

# Calidad en el servicio

## Tema 4. El Servicio de Atención al Cliente en la empresa



# Tema 4. Servicio de atención al cliente en la empresa

## Subtemas

1. Funciones de un sistema de Servicio de Atención al Cliente
2. Desarrollo del modelo de Atención al Cliente y diseño de estrategias
3. Instrumentos para medir el servicio al cliente



# Tema 4. Servicio de atención al cliente en la empresa



# Servicio de atención al cliente en la empresa

- Su propósito es: **mejorar la calidad del servicio para aportar valor en la empresa.**
- Requiere el esfuerzo en conjunto entre los directivos y los empleados.
- Hay que analizar cada departamento de la empresa para definir las estrategias que se necesitan para la implementación del programa.

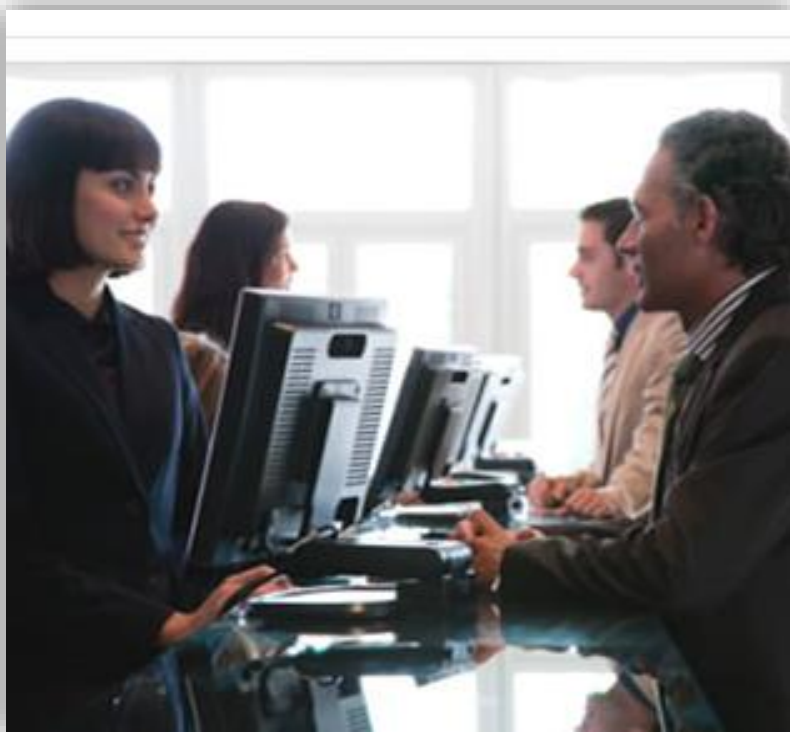


# Funciones de un sistema de servicio de atención al cliente

1. Coordinar y mantener el vínculo y entendimiento con cada usuario.
2. Vigilar los cambios que se producen en las necesidades de los clientes.
3. Estimular la creatividad para el desarrollo de propuestas.
4. Crear mecanismos que refuercen el sentido de compromiso.
5. Planificación de un programa de capacitación para los empleados.  
(Tschohl, 2008).



# Desarrollo del modelo de atención al cliente

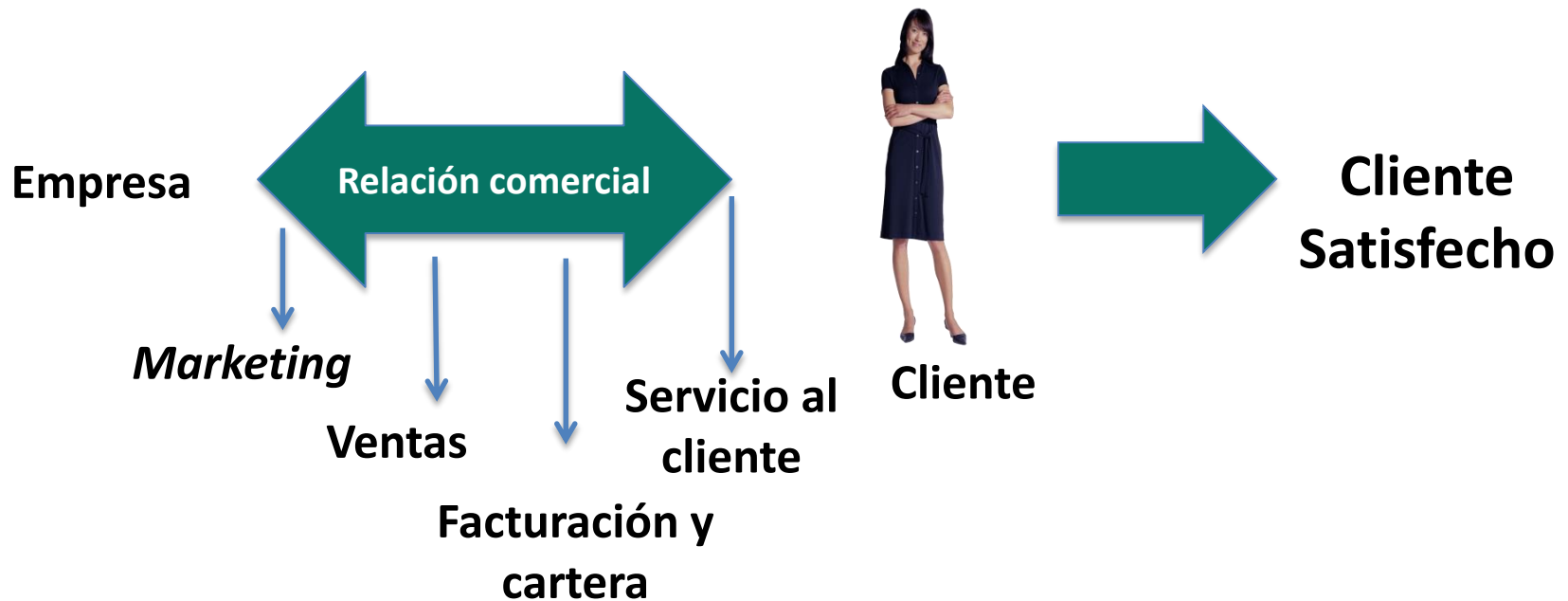


Para enfocar el estilo gerencial hacia la **cultura del servicio**, se requiere identificar en la organización las áreas críticas de éxito que le apunten a satisfacer al cliente.

(Restrepo, 2006).

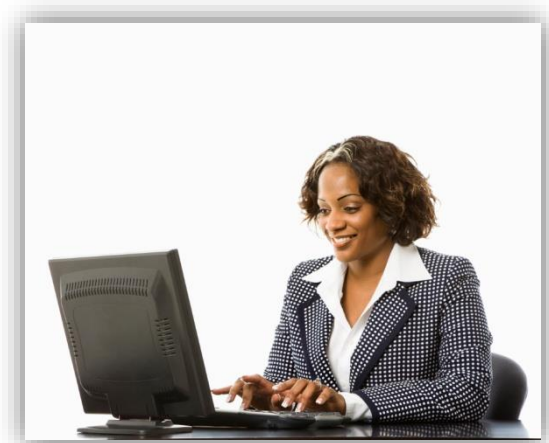
# Metodología para proyectar la empresa en función del cliente

Las áreas de la organización en que se tiene una mejor relación con el cliente externo son:



# Metodología de implementación

1. El equipo del departamento de satisfacción del cliente debe promover la filosofía de colocarse en la posición del cliente.
2. El equipo del departamento de satisfacción del cliente debe identificar los aspectos del servicio de cada área de la empresa en los que el usuario está satisfecho.
3. El equipo del departamento de satisfacción del cliente debe identificar los grandes problemas que se han tenido con los usuarios.





# Metodología de implementación

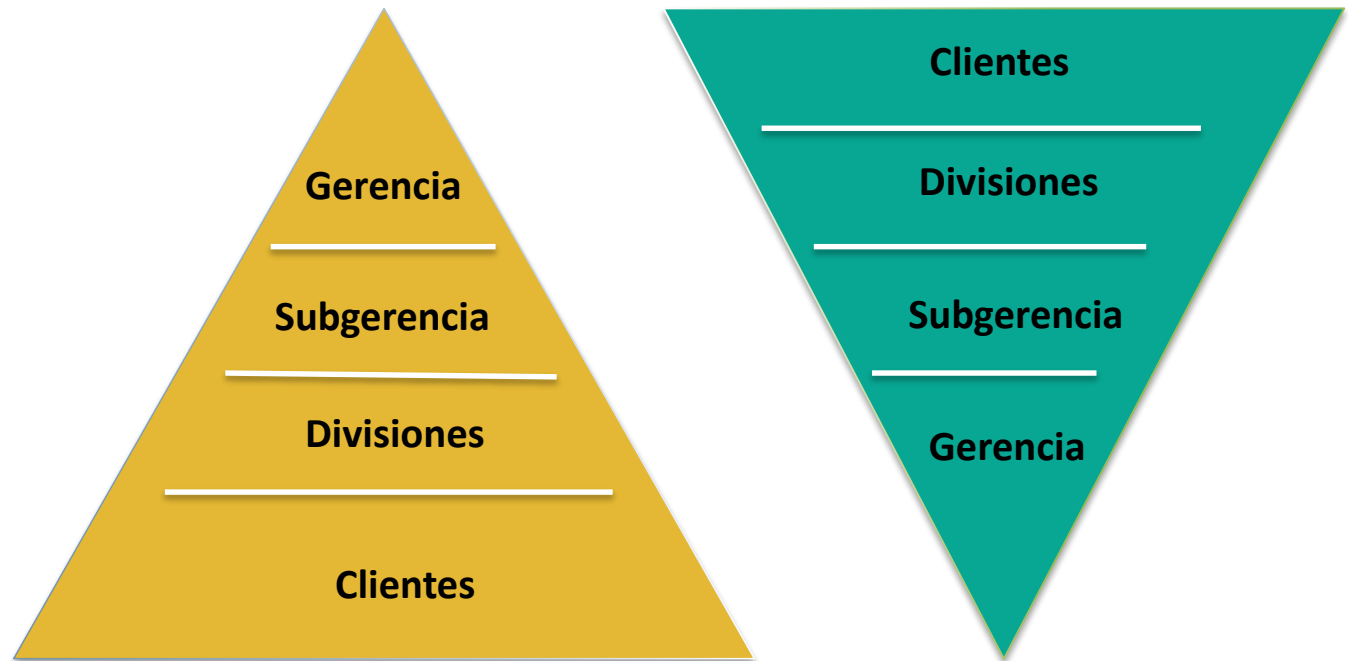
1. Identificar la manera en que se manifiestan estas áreas de oportunidad en la empresa y como los proveedores de cada área de la empresa le dan solución.
2. Dar solución a los retos existentes y los que se vayan a presentar.
3. Dar seguimiento a cada una de las estrategias definidas en cada una de las áreas de la empresa.



# Metodología de implementación

La filosofía de la empresa debe dar un giro de 180 grados en la que el cliente debe estar en primer lugar en la estructura organizacional:

Filosofía



# Definición de estrategias

## Formato para definir las estrategias de implementación

(Adaptado por Tschohl 2008)

Diseño de estrategias
<b>Departamento:</b>
<b>Problemas</b>
<b>Causa</b>
<b>Estrategia</b>
<b>Resultado</b>

# Instrumentos para medir el servicio al cliente



## Buzón de Sugerencias

Es para que los usuarios puedan hacer comentarios y /o sugerencias.



## Panel

Es la realización de entrevistas en un tiempo definido a los clientes internos y externos de la empresa.



## Encuesta

Es la realización de entrevistas en un tiempo definido a los clientes internos y externos de la empresa.

# Instrumentos para medir el servicio al cliente



## **Actor espía**

Contratar a personas que actúen como clientes, para poder corroborar la atención que recibieron por parte del empleado de la empresa.



## ***Call Center***

Realizar llamadas telefónicas para atender sugerencias y dudas de los clientes, además para realizar encuestas o dar información en relación al producto o servicio que la compañía ofrece.

# Créditos

- Experto de contenido: Berenice Aguilar Ibarra
- Diseñadora instruccional: Alejandra Laura Govea Garza
- Diseñadora gráfica: María Enriqueta López Galván
- Programador: Hugo Arnulfo Aguilar Bugarin
- Administradora del proyecto: Enna A. Espinosa Sastré
- Coordinadora: Adriana M. González González
- Dirección del proyecto: Laura A. Serrano Corral

**Dirección de Innovación  
Vicerrectoría de Formación Ejecutiva y Adultos  
Tecmilenio Online  
Universidad Tecmilenio**

***La obra presentada es propiedad de ENSEÑANZA E INVESTIGACION SUPERIOR A.C. (UNIVERSIDAD TECMILENIO), protegida por la Ley Federal de Derecho de Autor; la alteración o deformación de una obra, así como su reproducción, exhibición o ejecución pública sin el consentimiento de su autor y titular de los derechos correspondientes es constitutivo de un delito tipificado en la Ley Federal de Derechos de Autor, así como en las Leyes Internacionales de Derecho de Autor.***

***El uso de imágenes, fragmentos de videos, fragmentos de eventos culturales, programas y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, es exclusivamente para fines educativos e informativos, y cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por UNIVERSIDAD TECMILENIO.***

***Queda prohibido copiar, reproducir, distribuir, publicar, transmitir, difundir, o en cualquier modo explotar cualquier parte de esta obra sin la autorización previa por escrito de UNIVERSIDAD TECMILENIO. Sin embargo, usted podrá bajar material a su computadora personal para uso exclusivamente personal o educacional y no comercial limitado a una copia por página. No se podrá remover o alterar de la copia ninguna leyenda de Derechos de Autor o la que manifieste la autoría del material.***