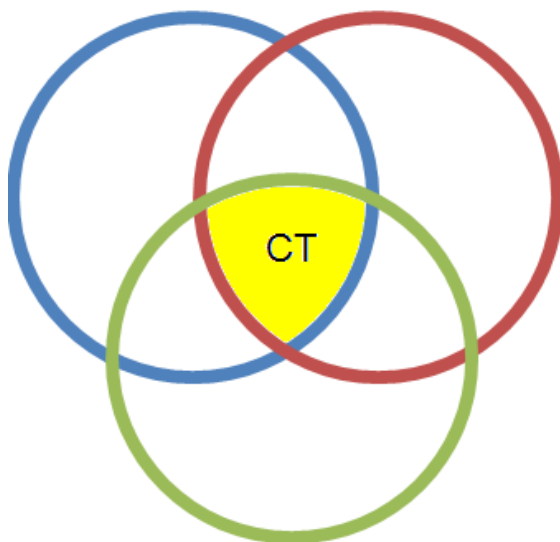


Hacemos calidad
desde los orígenes de
nuestra especie



TRES CALIDADES

	Requerida
	Programada
	Realizada



El objetivo es conseguir que los tres círculos sean concéntricos



La solicitud del usuario



Lo que entendió el líder del proyecto



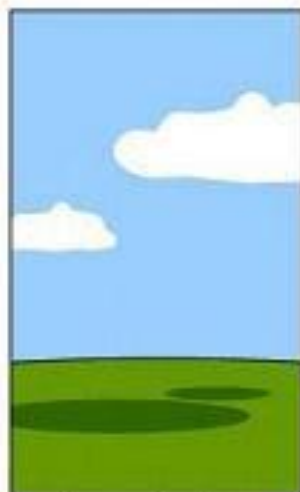
El diseño del analista de sistemas



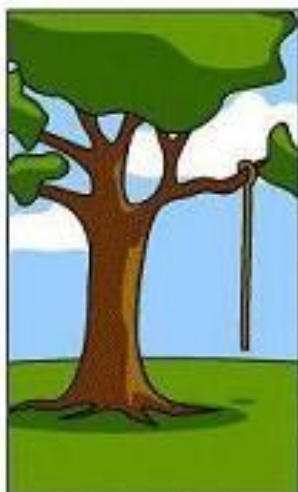
El enfoque del programador



La recomendación del consultor externo



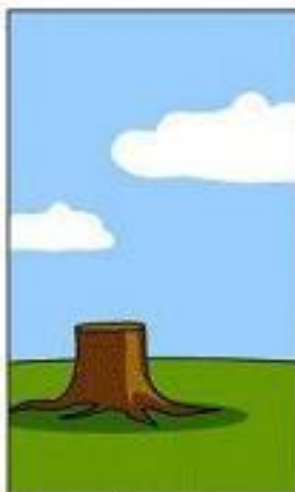
La documentación del proyecto



La implantación en producción



El presupuesto del proyecto



El soporte operativo



Lo que el usuario realmente necesitaba

**¿Quienes
exigen
calidad?**





STAKEHOLDER Y SUS INTERESES

CLIENTES

- Calidad
- Precio
- Atención / Cumplimiento

EMPLEADOS

- Remuneración
- Condiciones de Trabajo
- Desarrollo

PROVEEDORES

- Pedidos
- Fidelidad
- Pago oportuno

ACCIONISTAS

- Utilidad

SOCIEDAD

- Medio Ambiente
- Responsabilidad social

ESTADO

- Formalidad
- Impuestos



**¿Cuál es el
propósito de
la calidad?**



¡SATISFACER LAS
NECESIDADES DEL
CLIENTE!

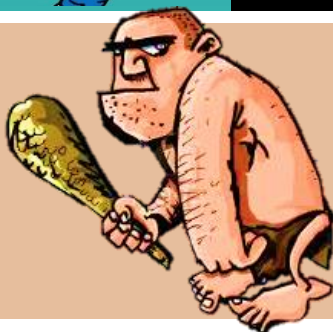
Propósito



Relaciones



Supervivencia



CEREBRO Y NECESIDADES



CEREBRO Y NECESIDADES



EL CLIENTE

¿Quién es el cliente?



CLIENTE

Es aquella persona que adquiere un producto o un servicio de una organización a cambio de una remuneración económica para la empresa.

CLIENTE INTERNO

No se puede tener un excelente servicio al cliente externo, si no se tiene un gran servicio al cliente interno.

- ¿Cuándo fue la última vez que le preguntó a sus empleados o compañeros si están complacidos con su trabajo?
- ¿Cuándo fue la última vez que mostró agradecimiento sincero a sus empleados o compañeros?



CLIENTE INTERNO

Entonces...

¿Qué buscan los clientes internos?

- Reconocimiento
- Independencia
- Contribuir con la institución
- Salario



EL CLIENTE INTERNO



Ver el video en:
<https://www.youtube.com/watch?v=qzNNY1livME>

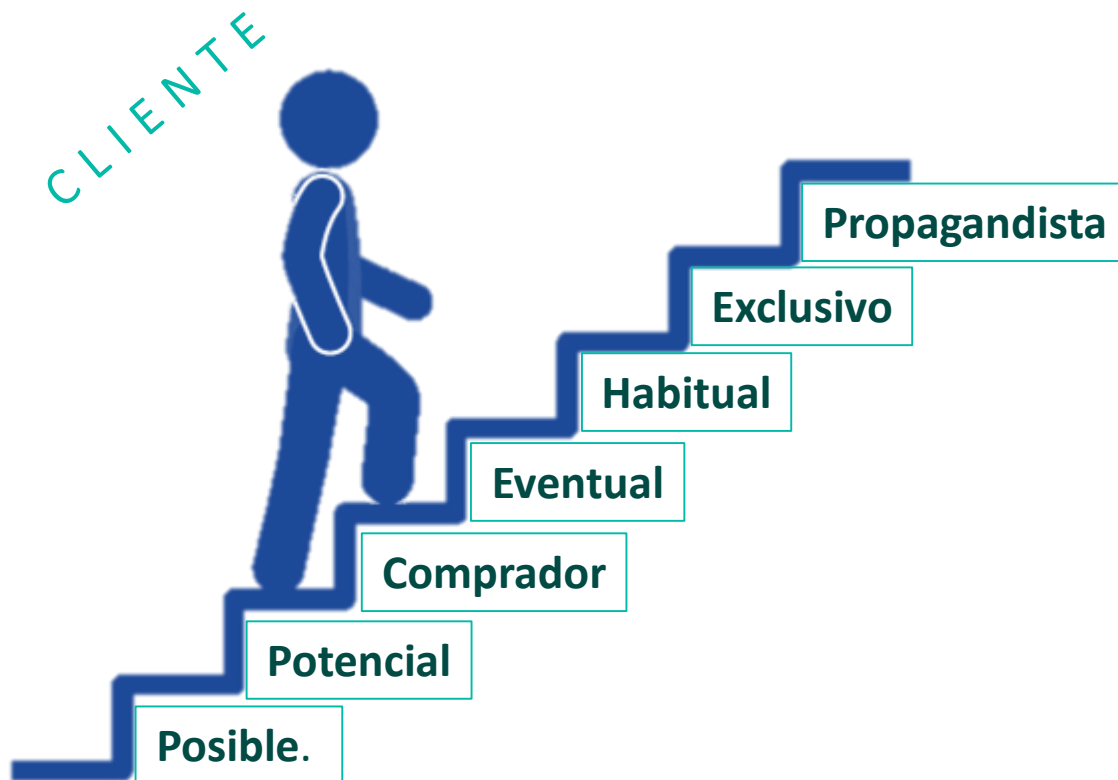
LEALTAD DE LOS CLIENTES

Lealtad significa la fidelidad que un sujeto le debe a una tercera persona.

Requisitos:

- Trato preferente
- Atención más rápida
- Ofertas especiales
- Servicios a la medida
- Información privilegiada
- Participación con la empresa
- Ayuda cuando la requiera
- Incentivos: Sorteos, regalos, descuentos, etc.
- Confianza







**¿Qué es el
servicio?**

El servicio al cliente es sí es realmente una acción de ventas

SERVICIO = VENDER



La calidad del servicio ha llegado a ser más importante que la calidad del producto

CARACTERÍSTICAS DEL SERVICIO

- Disponibilidad
- Accesibilidad
- Cortesía.
- Agilidad.
- Confianza.
- Competencia
- Comunicación.



Por qué los clientes escogen su negocio

1. Accesibilidad.
2. Comunicación.
3. Participación del cliente.
4. Incorporar servicios añadidos.
5. Mejorar los atributos críticos.
6. Empleados con orientación al consumidor.



EXPECTATIVAS

Una expectativas es lo que se considera lo más probable que suceda.

Expectativas del cliente respecto al servicio

1. Sin errores
2. Calidad a cada instante
3. Solución a problemas
4. Responsabilidad
5. Velocidad
6. Agradecimiento



FACTORES QUE HACE QUE UN SERVICIO SEA MEJOR RECIBIDO POR EL CLIENTE

- Controles.
- Procedimientos.
- Comportamientos.



SATISFACCIÓN



La satisfacción se relaciona con lo que los consumidores esperan antes de la compra y lo que perciben después de la compra.

¿Quién es el responsable de la calidad del servicio en su empresa?





“La calidad del servicio es una responsabilidad exclusiva del **nivel directivo y de jefes**, si una empresa tiene mal servicio es porque tiene un modelo gerencial deficiente”.

Jan Carlson

¿Cuál es la única razón de ser de un servicio de calidad?

Diferenciación



¿SON ESTOS ASPECTOS DIFERENCIADORES?

- ★ Cortesía
- ★ Agilidad
- ★ Limpieza
- ★ Presentación personal
- ★ Comodidad
- ★ Instalaciones físicas

No!

Mejoran la atención pero
no mejoran el servicio

Cultura de la atención

- Amabilidad
- Cumplimiento
- Agilidad
- At/ Telefónica
- Present/ Personal
- Cortesía
- Estructura física



Cultura del servicio

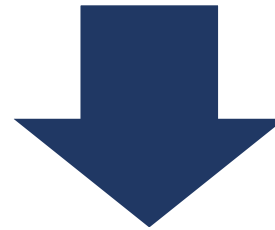
- Procesos flexibles,
- Selección Personal fáciles y sencillos
- Comunicación
- Rel/ Confianza
- Trabajo en equipo
- Autonomía
- Felicidad/Trabajo

La atención



Ventajas
comparativas

El servicio



Ventaja
competitiva



PROCESO DE LA SATISFACCIÓN

Impacto inicial positivo



La atención



La Satisfacción

El servicio



La lealtad

CONSECUENCIAS EN EL MERCADO

- Alta competitividad por procesos simples
- Permanencia del cliente
- Empleados altamente motivados
- Garantiza el posicionamiento de marca
- Crecimiento de utilidades
- Mejora la rentabilidad



FALLAS DE LA CULTURA DE SERVICIO

1. Áreas que trabajan como islas

2. Cargos que consideran que no tienen nada que ver con clientes.

3. Obsesión por el conducto regular

4. Toma de decisiones centrada en el poder o Status

5. Exceso no normas y controles



PRINCIPIOS DEL SERVICIO AL CLIENTE

- El **cliente** por encima de todo
- No hay **nada imposible** cuando se quiere
- **Cumple** todo lo que prometas
- Solo hay una forma de satisfacer al cliente, **darle más** de lo que espera
- Para el cliente, **tu marcas la diferencia**



PRINCIPIOS DEL SERVICIO AL CLIENTE

- **Fallar en un punto** significa fallar en todo
- Un **empleado insatisfecho** genera clientes insatisfechos
- **El juicio sobre la calidad** de servicio lo hace el cliente
- Por muy bueno que sea un **servicio**, siempre **se puede mejorar**
- Cuando se trata de satisfacer al cliente, **todos somos un equipo**



TALLER



1. ¿Qué significa para usted el servicio?
2. ¿Están satisfechos sus clientes con su servicio?
3. ¿Cómo lo sabe?
4. ¿Cree que necesita mejorar su nivel de servicio al cliente?
5. ¿qué puede hacer para mejorar su servicio al cliente?

The banner features a dark blue background with abstract geometric shapes in yellow, orange, and light blue with a polka-dot pattern. The text "EVOLUCIÓN CONSCIENTE" is in a light blue sans-serif font, "COACHING" is in large, bold, orange script, and "EN VALORES" is in a light blue sans-serif font.

EVOLUCIÓN CONSCIENTE

COACHING

EN VALORES

A black and white portrait of a smiling man with short dark hair, wearing a light-colored button-down shirt.

Rodolfo Flórez
Coach
Crear nombre de usuario de la página

Agregar un botón  Te gusta ▼  Mensaje ▼ ...

Biografía Información Servicios Fotos Más ▼



Rodolfo Flórez coach