

# Bienvenidos

## Servicio al Cliente

# Reglas



Decomiso de celulares, laptops, licuadoras, etc.

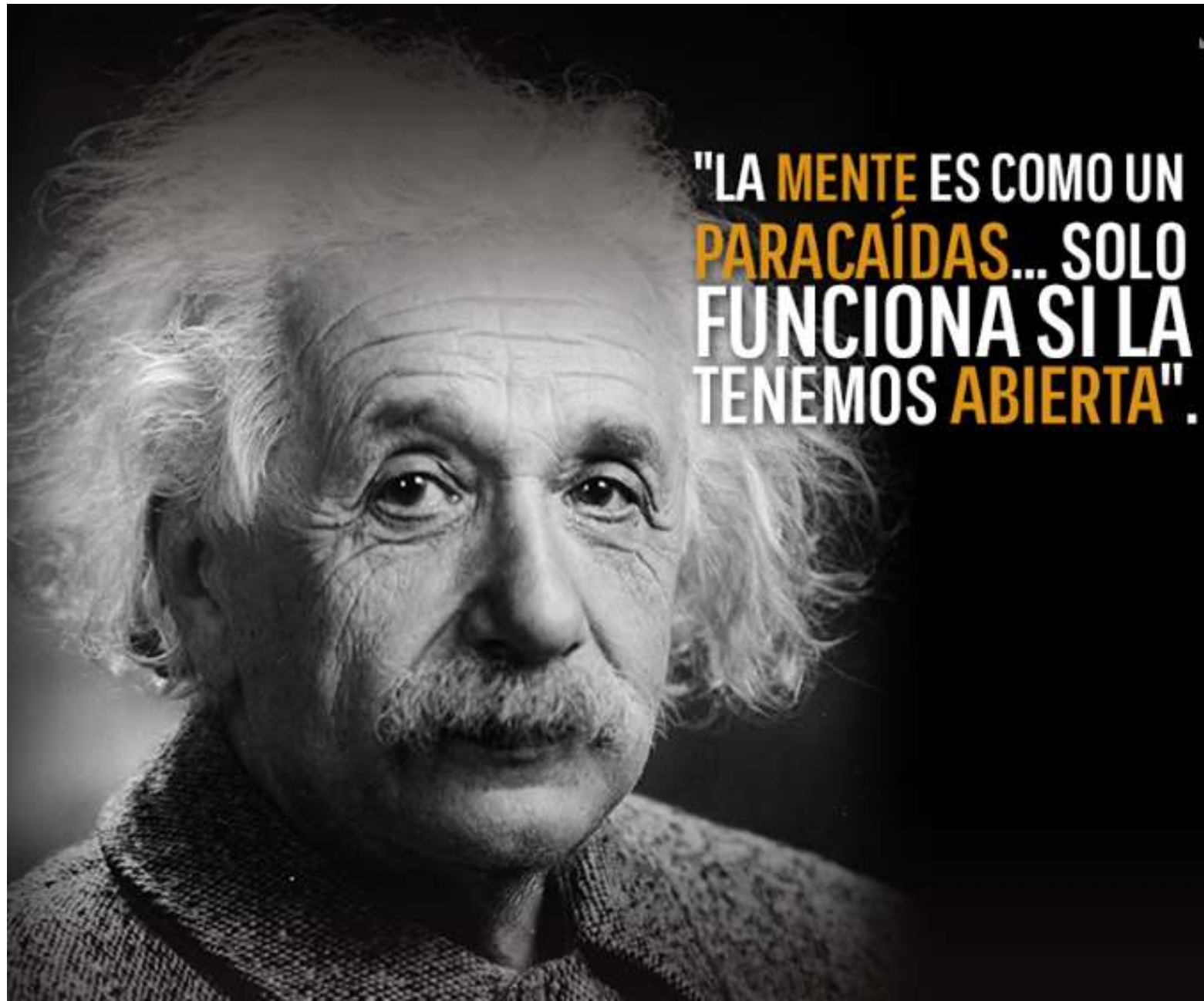
**Enroque** (cambiarse de lugar y de sección, record es de 9.63 segundos)



Participación activa

Liga con esta presentación al final del curso





"LA MENTE ES COMO UN  
PARACAÍDAS... SOLO  
FUNCIONA SI LA  
TENEMOS ABIERTA".

# Warm up



# Servicio Interno

**!Excelente Servicio**  
**Interno = Excelente**  
**Servicio Externo!**

ENROQUE



# Fundamentos teóricos básicos

La Estrategia de servicio de calidad

# Definición de Servicio al Cliente

## ¿Que es un cliente?

- Cualquier persona con la cual interactúo y requiere de mi talento

## ¿Cuantos tipos de clientes hay?

- Externos
- Internos

## ¿Qué es servicio al cliente?



# ¿Qué es Servicio Excepcional?



# ¿Qué es Servicio Excepcional?

**“Exceder las necesidades técnicas y emocionales de los clientes mediante la mentalidad de valor agregado”**

# Servicio Excepcional = Necesidades Técnicas + Emocionales



# Objetivos del Servicio Interno de Calidad



# ¿Quién Decide?

El servicio al cliente interno es una función de la percepción de sus clientes, no de sus estándares actuales

El cliente interno es quien decide si recibió un producto o servicio de calidad


Si el cliente interno no se siente bien servido, su servicio al cliente interno es pobre independientemente de que todos sus estándares hayan sido hechos a la perfección

# !La satisfacción del Cliente!




!Es el resultado de la suma  
total de las experiencias del  
cliente contigo!

# !La satisfacción del Cliente!

A man with dark hair, wearing a dark button-down shirt, is smiling broadly and holding a grey rectangular sign in front of his chest. The sign contains white text. The background is plain white. There are decorative horizontal bars: two yellow bars on the left and one dark blue bar on the right.

En el servicio al cliente, no importa en absoluto lo que usted piense y sepa

# !La satisfacción del Cliente!

A man with dark hair, wearing a dark button-down shirt, is smiling broadly and holding a grey rectangular sign in front of his chest. The sign contains text in Spanish. The background is white with decorative horizontal bars in yellow and dark blue at the top.

Lo importante es lo que tu cliente piense,  
aunque sus requerimientos sean ilógicos,  
carentes de suficiente información o,  
incluso, un poco locos

ENROQUE



# VIDEO: LA CLAVE PARA SATISFACER CLIENTES



# LA CLAVE PARA SATISFACER CLIENTES

- Hay 5 puntos básicos para lograr la calidad en el servicio:
  - Sentirse bien con uno mismo
  - Practicar hábitos de cortesía
  - Tener una comunicación positiva
  - Escuchar atentamente y realizar preguntas
  - Actuar profesionalmente
- Un buen servicio genera productividad
- Un excelente servicio nos regala OPORTUNIDADES.

¿Por dónde  
debemos empezar  
para dar un  
excelente servicio?



A woman with long brown hair, wearing a white tank top and white pants, is captured mid-jump in a field of yellow wildflowers. Her arms are raised high in a 'V' shape, and her head is tilted back, suggesting a moment of pure joy or triumph. The background is a clear, bright blue sky. The text '¿Qué es actitud?' is overlaid in large white font with a subtle drop shadow.

¿Qué es  
actitud?



Mark Guerra

27  
WROQ

“Actitud es la manera con que respondes a la vida cada día, todo el día”



¿Cómo debo  
responder a  
la vida cada  
día todo el  
día?



## La importancia de la Actitud

“La Actitud es el motor de las personas de alto desempeño, mientras más revolucionaria más avanza y mientras más avanza más progresamos”

-Hugo Becerra

# ¿Qué actitudes observan?



# La importancia de la Actitud

- “Las actitudes se reflejan en como pensamos, como hablamos, como actuamos, lo que decimos, como lo decimos, como nos movemos...”

...por lo tanto

“LAS  
ACTITUDES  
NOS  
DEFINEN”

*Hugo Becerra*

- Entre + actitudes **positivas** adquieras mejor vas a ser como persona, mejor vas a ser percibido por los que te rodean y mas fácil será lograr tus sueños



# ¿Que es Actitud +?

□ “Capacidad de  
**Elección**  
manifestada en  
**hechos positivos**”

□ Hugo Becerra



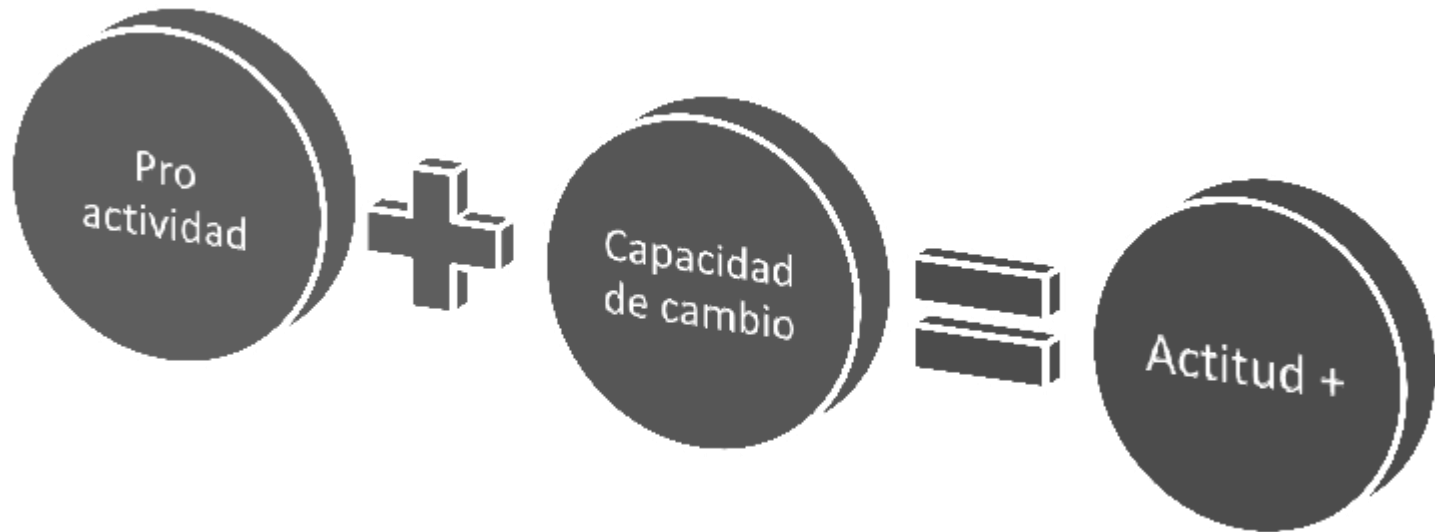
“Las oportunidades son calvas y hay que tomarlas por el pelo”

# Actitud Positiva en tu trabajo



“Aunque no puedas escoger las situaciones,  
siempre puedes elegir como lo harás o  
enfrentarás”

# Fórmula de la Actitud

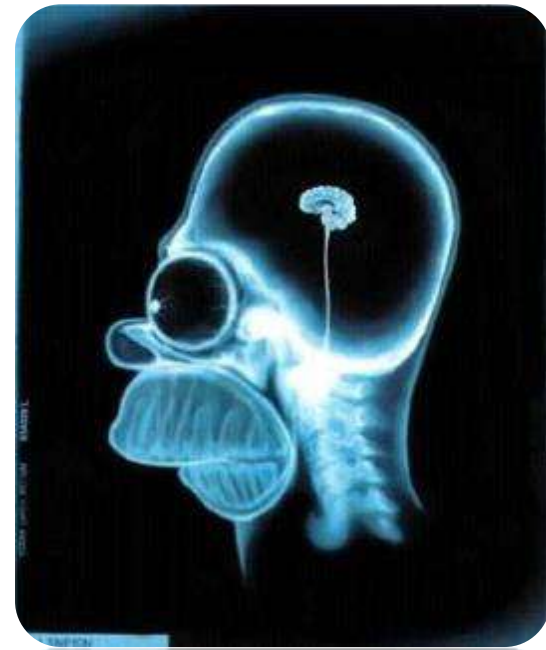


# Reactivo vs. Proactivo

Proactivo



Reactivo

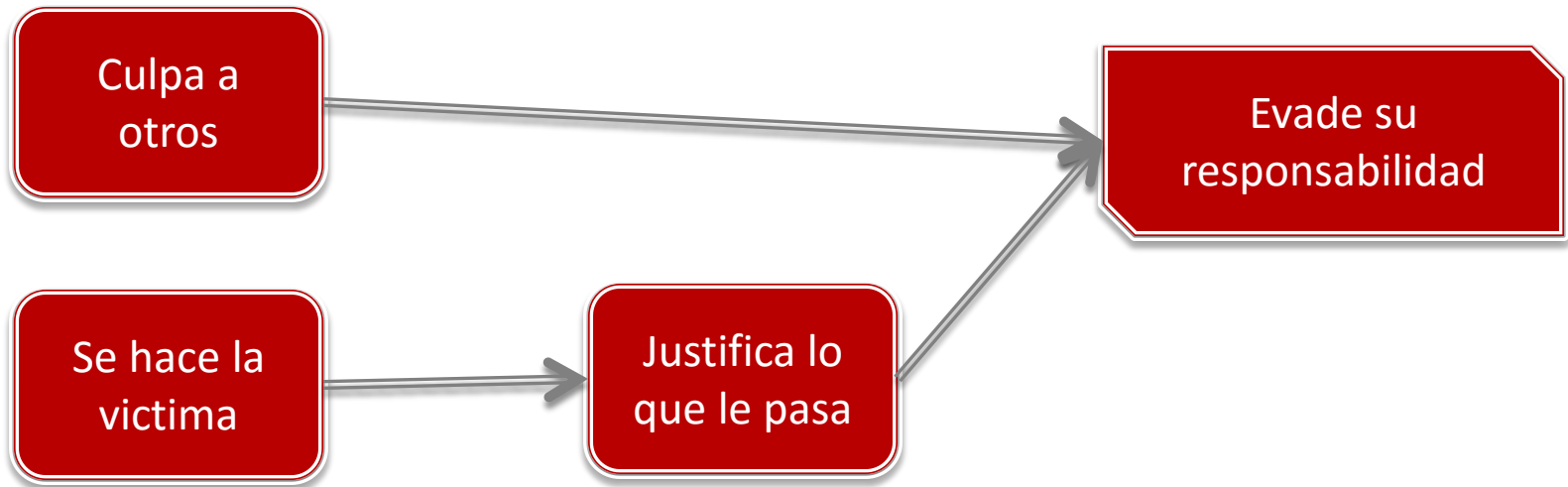


# Reactivo vs. Proactivo

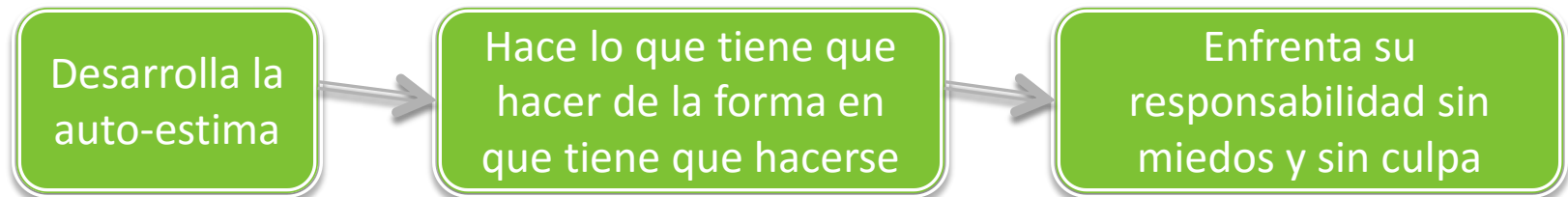


# Reactivo vs. Proactivo

## Reactivo



## Proactivo

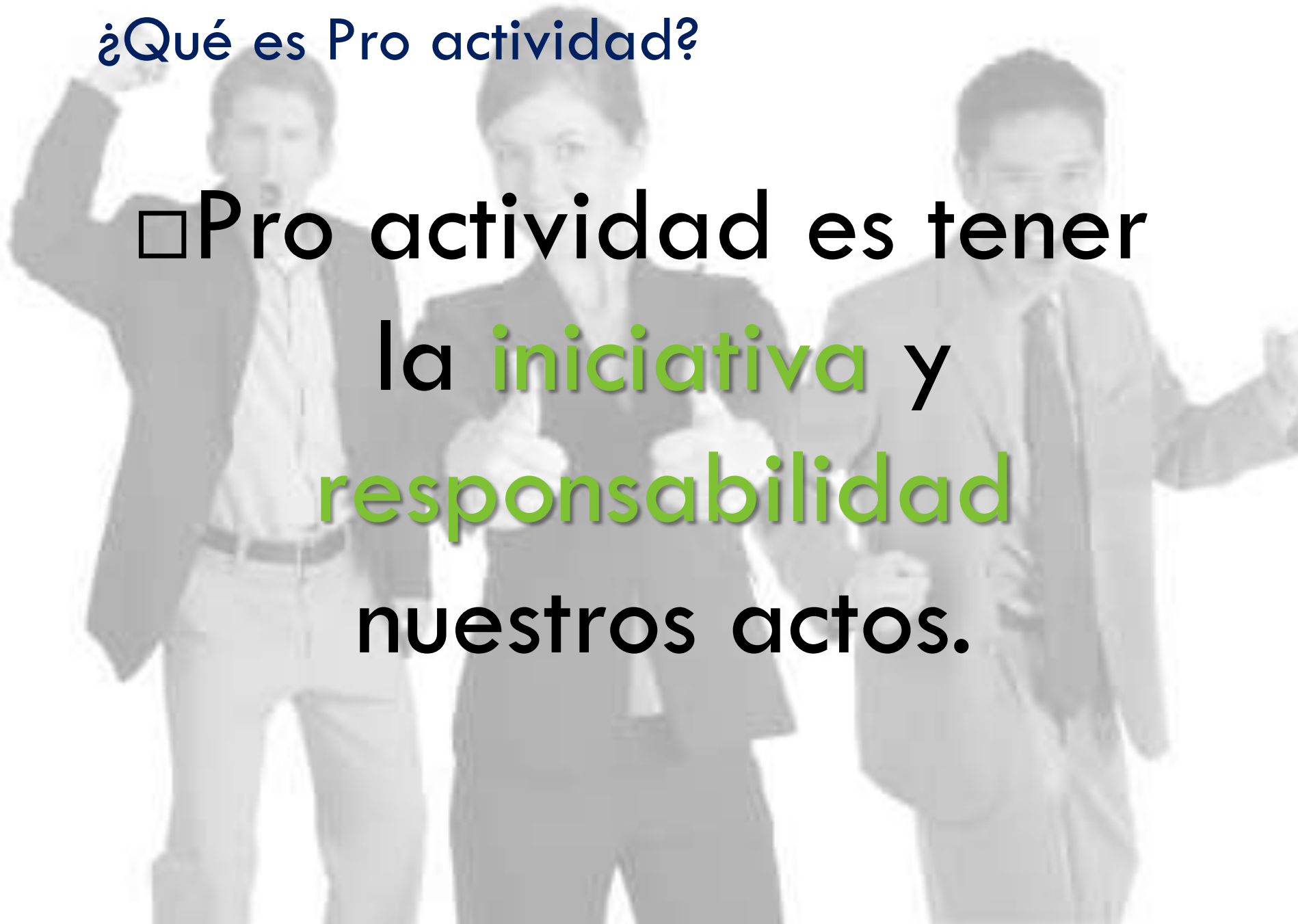


ENROQUE



¿Qué es Pro actividad?

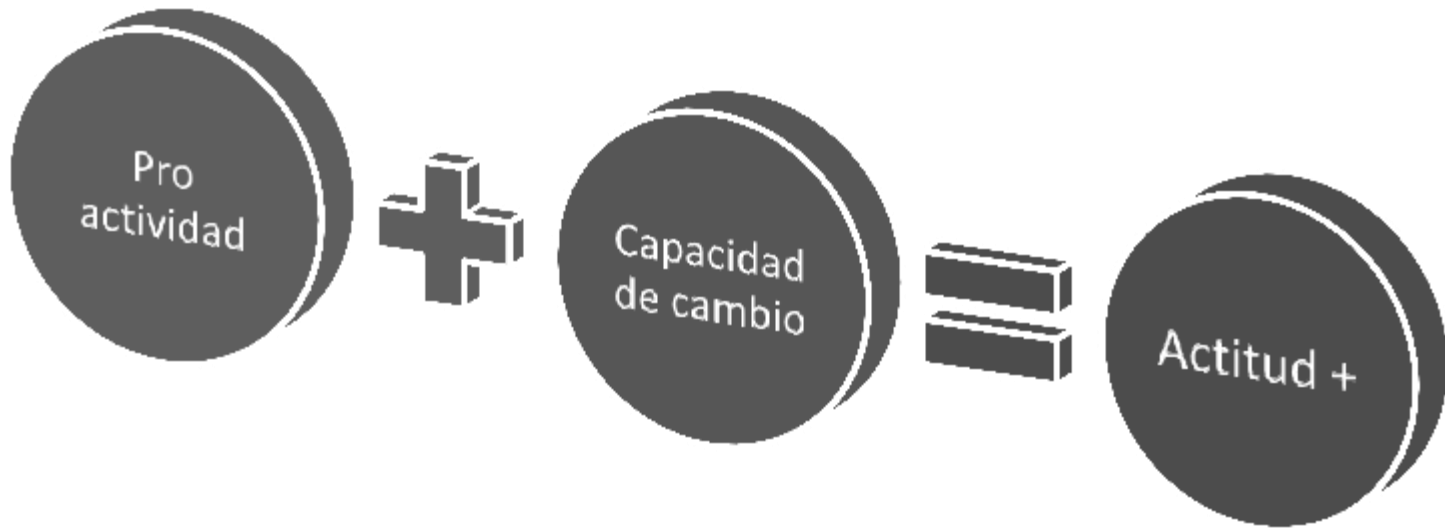
□ Pro actividad es tener  
la **iniciativa** y  
**responsabilidad**  
nuestros actos.



Descanso 10 minutos



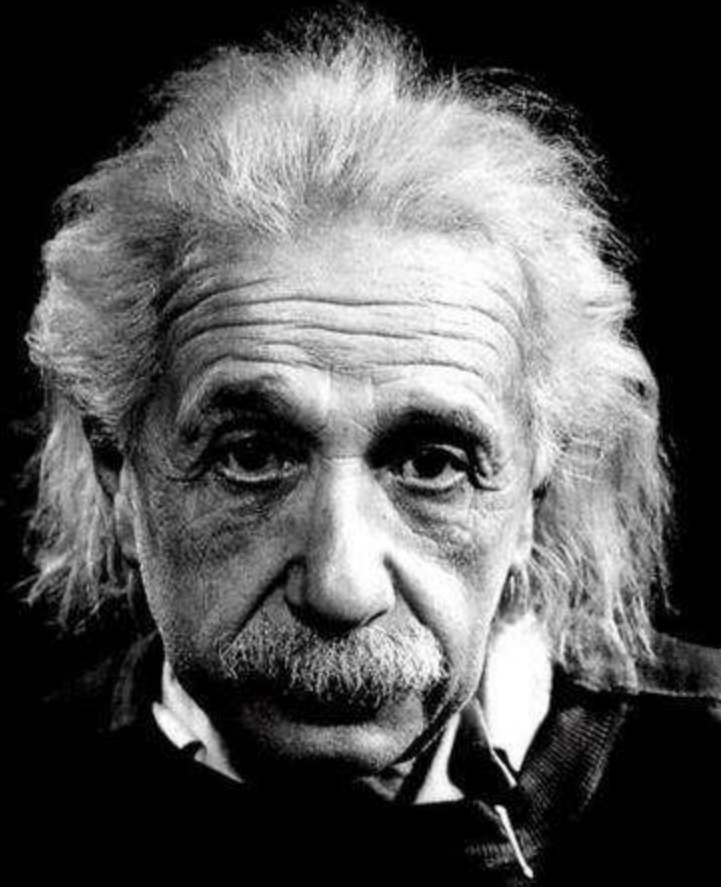
# Fórmula de la Actitud



¿Qué es tener Capacidad de cambio?

**Si buscas  
resultados distintos,  
no hagas  
siempre lo mismo.**

Albert Einstein



# El cambio ocurre **PERPETUAMENTE**



“El cambio ocurre perpetuamente  
aunque no nos demos cuenta”

“La vida no te va a esperar a que tu  
quieras cambiar”



Cambiar Implica abandonar algunas de las “cómodas” formas de vivir y trabajar a las que estamos acostumbrados

# El enemigo a vencer....

oportunidades

oportunidades

Este es tu archienemigo



oportunidades

oportunidades

oportunidades

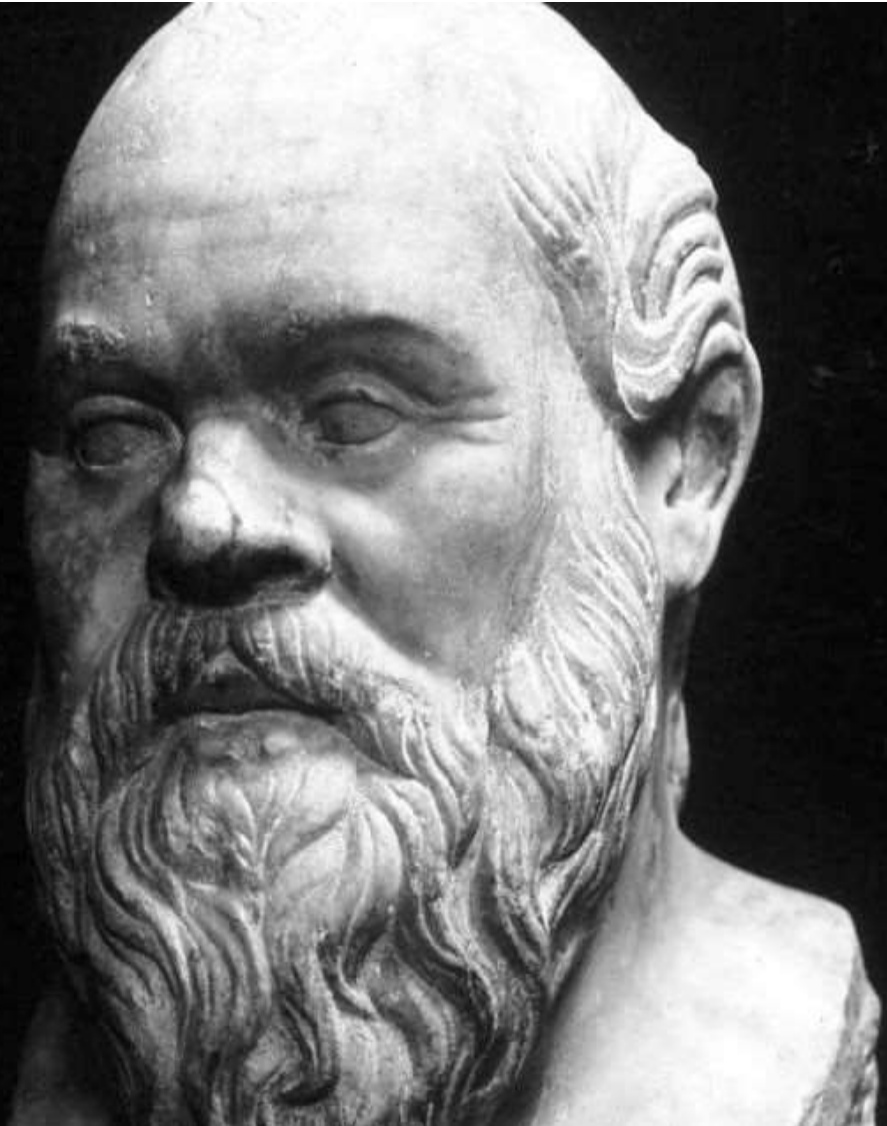
oportunidades



# ¿Qué es tener Capacidad de cambio?

“El secreto al cambio es enfocar toda tu energía no en luchar contra lo viejo. Sino en construir lo nuevo”

*-Sócrates*



# Capacidad de cambio



“Debes dejar de ser lo que eres, si quieres llegar a ser quien **aspiras**”

A woman with long brown hair, wearing a white t-shirt and white pants, is captured mid-jump in a field of yellow daisies. Her arms are raised high in the air, and her head is tilted back, conveying a sense of joy and freedom. The background is a clear, bright blue sky. The text 'Convierte en una persona de Alto Desempeño' is overlaid on the image in a large, white, sans-serif font with a subtle drop shadow.

Convierte en una  
persona de Alto  
Desempeño

# Servicio al cliente interno



**!Excelente Servicio**  
**Interno = Progreso**  
**seguro!**

# CLAVES DEL SERVICIO EXCEPCIONAL

ENROQUE





# ACTITUD DE SERVICIO

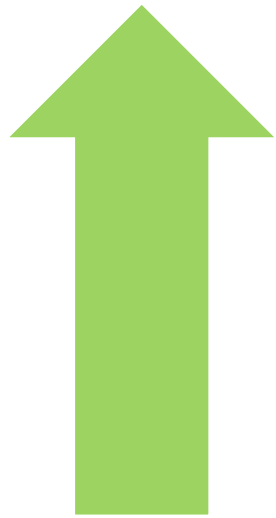


El caso  
de  
Willy el  
Taxista

1.¿Qué misión se propuso Willy?

2.Subraya las acciones que realizó Willy para ofrecer un servicio con alto valor agregado.

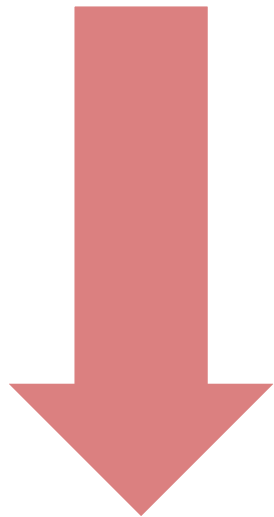
# ¿A dónde crees que llegarás?



**Máximo posible**



**Amplificación de oportunidades**



**Mínimo requerido**

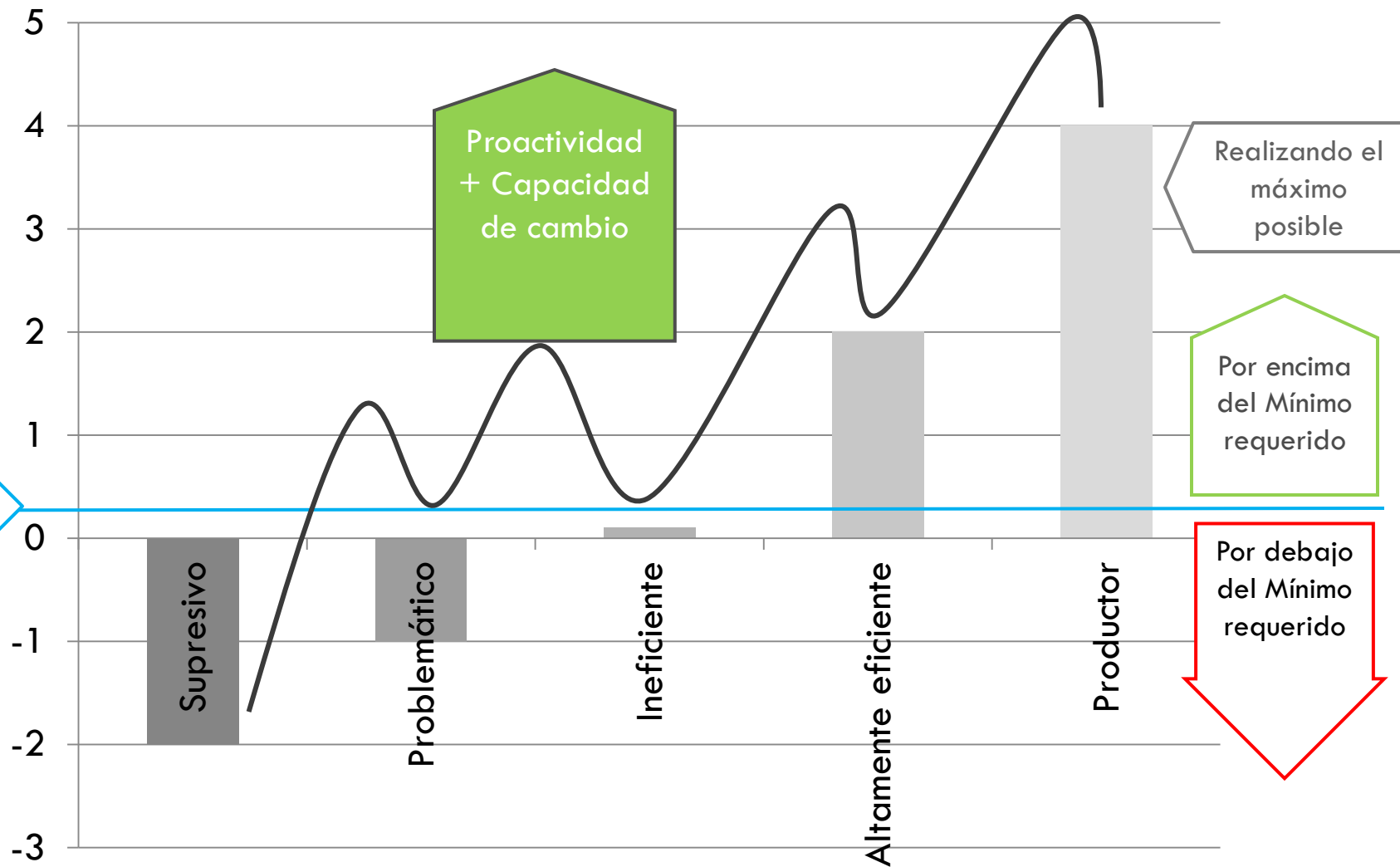


**Perdida de oportunidades**

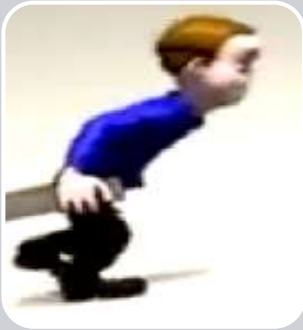
# Personas de alto desempeño



# !Mentalidad: para dar grandes saltos!



# ¿Quién eres?



## Productor:

- Sabe a donde ir, sabe que hacer y es un emprendedor.
- Toma responsabilidad total de su trabajo y aporta mucho a la empresa

## Eficiente:

- Altamente eficiente.
- Mucha voluntad para aprender, trabajar y desarrollar.
- Con entrenamiento y orientación será un productor.

## Ineficiente

- Su contribución no hace mucho la diferencia.

## Problemático

- Fuente potencial de problemas
- Rendimiento sube y baja
- Construye y destruye
- Su influencia hace el trabajo mas difícil y menos predecible

## Persona supresiva

- Intenta constantemente destruir ocultando a menudo sus actos
- Mascara social amable
- Es una amenaza para cualquier organización

¿En dónde debemos dar el máximo posible en el trabajo?

□!En el Servicio al cliente!

El Éxito ...

A photograph of three people jumping joyfully in a grassy field under a clear blue sky. The person on the left is wearing a black and white patterned sweater and black pants. The person in the middle is wearing a black long-sleeved shirt, a black hat, and blue jeans. The person on the right is wearing a red and black striped long-sleeved shirt and blue jeans. All three have their arms raised and are in mid-air, conveying a sense of happiness and freedom.

El éxito y el fracaso son  
consecuencias directas de  
nuestra actitud

# ACTITUD DE SERVICIO AL ESTILO FISH!



# “CONEXIONES”



# CONEXIONES EMOCIONALES



**“Entre mas gruesa sea la conexión, mas fuerte será el impacto en el servicio”**

# CONEXIONES EMOCIONALES

- Si usted **NO** conecta con el cliente, ¿que pasa con el servicio?



# Conexiones

## □ Establecer conexiones emocionales con clientes INTERNOS es CLAVE:

- Para Crear un ambiente de confianza.
- Para conocer las Necesidades del cliente.
- Para dejar la frialdad e indiferencia.
- Para diferenciar un servicio que realmente excede las expectativas.
- Para mejorar la comunicación y erradicar los “bunkers” departamentales

# Lealtad

- Cada punto de contacto que el cliente interno tenga con su área es una oportunidad para incrementar ó disminuir la Conexión.
- Un contacto positivo y exitoso construye relaciones entre los individuos y por ende una mayor disposición a la cooperación.
- El Personal de Primer contacto son por excelencia los que más oportunidad tienen de establecer una Conexión Emocional con los clientes internos.

# “EL FACTOR WOW”



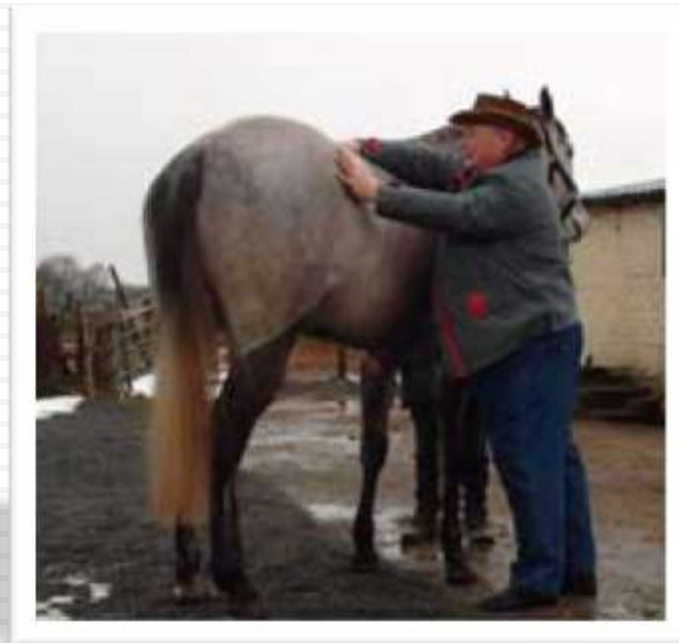


Lealtad y Servicio

*"Aquella acción emocional  
llevada a cabo que hace que el  
cliente diga !WOW!"*

*-Hugo Becerra*

“MANTENGA LA MANO SOBRE EL CABALLO”



# Mantenga la mano sobre EL CABALLO

- La gente que acicala caballos dice que es necesario hacerlo con una mano y mantener la otra sobre el caballo.
- De esta manera el animal siempre sabe dónde estamos. Si usted retira la mano del caballo, se puede asustar y patearlo.
- Significa desarrollar un sistema en el que los clientes internos siempre se sienten atendidos o “en contacto” con su área.

ENROQUE



“MANTENGA UN ESPÍRITU DE  
SERVICIO”



# Manteniendo un espíritu de servicio

## 8

### Comportamientos

1. Una mentalidad de que el cliente es primero.
2. Tener una actitud positiva.
3. Dar respuesta personalizada.
4. Respeto.
5. Dar confianza.
6. Dar tu Toque profesional.
7. Personalización.
8. Capacidad para resolver problemas.

# “CIERRE LAS BRECHAS”



# La idea es cerrar las Brechas en el servicio



brecha



Lo que el cliente desea

Lo que nosotros  
ofrecemos

# MOVE: “EL MOMENTO DE LA VERDAD”



# ¿Que es un MOVE?

- El Momento en el que el cliente interno tiene contacto con nuestra área y tras lo cual evalúa nuestra calidad de servicio:
  - Tangibles:
    - Productos, embalajes, papelería, documentos, formatos, calidad, etc.
  - Intangibles:
    - Atención telefónica, mail, web, personalización, rapidez, ambiente, etc.

# Cuando falla un MOVE...

- Quejas de clientes internos.
- Pérdida de oportunidades de generación de valor.
- Falta de integración y de cooperación.
- Problemas de comunicación.
- Burocracia.
- Pérdida de productividad.

Descanso 10 minutos



Relax





Haciendo que las cosas sucedan

Implementando el factor wow  
Taller de “Cliente Interno –  
Proveedor Interno”

# Taller: Cliente interno – proveedor interno

## 1. Preparación

- ▣ Formen equipos de acuerdo a su puesto.
  - Nombren a un documentador que escriba bonito (en su caso).
- ▣ En un post-it escriba el nombre de su Puesto.
- ▣ Seleccione un pedazo de pared y péguelo lo mas alto posible y separado de los demás.

## 2. Clientes internos:

- ▣ ¿Quiénes son tus clientes internos?
  - utiliza un post-it por cliente interno.
  - Puede ser una posición dentro del departamento o de otro.
- ▣ Pegalos en la pared debajo de tu puesto en forma de lista.

# Taller: Cliente interno – proveedor interno

## 3. Momento de la verdad

- Determina los momentos de la verdad (MOVEs)
- 1 post –it por MOVE.
- Evite la ambigüedad; por ejemplo: “mejor servicio” es ambiguo, mejor: “entrega de formato F52 antes de las 3 de la tarde los viernes”
- Utilice la siguiente ayuda para explorar todas todos los MOVEs:
  - Procesos, políticas y procedimientos
  - Gente, actitud, liderazgo
  - Lugar, espacio físico, equipamiento
  - Productos y servicios
  - Métodos de Comunicación

# Taller: Cliente interno – proveedor interno

## 4. Factor wow

- ▣ De acuerdo a cada momento de la verdad, ¿Cuáles serán las acciones concretas que implementaremos para generar el máximo posible?
- ▣ Escriba en un post-it cada una de estas acciones wow.

# Taller: Cliente interno – proveedor interno

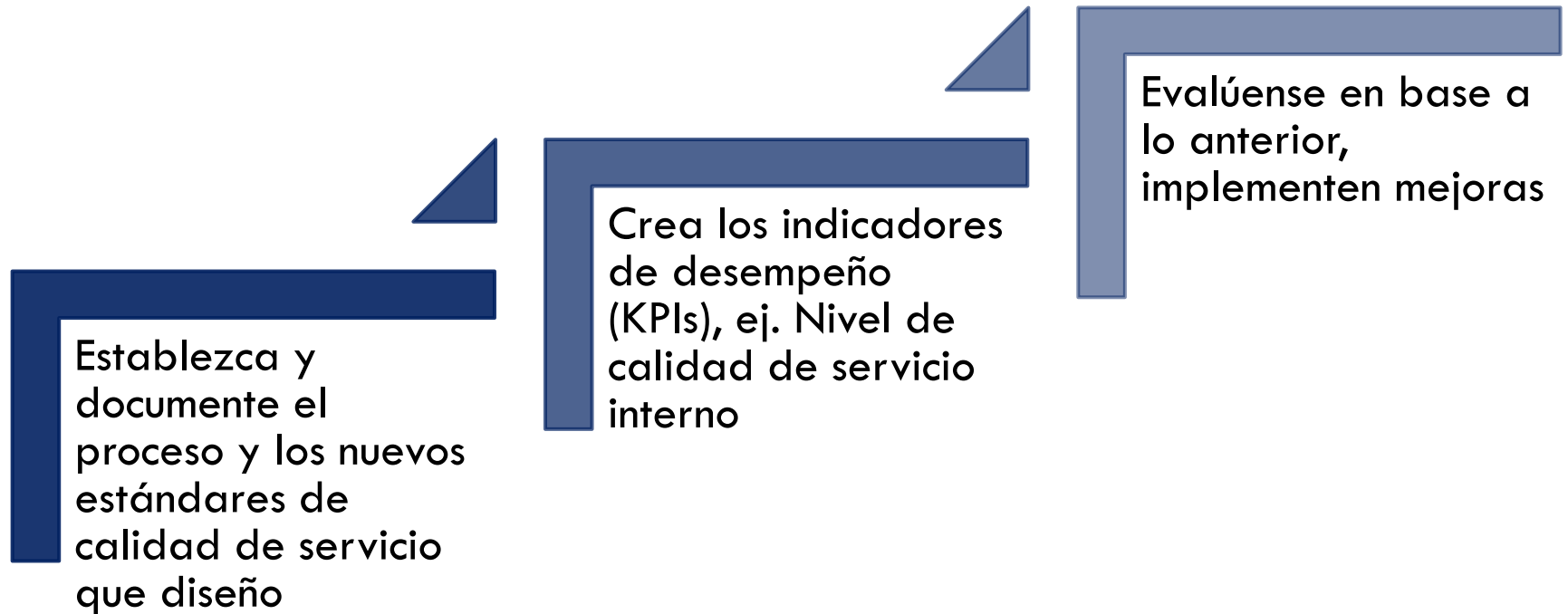
## 5. Validación

- ▣ Valide si estas acciones excederían las expectativas de sus clientes internos. Para ello pídale a sus clientes internos que evalúen sus acciones:
  - Rotando de izquierda a derecha, revise las ideas de su(s) compañero(s) y dibuje un asterisco si consideras esa idea como WOW!

## 6. Plan de acción

- ▣ Con los post it que contengan asteriscos y empezando por el post it con mayor numero de ellos, llene el formato de Plan de Acción
- ▣ Entregue el formato

# Seguimiento y retroalimentación



“EI VERDADERO papel del  
Líder es **SERVIR** al  
colaborador, cuando esto  
sucede, el **PROPÓSITO** del  
colaborador se convierte en  
**SERVIR AL CLIENTE.**”

“Lo Bueno es  
Enemigo de lo  
Grandioso”

-Jim Collins- Good to great

# Muchas Gracias

[http://diestconsulting.com/home/servicio\\_interno](http://diestconsulting.com/home/servicio_interno)

Hugo A. Becerra Espinoza  
Cel: 044 (656) 199.89.76  
Email: [hugo@diestconsulting.com](mailto:hugo@diestconsulting.com)

[www.diestconsulting.com](http://www.diestconsulting.com)  
[www.bkinstitute.com](http://www.bkinstitute.com)