

CONTENIDOS

5.1 Evolución de la excelencia en el servicio.

5.2 Características personales principales en la atención al cliente.

5.3 Técnicas de atención al cliente

5.1 Evolución de la excelencia en el servicio



MOMENTOS DE LA VERDAD

- □ **Definición de acoger:** Recibir o admitir, a una persona en tu casa con el fin de tenerla como invitada, ayudarla o protegerla.
- □"La clientela crea la primera impresión de una persona o de un lugar en los primeros 5 segundos de conocerlo". En el 90% de los casos estas impresiones son definitivas"
- ☐ "Acoger, no solo se hace a la llegada de la clientela, si no que se realiza en cada momento que el personal tiene contacto con la clientela"



• Hacer participe a los • Los clientes son propensos clientes de la marca como a encantarse con una algo propio. Ellos marca en función a los necesitan contribuir y valores que se muestran. para sentirse opinar actores en la evolución de una marca. MUESTRA **HAZLES** TUS **PARTICIPE VALORES CUENTA EMOCIONA** UNA **HISTORIA** Asocia la marca, producto • La gente no compra y servicio a una emoción productos, si no, las concreta que genere historias que estos recuerdos y experiencias. productos representan.

Valores de la Hospitalidad

EXCELENCIA

Buscamos ser los mejores en todo lo que hacemos. Nuestro enfoque está en la creación de valor, que sea generado por nuestros colaboradores, apreciado por nuestros clientes y respetado por nuestros competidores.

INTEGRIDAD

Somos rectos y honrados en todo lo que hacemos. Ya sea con nuestros clientes o con nuestros colaboradores, buscamos que nuestro actuar sea siempre justo.

PASIÓN

Nos entregamos al 100%, nos apasiona lo que hacemos, y tenemos una convicción vehemente por ser excelentes en el servicio al cliente.

COMPROMISO

Nos obliga a honrar la palabra dada y responder a nuestros actos.

INNOVACIÓN

Somos creativos y capaces de generar soluciones novedosas o modificar las ya existentes, siempre en busca de generar mayor valor para nuestros clientes.

Entregando un buen servicio

Pobre Servicio

Lentitud

Apatía

Pasividad

Desinterés

Lejanía

No sabe

APATÍA



√ Empatía

✓ Escucha

✓ Dialoga

✓ Propone

√ Resuelve

✓ Asesora

√ Genera venta

EQUILIBRIO

Sobre Servicio

Abruma

No respeta

espacios

No respeta

tiempos

Aburre

Interrumpe

SOBRE REACCIÓN

Decálogo de la Excelencia en el Servicio

1. El cliente esta primero.

2. Cuida al cliente.

3. Ten como base la lealtad y confianza en tu actuar.

5. Da soluciones, siempre siendo íntegro y eficiente

4. Comprende las necesidades del cliente, supera sus expectativas.

6. Cumple con lo que prometes.

7. Brinda un servicio excepcional, en el que se pueda confiar.

8. Trabaja en equipo para producir un servicio global y de excelencia.

9. Siéntete orgulloso y responsable de tus acciones, creativas e innovadoras.

10. La satisfacción del cliente, es medida por nuestro desempeño.



Fuente: UNITEC

5.2 Características personales aplicadas al servicio "Inteligencia emocional"



La **inteligencia emocional** es la capacidad para identificar, entender y manejar las emociones correctamente, de un modo que facilite las relaciones con los demás, la consecución de metas y objetivos, el manejo del estrés o la superación de obstáculos.

Las personas con una alta inteligencia emocional no necesariamente tienen menos emociones negativas, sino que, cuando aparecen, saben manejarlas mejor. También tienen una mayor capacidad para identificarlas y saber qué es exactamente lo que están sintiendo y también una alta capacidad para identificar qué sienten los demás. Al identificar y entender mejor las emociones, son capaces de utilizarlas para relacionarse mejor con los demás, tener más éxito en su trabajo y llevar vidas más satisfactorias.



FUENTE: https://habilidadsocial.com/test-de-inteligencia-emocional/

Autoconocimiento

Conocimiento emocional Autoevaluación Confianza en si mismo

Empatía

Comprensión a los demás Orientación hacia el servicio Aceptación de la diversidad

Inteligenci

a

emocional

Autorregulación

Autocontrol Integridad Adaptabilidad Innovación

Habilidades Sociales

Comunicación
Liderazgo
Resolución de situaciones
Trabajo en equipo
Trabajo colaborativo

Motivación

Logros Compromiso Iniciativa Optimismo

HABILIDADES BLANDAS



HABILIDADES SOCIALES

·EMPATÍA ·ANÁLISIS SOCIAL **INTERNAS** ·AUTOCONTROL **·ESCUCHA OBSERVACIÓN** ·ASERTIVIDAD ·EXPRESIÓN EMOCIONAL ·NEGOCIACIÓN **EXTERNAS PERSUASIÓN** -GESTIÓN CONFLICTO ·CONVERSACIÓN ·LENGUAJE CORPORAL

COMUNICACIÓN













La comunicación verbal puede realizarse de dos formas: oral: a través de signos orales y palabras habladas o escrita: por medio de la representación gráfica de signos.





La comunicación no verbal se realiza a través de multitud de signos de gran variedad: Imágenes sensoriales (visuales, auditivas, olfativas...), sonidos, gestos, movimientos corporales, etc.



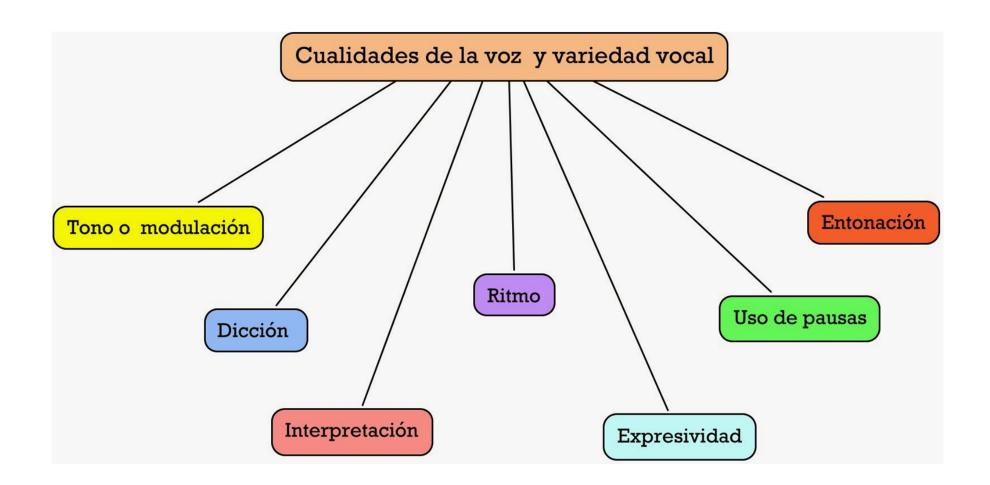












COMUNICACIÓN NO VERBAL



FUENTE: www.analisisnoverbal.com

CONSEJOS PARA MEJORAR LA COMUNICACIÓN INTERPERSONAL



1. Ponerse en el lugar del otro



2. Demostrar empatía



3. Mirarse frente a frente



4. Incorporar gestos visuales



5. Saber escuchar para saber hablar



6. Discutir los temas uno a uno



7. Elegir el lugar y momento



8. Evitar gritar



9. Ser positivo



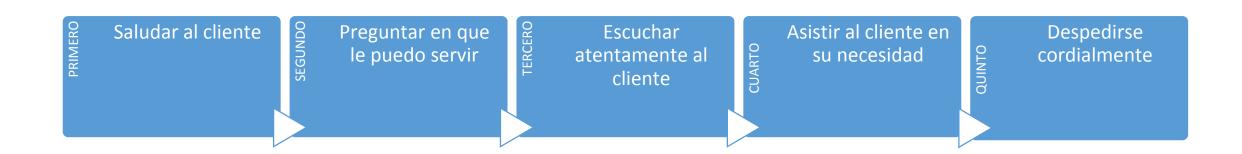
10. Conciliar

5.3 Técnicas de atención al cliente

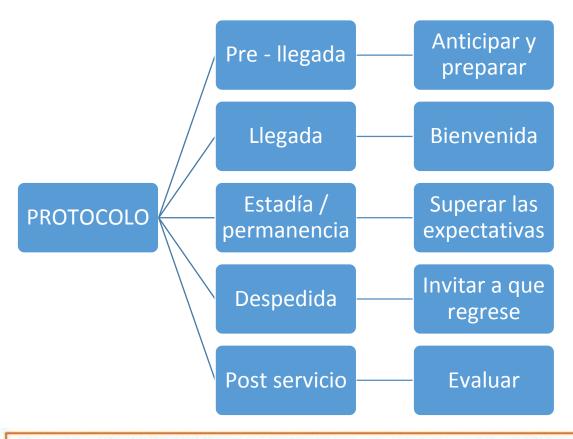


¿Qué es la Atención?

- Es una necesidad básica de los seres humanos; igual a comer, respirar o ingerir agua
- Es hacerle sentir al otro que si nos interesa: él, sus gustos, sus preferencias, su punto de vista aunque este difiera del nuestro. Y también, que lo respetamos y valoramos.
- Es hacer sentir que "cuentas conmigo"
- Es una herramienta para el éxito de la vida y de los negocios



Ejemplo de protocolo para atención al turista



Momentos DE LA VERDAD de contacto claves en cada fase de la EXPERIENCIA

Anticipación, Fraseología a utilizar, revisión Procesos de contacto y momentos de la verdad acciones claves, Personalización, Atención al detalle, Cortesía, Empatía, Lograr prescripción, Reafirmación, SORPRENDER.

Servicio al cliente

Tener un proceso de Evidenciar conformidad Definir la cultura atención de peticiones, del cliente con el quejas, reclamos y organizacional servicio prestado sugerencias Hacer uso de Evaluar la prestación herramientas del servicio por parte Identificar las tecnológicas para del trabajador de necesidades del cliente ofrecer una mejor manera interna y experiencia al cliente externa Aplicar programas de Implementar Asignar un protocolo de capacitación en programas de mejora, atención al cliente en atención al cliente para cada día ofrecer todas las áreas de dirigido a los un excelente servicio al trabajo trabajadores cliente

Resolución de quejas y reclamos

RECLAMO

Expresión de descontento e insatisfacción relacionada directamente con los productos y servicios que ofrece la Institución. Tiene lugar cuando la institución realiza algún compromiso con una tercera persona y no lo cumple.

QUEJA

Manifestar el descontento de algo que no tiene relación con los productos o servicios que entrega la Institución. No hay compromiso por parte de la Institución.

SUGERENCIA

Es la proposición, idea o indicación que se ofrece o presenta con el propósito de incidir en el mejoramiento de un proceso, cuyo objeto se encuentre relacionado con la prestación de los productos y/o servicios de una institución.

CONSEJOS DE COMO ACTUAR ANTE UN RECLAMO

No tomes las cosas como algo personal.

Elimina las distracciones.

Muestra empatía.

Evita las actitudes de condescendencia o impaciencia.

Practica la Paciencia, deja la Tolerancia. Afronta al cliente.

Mira a los ojos.

Escucha activamente.

Tono agradable de voz.

Adopta una ACTITUD que demuestre interés.

> Evita comienzos desagradables.

La queja nos mejora como empresa

- 1. La QUEJA nos permite conocer la percepción del cliente.
- 2. La QUEJA ofrece la OPORTUNIDAD de afianzar la relación con los clientes.
- 3. La QUEJA permite obtener una apreciación de la ejecución operacional de la empresa.
- 4. En conclusión, la queja es UNA OPORTUNIDAD DE MEJORA.

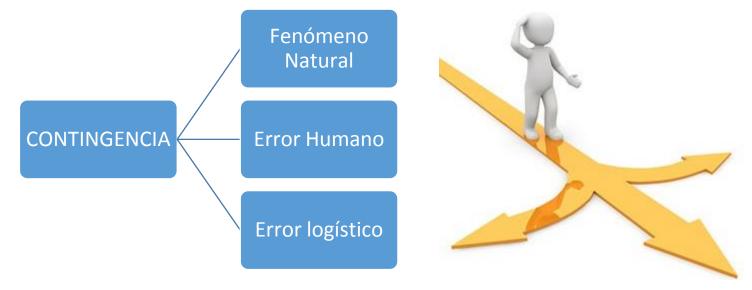
Pro actividad para resolución contingencias



DEFINICIÓN DE CONTINGENCIA

Suceso que puede suceder o no, especialmente un problema que se plantea de forma imprevista.

"Las contingencias del día a día: estar preparado para la suma de experiencias necesarias para enfrentarse con las contingencias que se le avecinan"



Plan de Contingencia

- ☐ Disminuye el margen de error.
- ☐ Permite optimizar las responsabilidades que comprenden todo el protocolo de seguridad.
- ☐ Ayuda a obtener mejores resultados.









NIVELES DE ALERTA

- 1. Alerta verde
- 2. Alerta amarilla
- 3. Alerta Naranja
- 4. Alerta roja



PROCEDIMIENTOS Y ACCIONES

- DETERMINACIÓN DE RECURSOS
- 2 DEFINICIÓN DE SUMINISTROS Y SERVICIOS PARA LA RESPUESTA

Acción frente a Contingencia: Fenómenos Naturales



Acción frente a Contingencia: Error humano y logístico

Toda persona que esta en contacto con el cliente proyecta actitudes y realiza acciones que afectan a este:

La telefonista que recibe las solicitudes de los clientes, el portero que es el primer contacto con el cliente, el recepcionista y en general, todo el personal que finalmente esta a disposición del cliente, ya sea en tareas de administrativas u operativas.

Consiente o inconscientemente, el cliente siempre va a evaluar la forma como la empresa entrega el producto y/o servicio, como trata a los clientes y como logra sortear los infaltables imponderables.



