

Servicio al cliente

BANCOLDEX
FORMACIÓN EMPRESARIAL



UNIVERSIDAD
ICESI

UNIVERSIDAD
ICESI



Actividades interrelacionadas con el fin de que el cliente obtenga el producto y/o atención en el momento y lugar adecuados.





- **El 68% de los clientes no vuelven a una empresa por la actitud mostrada por los empleados.**



Generar
experiencias
memorables

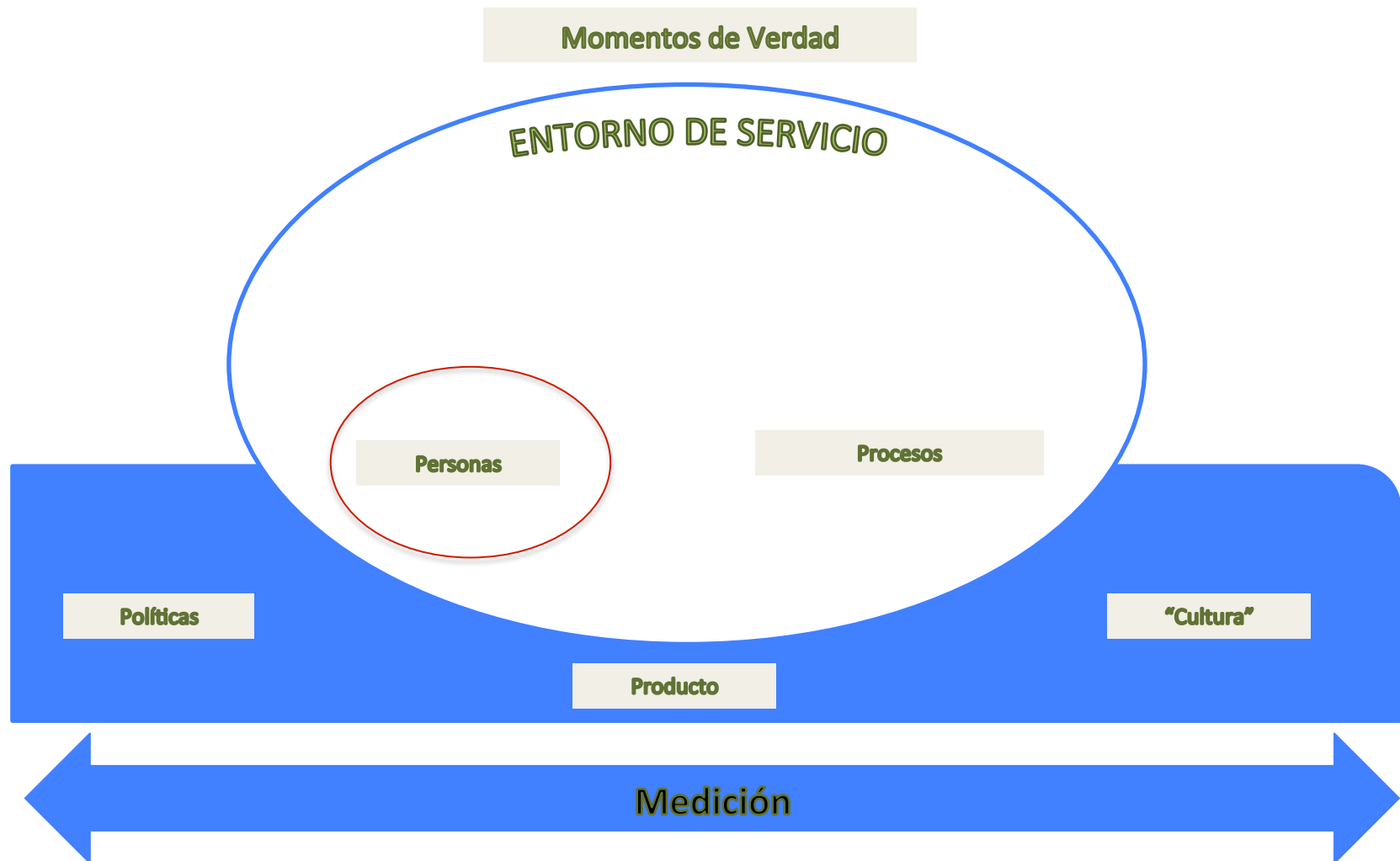
**Humanización y
personalización:**
ponerme en el lugar
del otro.



La Atención

- Saber escuchar
- El lenguaje corporal
- Factor clave, para un futuro negocio.

5 ELEMENTOS



TIPOS DE CANALES

Los Canales pueden dividirse en 2 tipos:

Canales en tiempo real

- Canal telefónico líneas locales
- Canal telefónico Línea gratuita (018000)
- Canal de colaboración web/chat
- Canal de videoconferencia
- Presencial en la misma empresa (Horario de atención)
- Línea Celular
- Kioskos de autoservicio en línea
- Presencia en Redes Sociales: Facebook, Twitter.

Los Canales de Mensajería son: (la atención es diferida, no es inmediata)

- Canal de e-mail o correo electrónico
- Canal de fax
- Mensajes SMS
- Correo directo

Por qué son importantes los canales?



A través de ellos se generan los **momentos de verdad** con el cliente.

Se requieren **modelos de servicio basados en comunicación eficaz**, que den soporte total a los **momentos de verdad con el cliente**.

La gestión de servicios de calidad es aquella que **genera y entrega valor al cliente**.

Para tener en cuenta

- Póngase en los zapatos del cliente.
- Valide los acuerdos de servicio
- Aclare las responsabilidades de las partes que están involucradas.
- Realice reuniones frecuentes y presente informes de avance.
- Valide la satisfacción interna con una encuesta o revisión posterior.
- Cumpla sus compromisos.



8 Claves

- La estrategia
- Orientación al cliente
- Velocidad
- Contratar al personal idóneo
- Toma de decisiones
- Entrenamiento
- Eliminar lo innecesario
- Medición de resultados



**"If you'd like to press 1, press 3.
If you'd like to press 3, press 8.
If you'd like to press 8, press 5..."**



La estrategia precio funciona a corto plazo



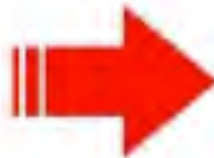
Momento de la verdad

Ciclo de Servicio

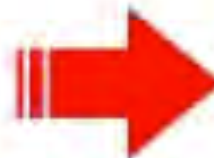
Seleccione el segmento o perfil del cliente



Elabore el ciclo básico de servicio



Enumere los momentos de verdad







Elaborar los estándares de servicio de cada ciclo

Más allá de una atención telefónica



Los estándares de servicio

- **CICLO:**

- Cliente solicita información. 
- El cliente presenta la documentación. 
- El cliente espera la resolución. 
- El cliente firma el contrato. 

- **ESTANDARES:**

El cliente será atendido en menos de 2 minutos.

Entregar un hoja con todos los requisitos.

Cada caso será resuelto en un máximo de 3 días hábiles.

La firma debe ser ante un Notario y se le entrega una copia.





Manejo de conflictos y Resolución de problemas

