



Seminario Virtual – Ponga en Marcha su Plan de Servicio al Cliente



Latinpyme

Centro de Desarrollo Empresarial
www.latinpymes.com

Ponga en Marcha su Plan de Servicio al Cliente

Conferencista:

Dr. Humberto Domínguez Collins

Agosto 2010



Seminario Virtual – Ponga en Marcha su Plan de Servicio al Cliente



Latinpyme

Centro de Desarrollo Empresarial
www.latinpymes.com

**Agradecemos a nuestros patrocinadores poder llegar
a ustedes...**



**Banco de Occidente
Credencial**





Seminario Virtual – Ponga en Marcha su Plan de Servicio al Cliente



Humberto Domínguez Collins

Ingeniero industrial con especialización en Investigación y Docencia Universitaria, y Alta Gerencia Internacional. Candidato a Magíster en investigación y Docencia de la Universidad Sergio Arboleda. Miembro fundador de la Asociación Colombiana de Control de Calidad. Con más de 25 años de experiencia en cargos directivos en importantes empresas del sector industrial y de servicios. Docente universitario, capacitador profesional, conferencista a nivel nacional y consultor en Servicio al Cliente. Colaborador en temas empresariales para revistas y agencias de reportajes especializados. Autor del libro “El servicio invisible: fundamento de un buen Servicio al Cliente”. Universidad Sergio Arboleda- Ecoe Ediciones. 2006.



Seminario Virtual – Ponga en Marcha su Plan de Servicio al Cliente
Gonzalo Trujillo Echeverri



SERVICIO AL CLIENTE



Seminario Virtual – Ponga en Marcha su Plan de Servicio al Cliente



Objetivo

Comprender la importancia del *CLIENTE* en las organizaciones modernas mediante el conocimiento de la actividad comercial y las características básicas del Servicio bajo la perspectiva gerencial estratégica.



Seminario Virtual – Ponga en Marcha su Plan de Servicio al Cliente



Latinpyme

Centro de Desarrollo Empresarial
www.latinpymes.com

LAS EMPRESAS LÍDERES EN SERVICIO AL CLIENTE ENFRENTAN Y SUPERAN CON MÁS FACILIDAD LAS ÉPOCAS DE CRISIS

“LA IMAGEN DE UNA ORGANIZACIÓN DEPENDE DE su SERVICIO AL
CLIENTE POR ESO LA IMPORTANCIA DE UNA BUENA REPUTACIÓN”

PORTAFOLIO 2004



Seminario Virtual – Ponga en Marcha su Plan de Servicio al Cliente



INTERROGANTES EMPRESARIALES

- **¿SE LE ESTÁ DANDO EN EL ÁMBITO EMPRESARIAL, LA VERDADERA IMPORTANCIA QUE LE CORRESPONDE AL SERVICIO AL CLIENTE?**





Seminario Virtual – Ponga en Marcha su Plan de Servicio al Cliente



**“LA IMAGEN DE UNA ORGANIZACIÓN
DEPENDE DE su SERVICIO AL CLIENTE POR
ESO LA IMPORTANCIA DE UNA BUENA
REPUTACIÓN”**

Portafolio, mayo 2004



NUEVO ENFOQUE

EL SERVICIO AL CLIENTE DEBE ENTENDERSE COMO UNA POLÍTICA CORPORATIVA BASADA EN UNA ESTRATEGIA DIFERENCIADORA Y NO EN UNA ESTRATEGIA SÓLO COMERCIAL

DIMENSIONES





Seminario Virtual – Ponga en Marcha su Plan de Servicio al Cliente

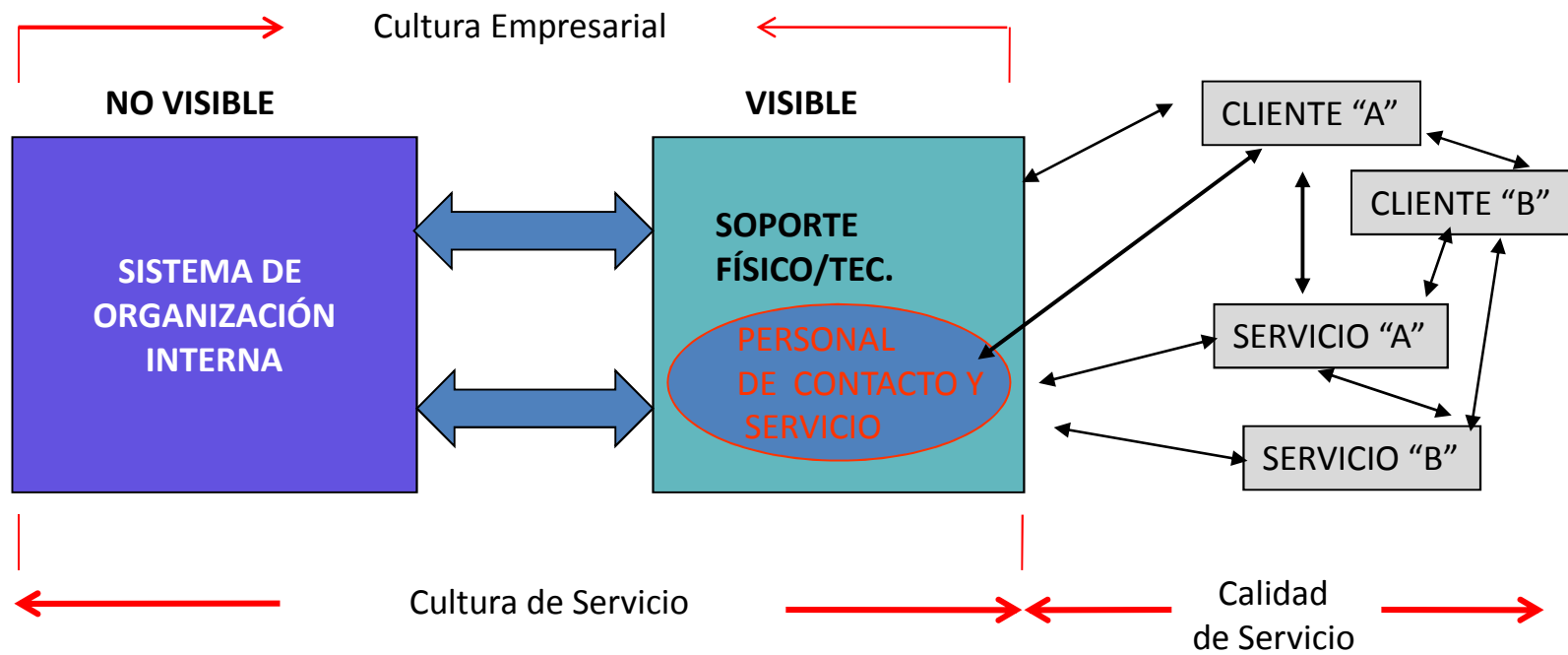


CÓMO SE BUSCA LA CALIDAD DEL SERVICIO:

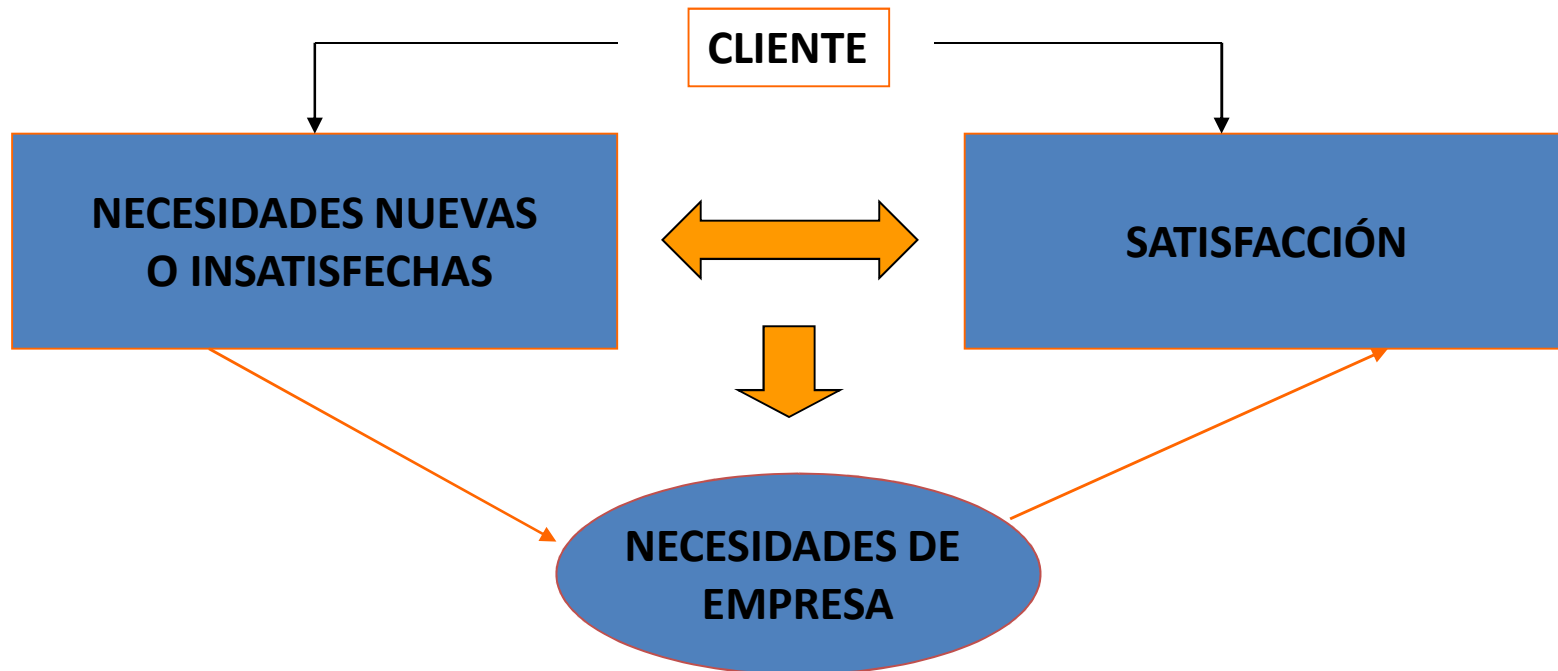
- **A TRAVÉS DE LAS PERSONAS.**
- **A TRAVÉS DE LOS PROCESOS.**
- **A TRAVÉS DE LA TECNOLOGÍA Y DEL CONTEXTO EN EL CUAL SE PROPORCIONA EL SERVICIO.**

MOMENTOS DE VERDAD

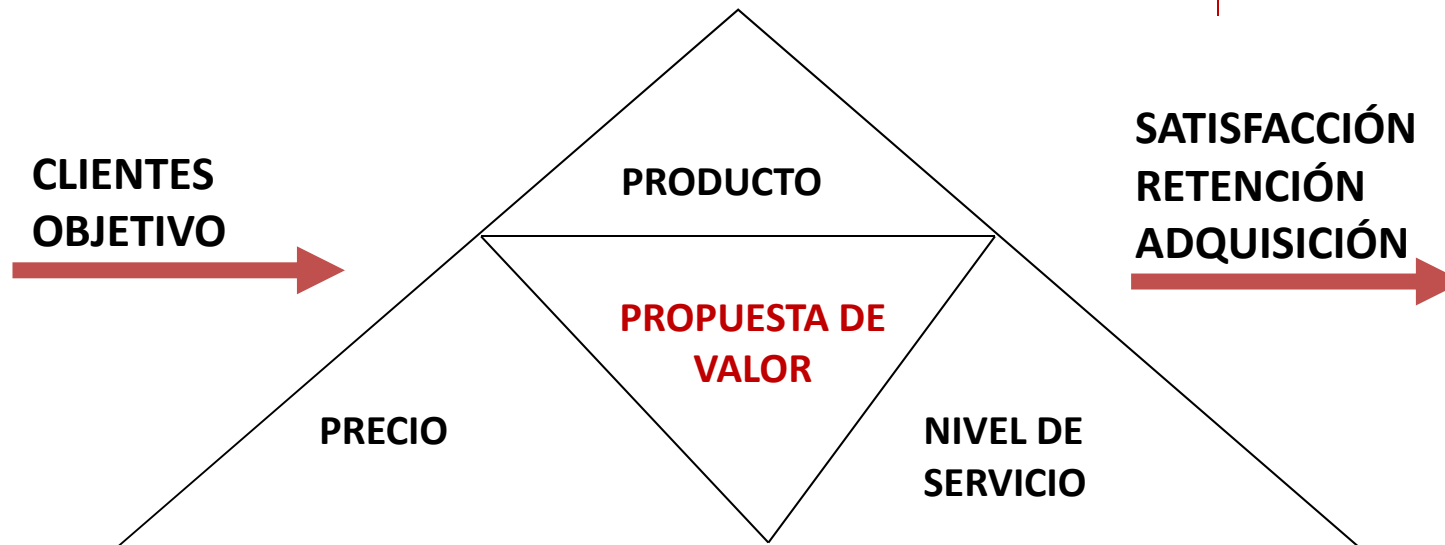
ENFOQUE DE SERVUCIÓN



SERVICIO AL CLIENTE COMO GENERADOR DE VALOR



PROPUESTA DE VALOR PARA EL CLIENTE



OBJETIVO DE LA PROPUESTA: COMUNICAR AQUELLO QUE LA EMPRESA ESPERA HACER MEJOR O DE MANERA DIFERENTE QUE LA COMPETENCIA PARA SATISFACER LAS NECESIDADES DE SUS CLIENTES



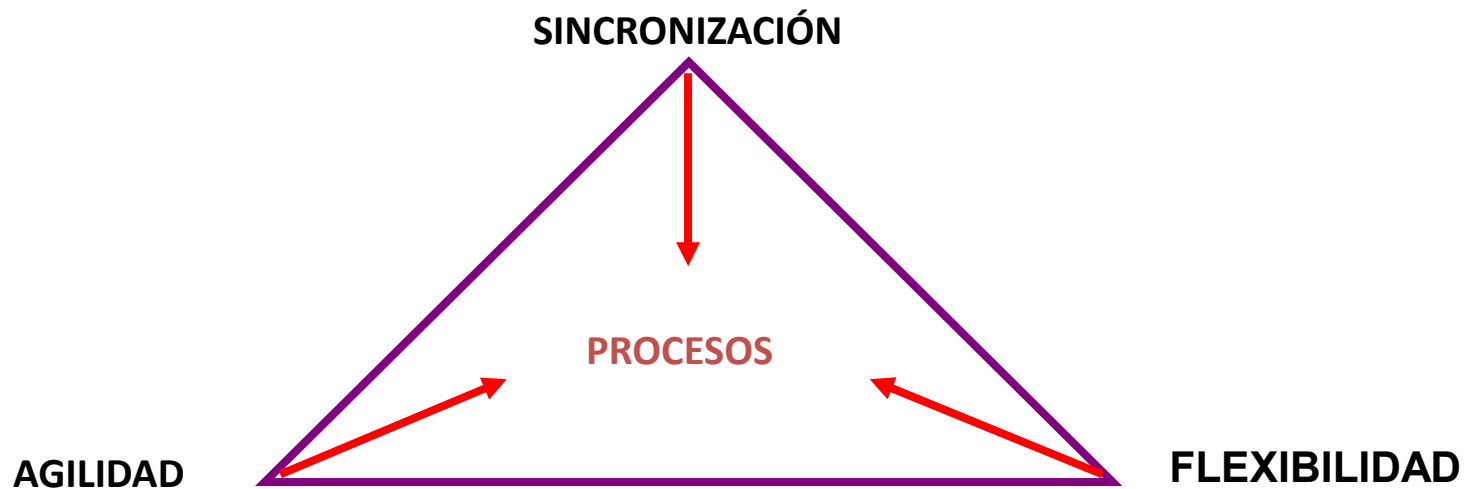
Seminario Virtual – Ponga en Marcha su Plan de Servicio al Cliente



Latinpyme

Centro de Desarrollo Empresarial
www.latinpymes.com

GESTIÓN DE PROCESOS PARA LOGRAR EL CUMPLIR LA PROPUESTA DE VALOR



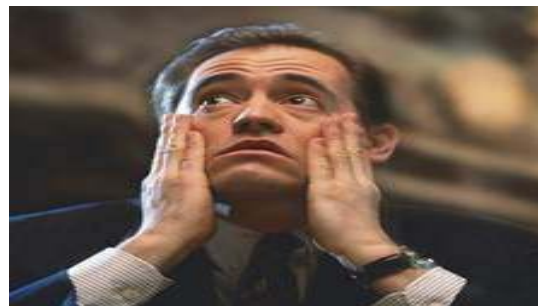


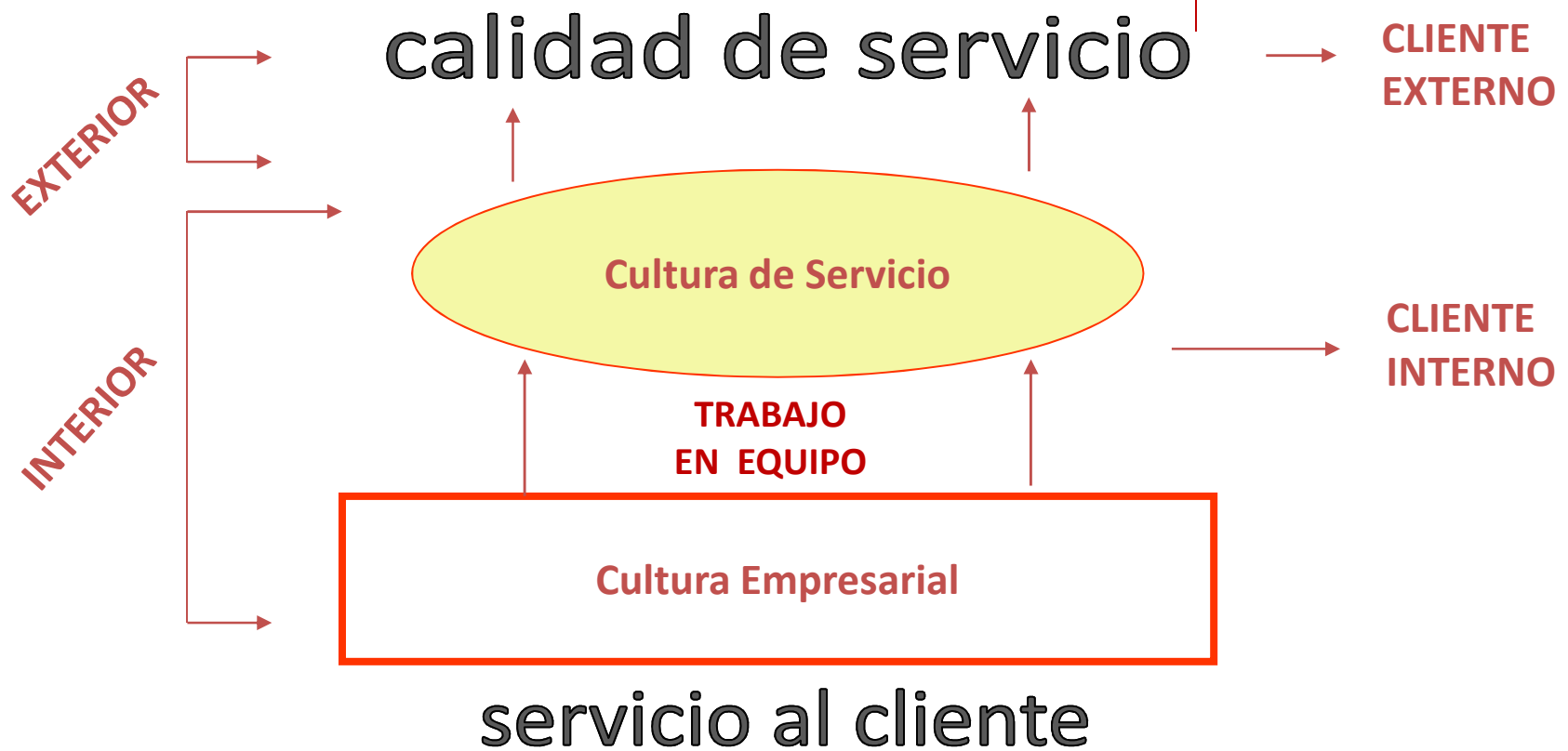
Nivel de Servicio

- **Confiabilidad**
- **Oportunidad**
- **Atención**
- **Credibilidad**
- **Instalaciones**
- **Estética**
- **Rapidez**
- **Seguridad**
- **Comunicación**
- **Responsabilidad**
- **Continuidad**
- **Disponibilidad**
- **Servicios varios**
- **Fiabilidad**

INTERROGANTES EMPRESARIALES

- **¿SE TIENE CONCIENCIA SOBRE LA IMPORTANCIA DE LA CAPACITACIÓN EN SERVICIO AL CLIENTE PARA LOGRAR UNA CULTURA DE SERVICIO COMO UNA SOLUCIÓN POSIBLE A UN PROBLEMA DE RESULTADOS?**







Seminario Virtual – Ponga en Marcha su Plan de Servicio al Cliente



Cultura de Servicio

**POCESO DE CAMBIO QUE COMPROMETE
A TODA LA ORGANIZACIÓN
ALREDEDOR DE VALORES, ACTITUDES
Y COMPORTAMIENTOS EN FAVOR DE LOS
CLIENTES**



Desarrollo de la Cultura de Servicio

- **COMUNICACIÓN**
- **CAPACITACIÓN**
- **MOTIVACIÓN**
- **EMPODERAMIENTO**



INTERROGANTES EMPRESARIALES

- **¿SE DESARROLLAN EVALUACIONES PERIODICAS QUE PERMITAN CONOCER LA CALIDAD DEL SERVICIO QUE SE OFRECE A LOS CLIENTES PARA PODER IMPLEMENTAR LOS CORRECTIVOS NECESARIOS Y GARANTIZAR CON ACCIONES EFECTIVAS LA SATISFACCIÓN DE ÉSTOS?**





Seminario Virtual – Ponga en Marcha su Plan de Servicio al Cliente



Satisfacción / Insatisfacción

- **COMPARACIÓN DE LAS EXPECTATIVAS DEL CLIENTE**
- **CON SUS PERCEPCIONES RELACIONADAS CON EL ENCUENTRO REAL DEL SERVICIO.**





Seminario Virtual – Ponga en Marcha su Plan de Servicio al Cliente



Satisfacción

PERCEPCIÓN DEL CLIENTE
EXPECTATIVAS



**EL CONOCIMIENTO DEL SERVICIO SE ADQUIERE MEDIANTE
LA EXPERIENCIA AL RECIBIR EL SERVICIO**

SERVICIO Y EL CLIENTE

PERCEPCIÓN DEL SERVICIO

SERVICIO ESPERADO

Zona de
Tolerancia

PERCEPCIÓN REAL

SERVICIO ADECUADO





Seminario Virtual – Ponga en Marcha su Plan de Servicio al Cliente



“LA EMPRESA QUE NO MIDE NO CONTROLA, Y SI NO CONTROLA NO ADMINISTRA”(BSC)

- LA AUSENCIA DE UNA EVALUACIÓN PERIÓDICA DE LA CALIDAD DEL SERVICIO TRAE COMO CONSECUENCIA:
 - DEBILITAMIENTO PROGRESIVO EN EL SERVICIO AL CLIENTE.
 - REPERCUSIONES NEGATIVAS EN LA IMAGEN Y POSICIONAMIENTO CORPORATIVO.
 - PÉRDIDA PROGRESIVA E IMPORTANTE DE CLIENTES.



QUÉ SE EVALÚA DE LA CALIDAD DEL SERVICIO POR PARTE DE LOS CLIENTES:

- **LAS PERSONAS QUE PROPORCIONAN EL SERVICIO.**
- **LOS PROCESOS SOPORTES PARA EL CUMPLIMIENTO DE LA PROMESA.**
- **EL CONTEXTO EN EL CUAL SE PROPORCIONA EL SERVICIO.**
- **PERCEPCIÓN QUE TIENEN SUS CLIENTES CON RESPECTO A LOS DEMÁS COMPETIDORES**
- **IMAGEN DE SU EMPRESA FRENTE A LÍDERES DE OPINIÓN, CLIENTES, PROVEEDORES, COMPETIDORES Y PÚBLICO EN GENERAL.**

MOMENTOS DE VERDAD

SISTEMAS DE MEDICIÓN DE LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE

MEDICIÓN INDIRECTA

- **Sistemas de quejas y reclamaciones- Medición Esporádica**
- **Buzón de sugerencias- Medición Esporádica**
- **Reuniones periódicas con clientes- Medición Continuada**

MEDICIÓN DIRECTA

- **Cuestionarios de Satisfacción- Medición continuada**
- **Entrevistas Cualitativas/ Focus Group- Medición Esporádica**



Seminario Virtual – Ponga en Marcha su Plan de Servicio al Cliente



ELEMENTOS QUE ESTAN PRESENTES EN EMPRESAS DE QUE TIENEN ÉXITO

- **Comprensión de los momentos de verdad.**
- **Una estrategia de servicios bien concebida.**
- **Sistemas de prestación de servicios orientados hacia los clientes y hacia los empleados.**
- **Personas que trabajan en contacto con el cliente deben orientarse hacia él.**



CONCLUSIÓN

UNA ORGANIZACIÓN ORIENTADA A LA CALIDAD DEL SERVICIO DEBE:

- ESTABLECER CONTACTO CERCANO CON LOS CLIENTES.
- REALIZAR INVESTIGACIÓN PERMANENTE Y SISTEMÁTICA SOBRE EL CLIENTE.
- DISEÑAR Y CUMPLIR CON LA OFERTA DE SERVICIO.
- ELIMINAR LOS NIVELES DE MANDO QUE RESULTEN INNECESARIOS.
- AGILIZAR LOS PROCESOS DE TOMA DE DECISIONES.
- COMPROMISO DE LA GERENCIA.



Seminario Virtual – Ponga en Marcha su Plan de Servicio al Cliente



MUCHAS GRACIAS

HUMBERTO DOMINGUEZ COLLINS
cscservicioalcliente@hotmail.com



Seminario Virtual – Ponga en Marcha su Plan de Servicio al Cliente



Suscríbese a la Revista Latinpyme

SUSCRÍBASE YA A LA
REVISTA LATINPYME POR
TAN SOLO \$80.750 PESOS

Reciba 11 ediciones al año con
la mejor información
empresarial

REGISTRESE EN
WWW.LATINPYMES.COM O
LLAME YA PBX: (571) 6918907
EN BOGOTÁ (COL)

