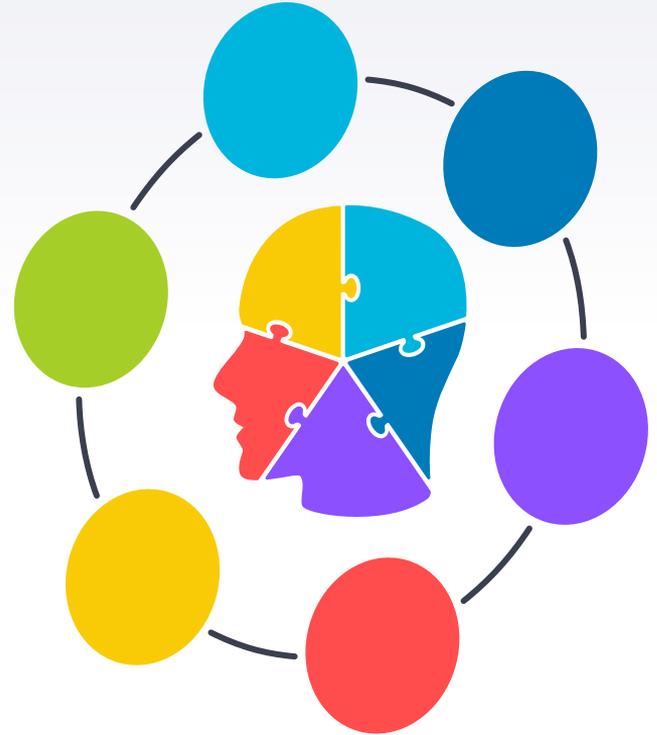


¿Cómo mejorar
nuestro servicio
al cliente?



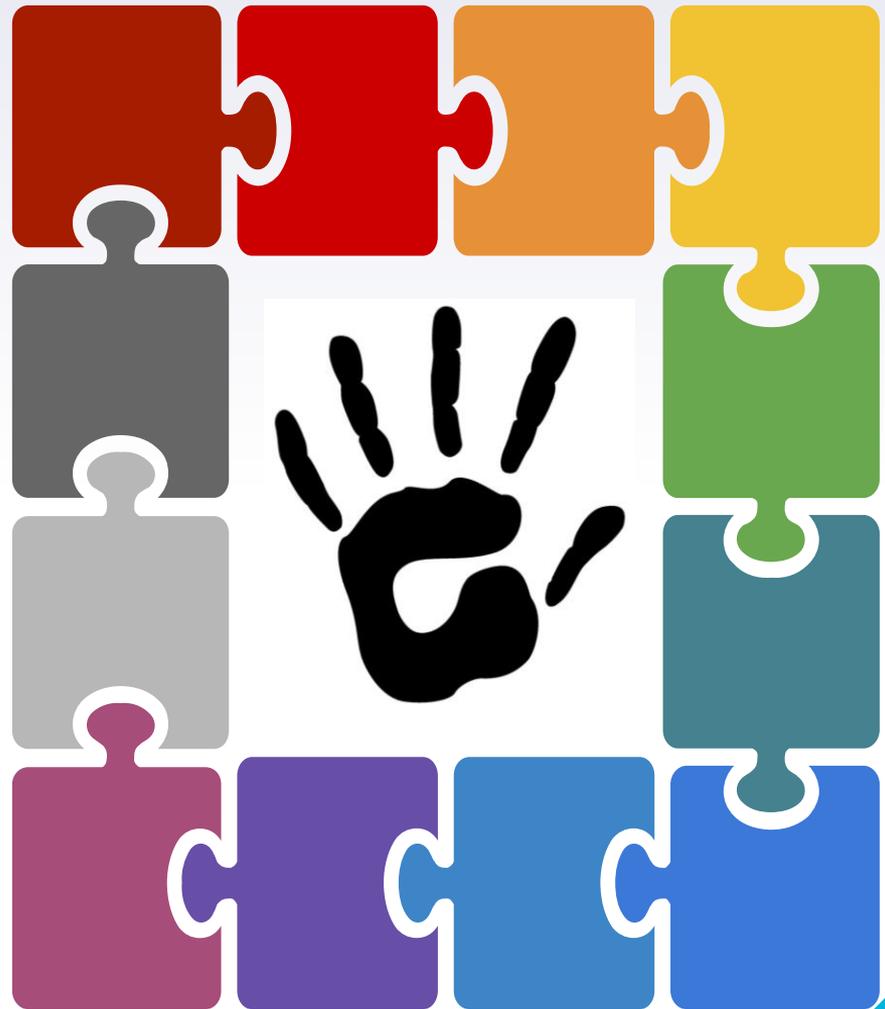
Agenda



- ▶ Definamos el concepto de “cliente”
- ▶ Necesidades de los clientes
- ▶ Modelo Disney
- ▶ Recomendaciones para un excelente servicio al cliente

Actividad inicial

- ▶ Escriba **en los dedos** de la mano impresa, características de un buen servicio al cliente.



Let's change our perspective

Son clientes

- Son las personas más importantes de la empresa.

No dependen de nosotros (as)

- Nosotros (as) dependemos de ellos y ellas.

No interrumpen nuestro trabajo

- Son la razón para hacerlo.

No le hacemos un favor al atenderlos

- Nos dan la oportunidad de hacerlo.

No son un número más en la planilla

- Son seres humanos con sentimientos que merecen un trato respetuoso.

Cientes internos

- ▶ Son las personas que laboran dentro de una misma empresa, sin importar el rango.



Cientes externos

- ▶ Son las personas que comúnmente vienen a la empresa a intercambiar bienes o servicios.

Existen algunas necesidades que solemos olvidar...

Sentirse bien recibido

Servicio puntual

Sentirse cómodo (a)

Servicio ordenado

Sentirse comprendido

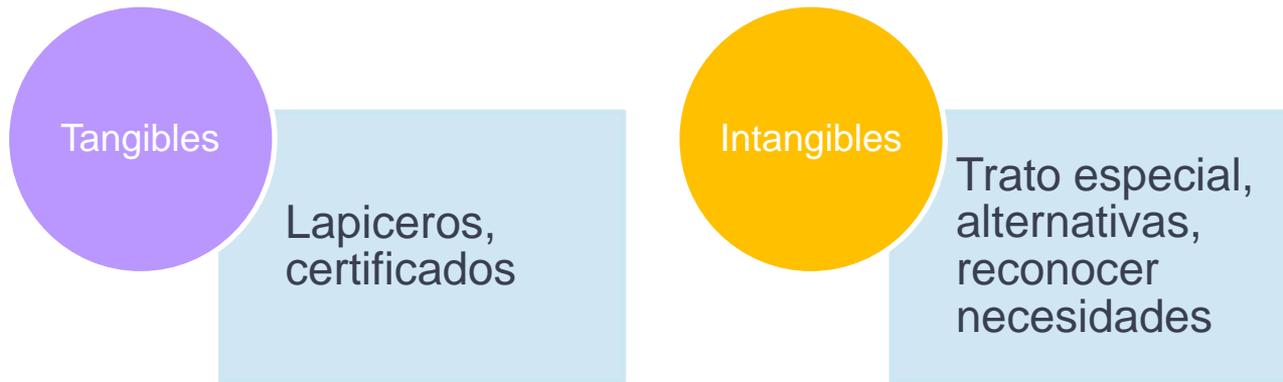
Recibir ayuda o asistencia

Sentirse importante

Sentirse apreciado o recordado

▶ Valor agregado

Es algo que se añade al producto o servicio, con la finalidad de que la persona cliente quede complacida con algo que no esperaba.



► Disney: el modelo de servicio al cliente

- ❖ El modelo de servicio Disney ha sido tan poderoso que ha sido capaz de trascender más allá del propio mundo de Disney.
- ❖ Es un modelo que ha sido extendido y aplicado a muchas organizaciones hoy en día.
- ❖ Su propósito y objetivo central es servir al cliente

- ▶ El modelo de servicio Disney se basa en las personas.
- ▶ Personas que siendo parte de la organización generan una interacción con el cliente.
- ▶ Pretende que cada uno de sus colaboradores entregue a sus clientes una experiencia.



Competencia

El modelo se apoya a partir de la competencia, no desde un punto competitivo, si no enfocándose en como las personas deben de estar preparadas para estos efectos.

Eso deriva en prestar una fantástica atención a los clientes, ya que justamente estos colaboradores se van desarrollando en las competencias necesarias.



Cuidando a sus colaboradores logra que las cosas sean congruentes y además sean consistentes, utilizando un mecanismo fundamental para que no se pierda ese foco que consiste en:

RECOMPENSAR

RECONOCER

CELEBRAR

Lo anterior deriva en que cada persona haga una verdadera diferencia.

Lo que lleva a establecer de forma sintetizada una fórmula del éxito: elementos que estando presentes y bien conjuntados redundan en un mejor resultado:

La experiencia

Para que dicha fórmula de éxito se logre se requiere que la experiencia como tal sea de calidad para cada uno de los miembros (tanto los colaboradores como los clientes). El como se entrega y como se percibe.

Calidad en la práctica

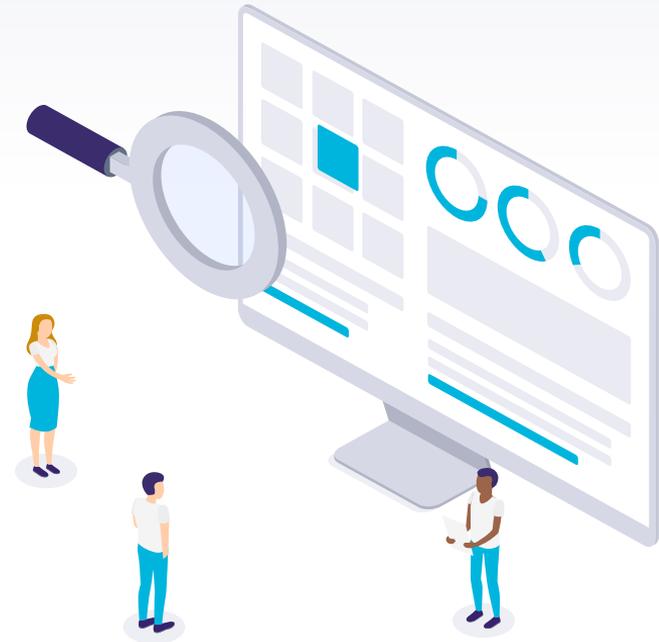
Dar calidad en la práctica del propio negocio. Al integrar estos 3 elementos se traducen en experiencias y expectativas rentables para su negocio.

Invitadología

Se trata de entender la mejor manera de generar este esquema de invitación y de relación entre los colaboradores y clientes. Lo que abarca: Comprender las necesidades, manejo de las emociones, estándares de calidad y deseos.

1. Para Disney, el éxito proviene de las personas.
2. El objetivo es satisfacer al cliente.
3. El modelo tiene como base:

- Prestar una fantástica atención a los detalles.
- Predicar con el ejemplo.
- Escuchar mejor a los clientes a través de muchos oídos.
- Recompensar, reconocer y celebrar.



4. El aspecto diferenciador comienza desde su vocabulario:

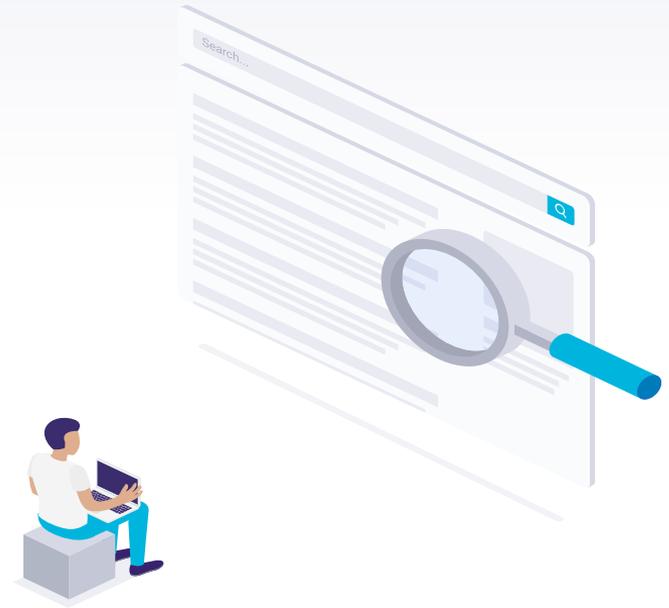
- No son empleados, son miembros del elenco.
- No tienen uniforme, tienen vestuario.
- No tienen un puesto, tienen un rol.
- No reciben clientes, reciben invitados.

5. Aplicar la fórmula del éxito generará experiencias y expectativas.



6. La invitadología implica la integración de unas necesidades, invitando con las emociones y teniendo en cuenta los estereotipos que determinan los estándares de calidad.

7. La estrategia de servicio es un triángulo donde los conceptos clave son: personas, procesos y tecnología



¿Cuáles son la serie de características que le dan forma a la excelencia del servicio del modelo Disney?

Ser competentes



Que todo aquello que se promulgue se predique



Los clientes deben ser escuchados



Recompensar, reconocer y celebrar



► Para recordar:

- Utilizar experiencias singulares y gratamente memorables para los invitados (o clientes) es la mejor manera de darles razones para volver.
- La excelencia en el servicio se ve reflejada en la propuesta de valor y la calidad del servicio.
- Los fundamentos que hacen exitoso al mundo Disney y su modelo pueden ser replicados en diversos ámbitos de las organizaciones orientadas al servicio.



- Hablar de mejores prácticas en el servicio al cliente implica tener un enfoque claro, pensar en el éxito a través de las personas, así como en una innovación constante que abarque todos los frentes y en la generación de una cultura organizacional de servicio.
- Un momento de la verdad es cuando el cliente hace contacto con la empresa (aunque sea de forma remota) y, debido a eso, tiene la oportunidad de formarse una impresión. Es una poderosa idea que puede ayudar a la gente de empresa con orientación a los servicios, a cambiar sus puntos de vista y pensar en la experiencia del cliente.



- Éxitos estelares: aquellos que generan una impresión positiva.
- Pésimos amargos: el cliente recibe una impresión desfavorable.
- La filosofía para el liderazgo promete romper moldes, hacer de tus empleados tu marca, mantenerse en la cabeza del pelotón y vigilar lo que se dice y se hace.



- Los momentos de la verdad se pueden clasificar en:

1. obligados: requeridos para la satisfacción.

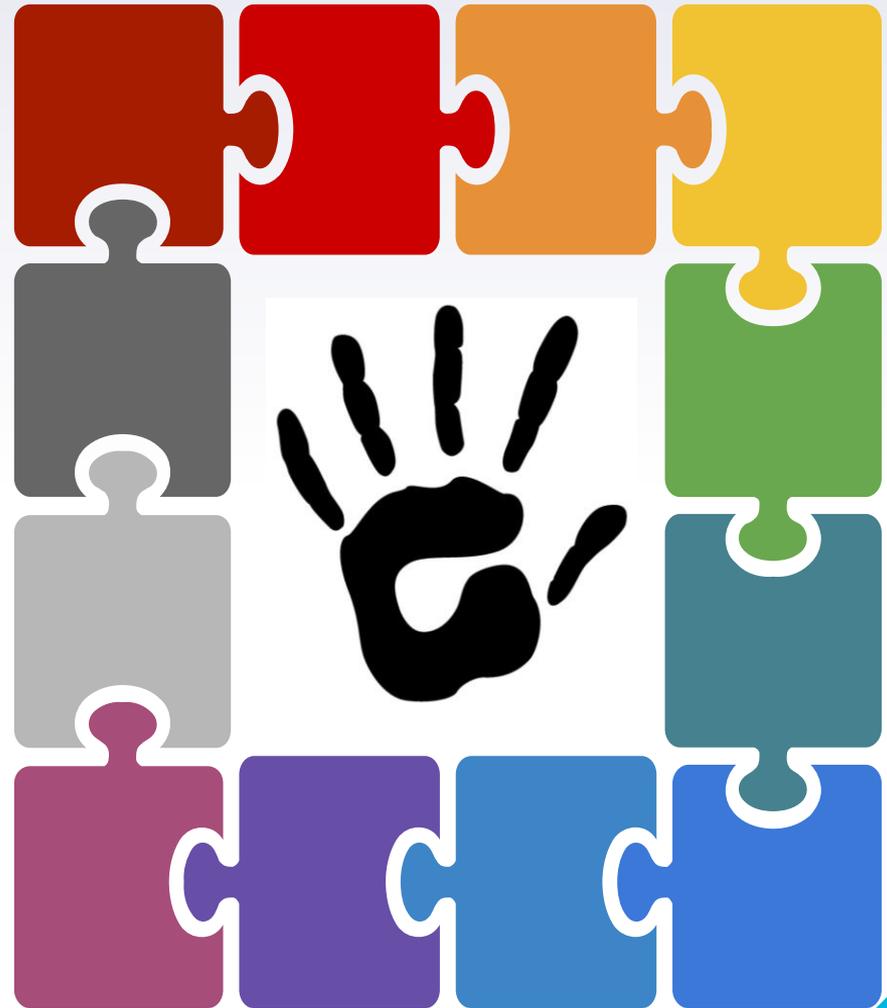
2. de desempeño: entre mejor es, más feliz es el cliente.

3. para complacer: no se esperan; incrementan la satisfacción.



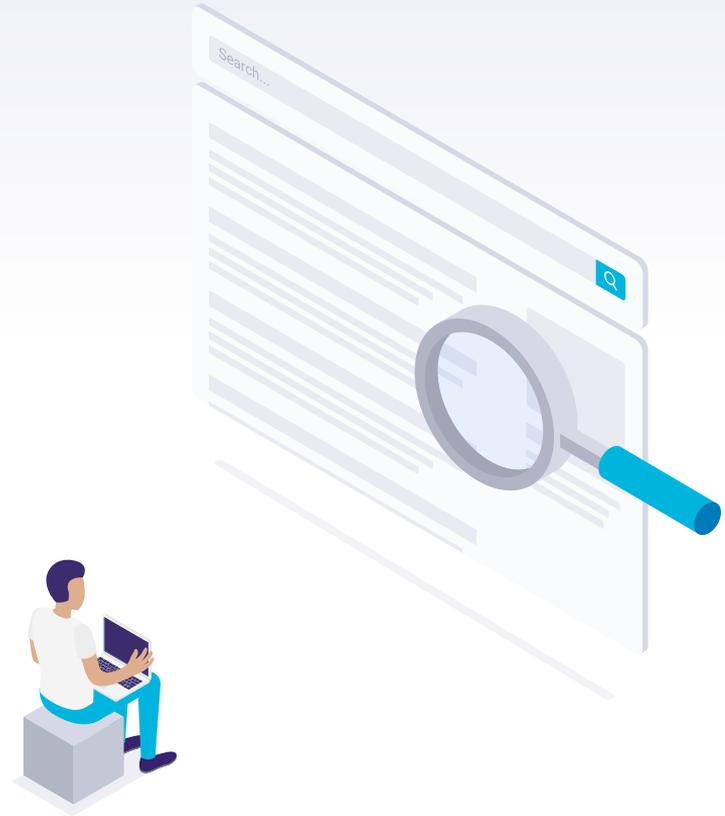
Actividad de cierre

- ▶ Escriba **en la palma** de la mano impresa, lo que sería la clave del éxito en el servicio al cliente.



Thanks!

- ▶ Any questions?





SlidesCarnival icons are editable shapes.

This means that you can:

- ▶ Resize them without losing quality.
- ▶ Change fill color and opacity.
- ▶ Change line color, width and style.

Isn't that nice? :)

Examples:



Find more icons at slidescarnival.com/extra-free-resources-icons-and-maps

Diagrams and infographics

