

Atención al cliente: El triángulo del servicio - estrategias en empresas

de Michael Palomino - curso de secretariado médico - Instituto San Pablo - profe: Chora

22-2-2017

Principios

Una empresa vive de sus clientes. El cliente es la clave porque el cliente es el mercado.

Clientes que no son satisfechos no vienen más y distribuyen rumores malos.

Los servicios van en crecimiento y la alta calidad del servicio al cliente es un factor de la competición de empresas.

Por eso la ciencia sobre el cliente importa mucho y provoca un provecho respecto a otras empresas. Los sistemas de una empresa deben estar focalizados hacia la satisfacción de las necesidades del cliente.

El triángulo del servicio

Para mejorar condiciones falta comunicación. Por eso hay un "triángulo de servicio". Ese triángulo del servicio consiste en 3 puntos respecto a la atención al cliente:

Punto 1: el **contacto entre clientes y empleados de la 1a línea**

Punto 2: el **contacto entre líderes y empleados.**

Punto 3: el **contacto entre los sectores (departamentos)** de la empresa (**gerencia-líderes - líderes-líderes**).



Solo con esa comunicación mejorando las condiciones paso a paso sale un "conjunto de servicios diferenciados".

Punto 1: el contacto entre clientes y empleados de la 1a línea

El proceso principal de una empresa manejan los empleados de la 1a línea con los clientes. **Los empleados de la 1a línea determinan el éxito de la empresa.** Eso es un **proceso interactivo**. El cliente quiere un servicio personalizado.

La ciencia de los empleados de la 1a línea

- exige conocer los requerimientos de los empleados de la 1a línea
- los empleados de la 1a línea instalan la conexión con los clientes en "los momentos de verdad"
- así los empleados de la 1a línea también deben tener más autoridad para decisiones y los líderes deben permitir esa autoridad



plaza vea jiron de la union cajas 2011.wmv



plaza vea jiron de la union cajas 2011.wmv

La importancia en una empresa: La pirámide invertida: clientes tienen primera prioridad

La pirámide hiarquica clásica indica que la importancia sería así:

Gerente general - administradores - líderes supervisores - empleados de 1a. línea - clientes

Pero la importancia para una empresa de verdad es el contrario: los clientes son la gente la más importante, así sale la pirámide invertida:

Clientes - empleados de 1a. línea - líderes supervisores - administradores - gerente general.

La pirámide invertida del servicio al cliente



Punto 2a: los líderes

Los jefes del personal y su ciencia de los empleados de atrás

- conocer los requerimientos de los empleados de atrás
- tienen visiones y perspectiva
- mantienen una estrategia
- proyectan valores importantes.



Los líderes deben ser motivados y convencidos de la empresa y de una cultura de servicio.

Los líderes desarrollan la cultura de servicio en una empresa

- haciendo investigaciones empresariales con los empleados Y
- haciendo investigaciones del mercado con los clientes para desarrollar el ambiente motivacional para empleados Y clientes.

La meta es de conocer variables como

- satisfacción en el trabajo
- seguridad en el trabajo
- pago y beneficios
- oportunidades de carrera
- supervisión competente
- ambiente armónico
- desarrollar nuevos caminos, metas, puestos y carreras.

Los líderes con los empleados

El contacto personal con el personal importa - es el elemento lo más importante del servicio:

- definir objetivos claros y simples para los empleados
- demostrar el impacto que tendrá la calidad de servicio en el cliente con estadísticas
- seleccionar los empleados que saben bien manejar clientes
- dan la motivación a los empleados
- comunican sus creencias
- respaldan los empleados con acciones
- actúan como soporte, guía y colega de los empleados
- se comunican con los empleados
- son un ejemplo para los empleados
- desarrollan al personal entrenándolos permanentemente
- dando oportunidades a empleados de hacer su carrera
- retroalimentar los empleados (dar feedback).

Los líderes con los empleados Y con los clientes

- los líderes instalan el ambiente motivacional para los empleados Y para los clientes
- los líderes hacen investigaciones con los empleados Y con los clientes (investigación de mercado)

Punto 2b: la administración y la estadística de clientes y de ventas



Los empleados intermedios son la administración y la estadística

Solo con la ayuda de los empleados de niveles intermedios, el contacto cliente-empleado de 1a. línea será exitoso.

La administración eficiente (con los empleados de niveles intermedios) es un punto importante en una empresa.

La administración debe servir al servicio y no el servicio a la administración.

Solo una administración eficiente permite una ciencia sobre los procesos entre los sectores de una empresa.

Administración y estadística

La administración **fija estándares** de rendimiento que permitan **determinar objetivos cuantificables**. La administración siempre quiere **mejorar o redefinir el producto de servicio** para impresionar a los clientes.

La estadística del cliente: conocer el cliente bien

Falta conocer el cliente con investigaciones científicas:

- **conocerlo bien** (necesidades, actitudes, percepciones, valores, motivaciones)
- **segmentar** los clientes (clasificar clientes en tipos para no olvidar productos para vender)
- **averiguar las expectativas** del clientes (así sea satisfecho o aun más que eso)
- **averiguar el estado psicológico** del cliente
- **averiguar la competencia** del cliente (así no sea un producto complicado en la oferta que ninguno compra etc.).

La ciencia del cliente

Con la ciencia del cliente se averigua los deseos de los clientes para adaptar la empresa a los deseos:

- **conocer los requerimientos** del cliente
- el cliente va mejor con **tranquilidad**, con **confianza**, con **cortesía**
- el cliente va mejor cuando los empleados tienen **tiempo para escuchar** y saben escuchar
- el cliente va mejor **sin promesas falsas** (no deben prometer más de lo que son capaces de cumplir)
- **reclamos deben ser bien averiguados** con cuidado lo más alto que posible (con sumo cuidado), identificando los verdaderos problemas.

La estadística positiva

Los empleos medios de la estadística controlan las ventas. Cuando el servicio al cliente mejora así

- **aumentan las ventas** y aumenta la cantidad de clientes
- **aumenta la lealtad de clientes** y los clientes regresan más: los clientes repiten sus visitas donde se acentúa (enfatisa) el buen servicio
- provoca que hay una **fama buena de la empresa** y vienen más clientes
- provoca que los **empleados quieren quedarse en la empresa** y mejorar más el servicio y **casi no hay rotaciones** por salidas de la empresa
- **salen recompensas y beneficios** para los empleados.



La estadística negativa

Cuando el servicio al cliente empeora así

- **baja la productividad** y **bajan las ventas**
- los **clientes no regresen más** y sale un menor retorno
- los **empleos se van** por ser echado la culpa y sale una alta rotación.



Puntos para mejorar una empresa: apoyar los empleos y conocer los clientes

- **revisar políticas, procedimientos, sistemas**
- mejorar el servicio al interior de una empresa para reforzar los puestos de la 1a línea
- **ayudar a empleados**
- **hacer mejor su labor**
- **mejorar la productividad** de los empleados

Un programa de Servicio - ejemplo para una organización

Se puede desarrollar una estrategia de servicios formando grupos de trabajo. En una organización los tres temas siguientes deben ser desarrollados:

- capacitación
- entrenamiento
- comunicación.

Punto 3: gerencia (dirección)-líderes - líderes-líderes



La dirección (los directivos) apoyan y controlan para mejorar las condiciones en los departamentos de una empresa

Los directivos

- cumplen su rol (papel) de soporte y apoyan el labor de la 1a. línea
- cumple su guía de control
- deben organizar una administración eficiente y empleados motivados de la 1a. línea para un servicio eficiente y rápido (expedita)
- la meta es aun de superar las expectativas del cliente
- control: identificar fallas y necesidades para cada departamento
- control: cada detalle importa: priorizar los requerimientos de cada departamento
- control: averiguar que cada departamento tiene su función e importancia o menos importancia
- control: definen y averiguan los criterios de calidad desde el punto de vista departamento cliente y comparar la definición con la realidad
- y cuando un departamento es considerado como importante para el contacto con los clientes se puede aun desarrollar una "misión de servicio" para ese departamento.

Ese control sale con equipos inteligentes de cajas y con cámaras inteligentes.

Opinión personal



Cola cada día en el sol - Metropolitano en Lima en el paradero Naranjal - eso es el peor servicio y es tortura

1. Una empresa vive por sus productos.
2. El servicio de una empresa importa como el producto.
3. Un producto bueno no se vende bien con un servicio malo.
4. En un centro comercial debería ser una persona que habla inglés bien para clientes del extranjero. Así deberían formar su personal así unos hablen inglés bien.
5. El ambiente de un centro comercial importa mucho con detalles, p.e. con apartados o con cajeros que no deben ser instalados en el sol.
6. El servicio público en el Perú es generalmente malo todavía porque a los gobierno y a los gerentes del estado no les interesa el servicio a la población pero les interesa más la droga, la coima, el casino y la cuenta bancaria en Suiza y ríen sobre la población.
7. Cuando yo veo en un Banco de la Nación varias veces (!) que de 10 ventanillas solo trabajan 2 así se sabe en cual estado es ese estado del Perú.
8. Hacer la cola más que media hora es una tortura pero el servicio no mejora.
9. Hacer la cola en el sol es una tortura pero el Ministerio de Salud no interviene. En el Metropolitano, delante de bancos (sobre todo el Banco de la Nación) y delante de la Reniec hay colas en el sol que sufren muchísimo.
10. Parece que el Ministerio de Salud tiene una función decisiva contra la cola en el Perú.
11. Los bancos del Perú brillan con un servicio que falta: no hay transacciones automáticas de un banco a otro banco - y así hay siempre más cola y no menos. Al gobierno no interesa porque están con bancos suizos que brindan cada servicio
12. El servicio de transportes no quiere instalar trenes rápidos - ni barcos rápidos - así el servicio de transportes en la costa del Perú queda con una velocidad de caracol.
13. El servicio en un casino en el Perú es mejor que en un banco porque el casino es robo legal.

etc. etc. etc.

Fuentes

Cajeros: https://www.youtube.com/watch?v=G5lvi_4ZI8Q

Jefe de personal:

<http://notiakiragirl.blogspot.pe/2007/12/bullying-el-drama-de-los-escolares.html>

Estadística: <http://studenttorget.no/statistiker>

Éxito positivo: Powerpoint

Fracaso negativo: Powerpoint

Boss: <https://midwestoffice.com/worlds-best-boss>

Cola en el sol en el Metropolitano en Lima Naranjal, es tortura: Foto de Michael Palomino