

STRATTEC

Servicio Interno

Warm up



Reglas



Decomiso de celulares, laptops, licuadoras, etc.

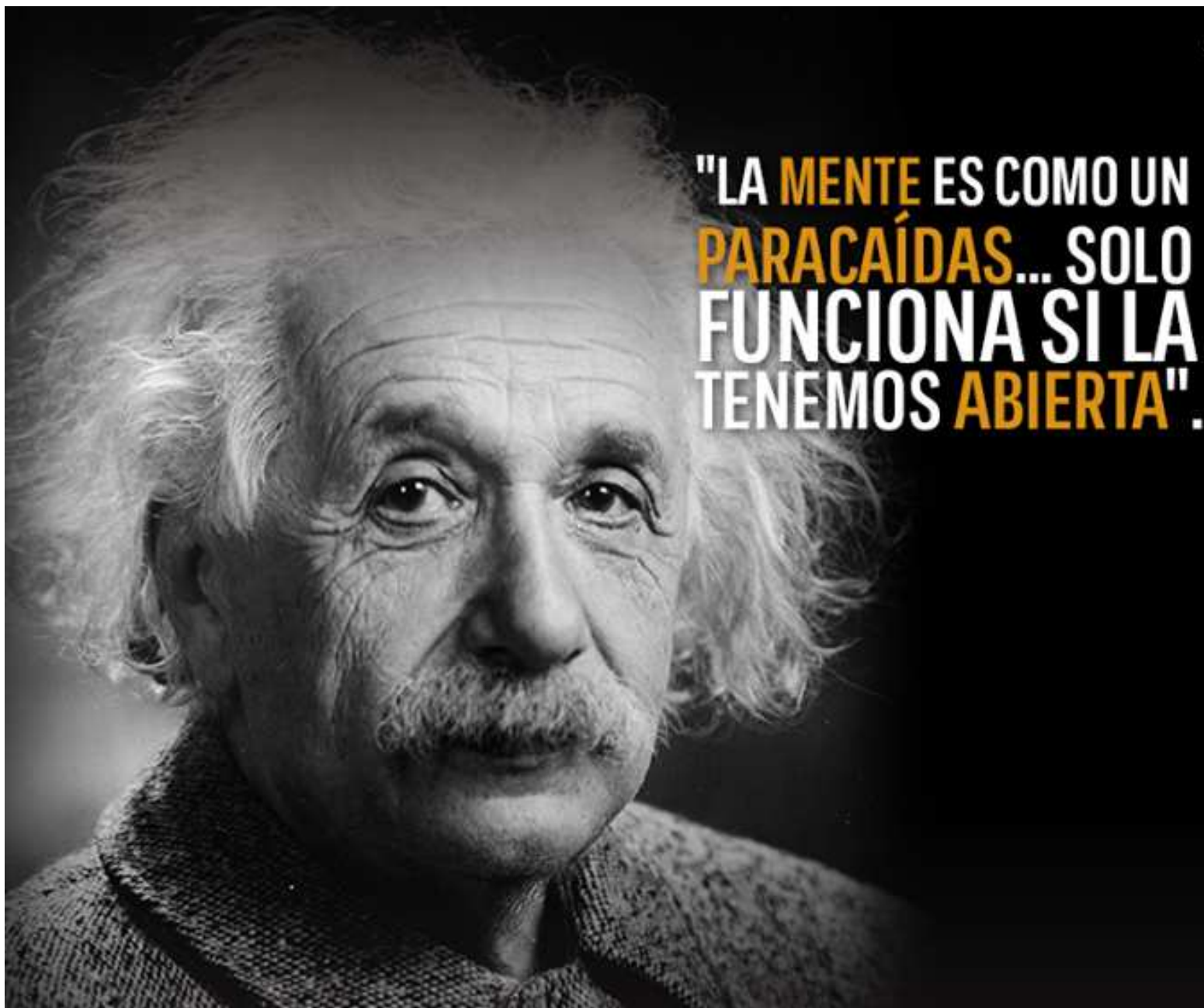
Enroque (cambiarse de lugar y de sección, record es de 9.63 segundos)



Participación activa

Liga con esta presentación al final del curso





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

Servicio Interno

!Excelente Servicio

Interno = Excelente

Servicio Externo!

ENRROQUE



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!



!La satisfacción del Cliente!



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

!La satisfacción del Cliente!



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

ENROQUE



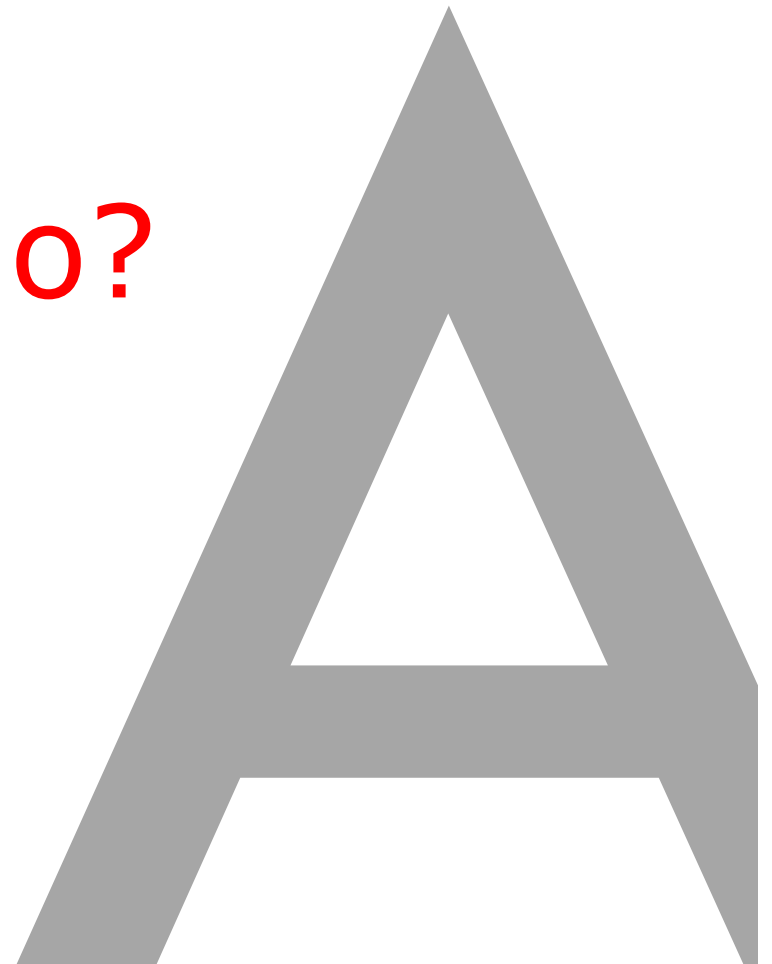
VIDEO: LA CLAVE PARA SATISFACER CLIENTES



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 flowers. Her arms are raised high, and she has a joyful expression. The background is a clear blue sky. The text '¿Qué es actitud?' is overlaid in large white letters.

¿Qué es
actitud?



Mark Guerra

27
WRDQ

“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?

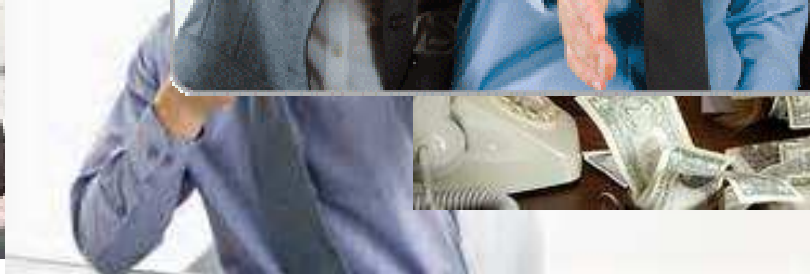
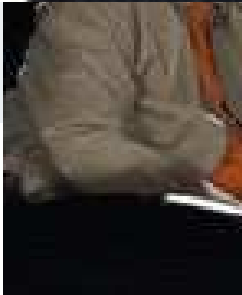


La importancia de la Actitud

“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

ENRROQUE



- 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



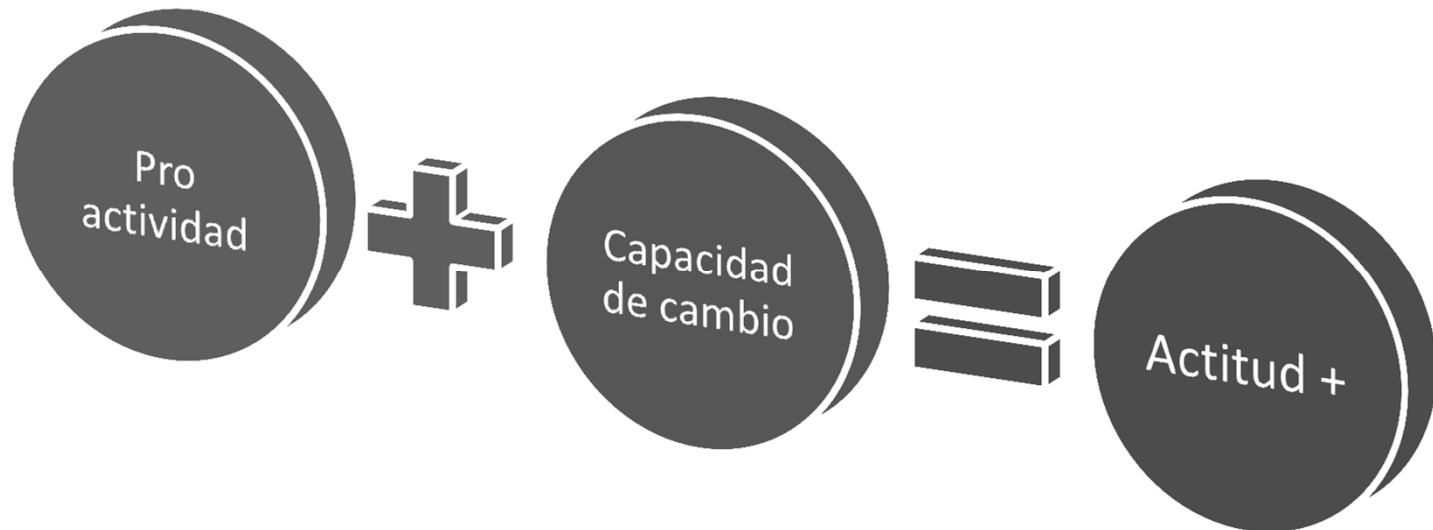
“Las oportunidades son calvas y hay que tomarlas por el pelo”

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

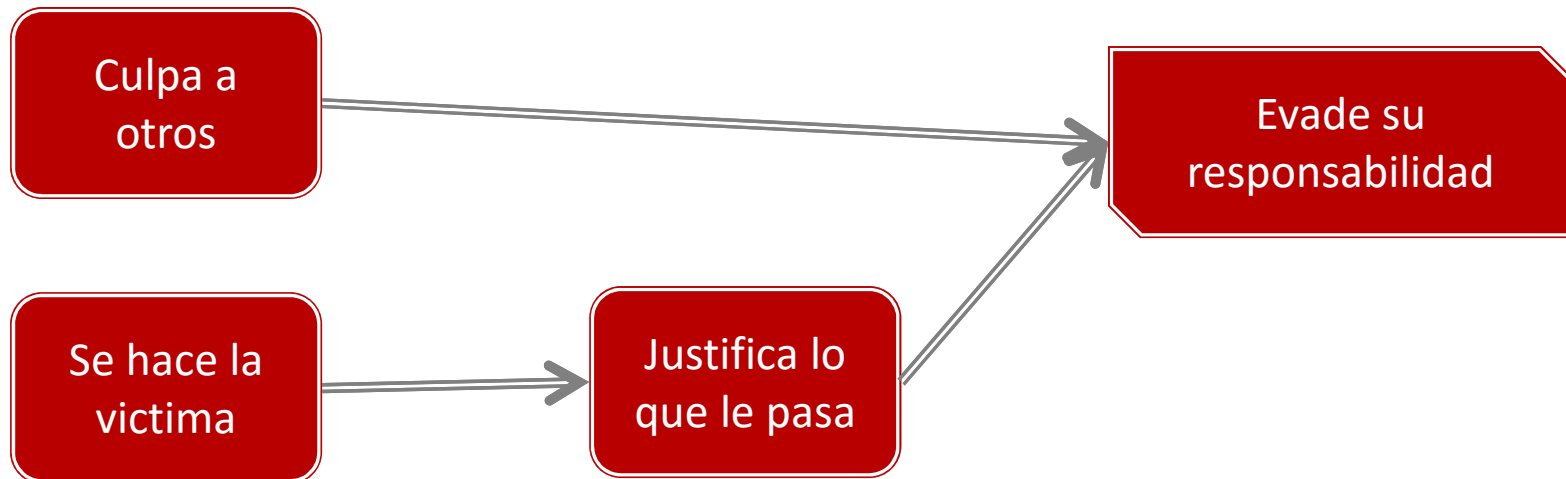


Reactivo vs. Proactivo

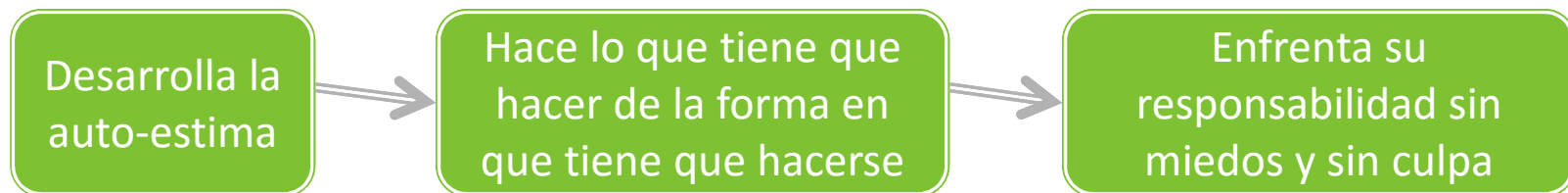


Reactivo vs. Proactivo

Reactivo



Proactivo

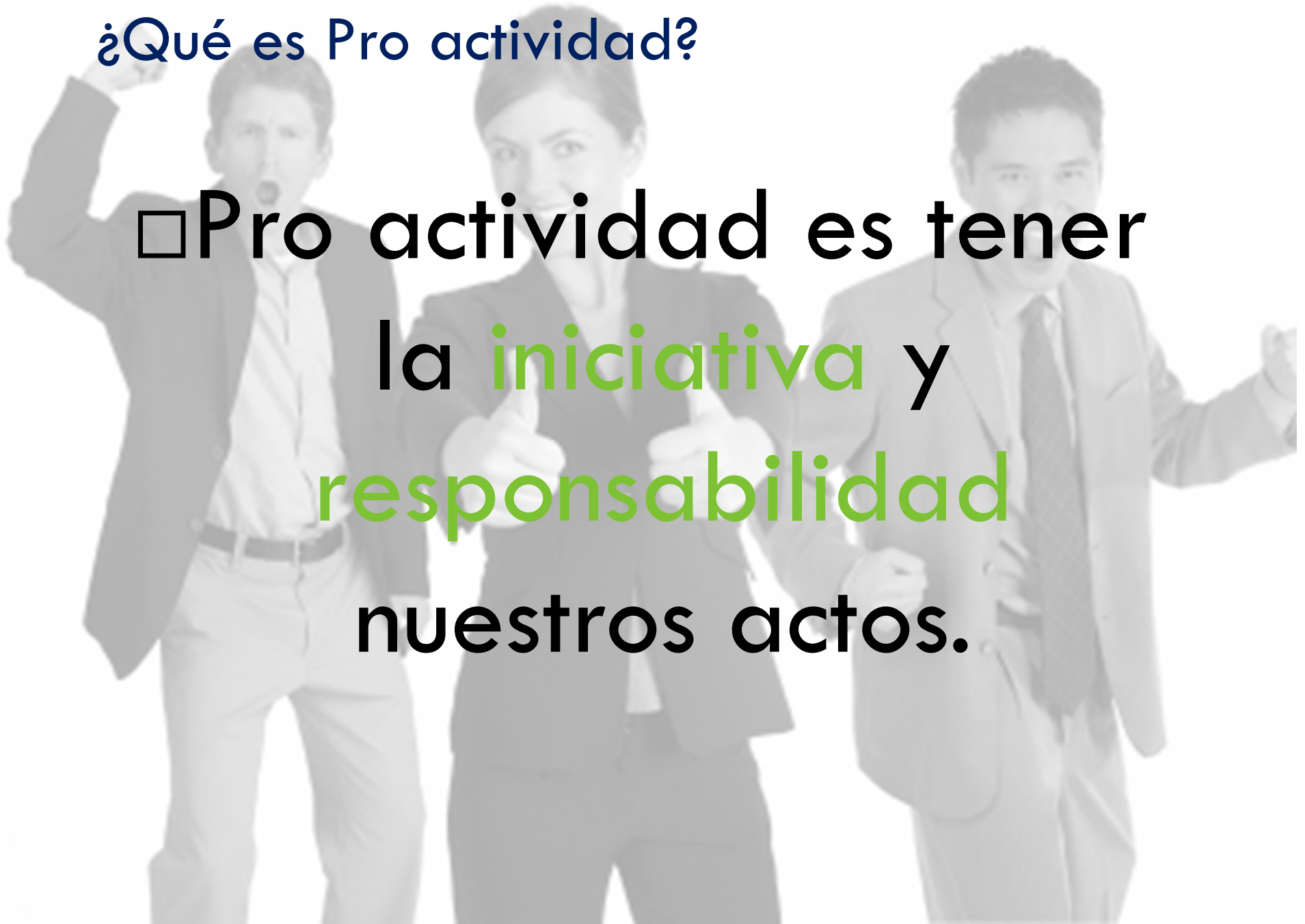


ENRROQUE

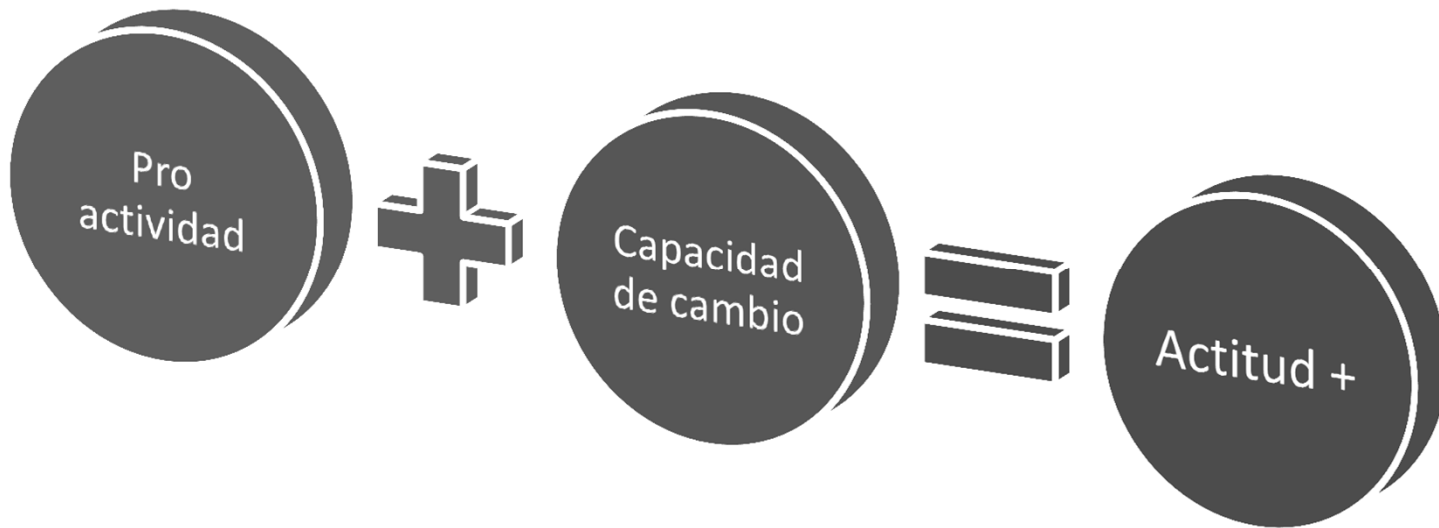


¿Qué es Pro actividad?

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



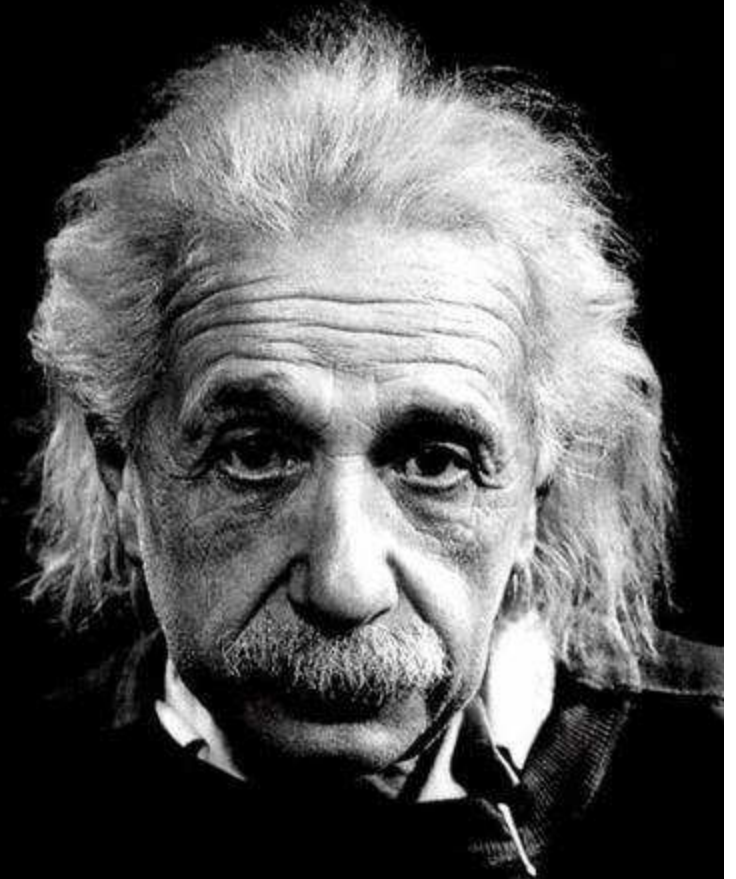
Fórmula de la Actitud



¿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

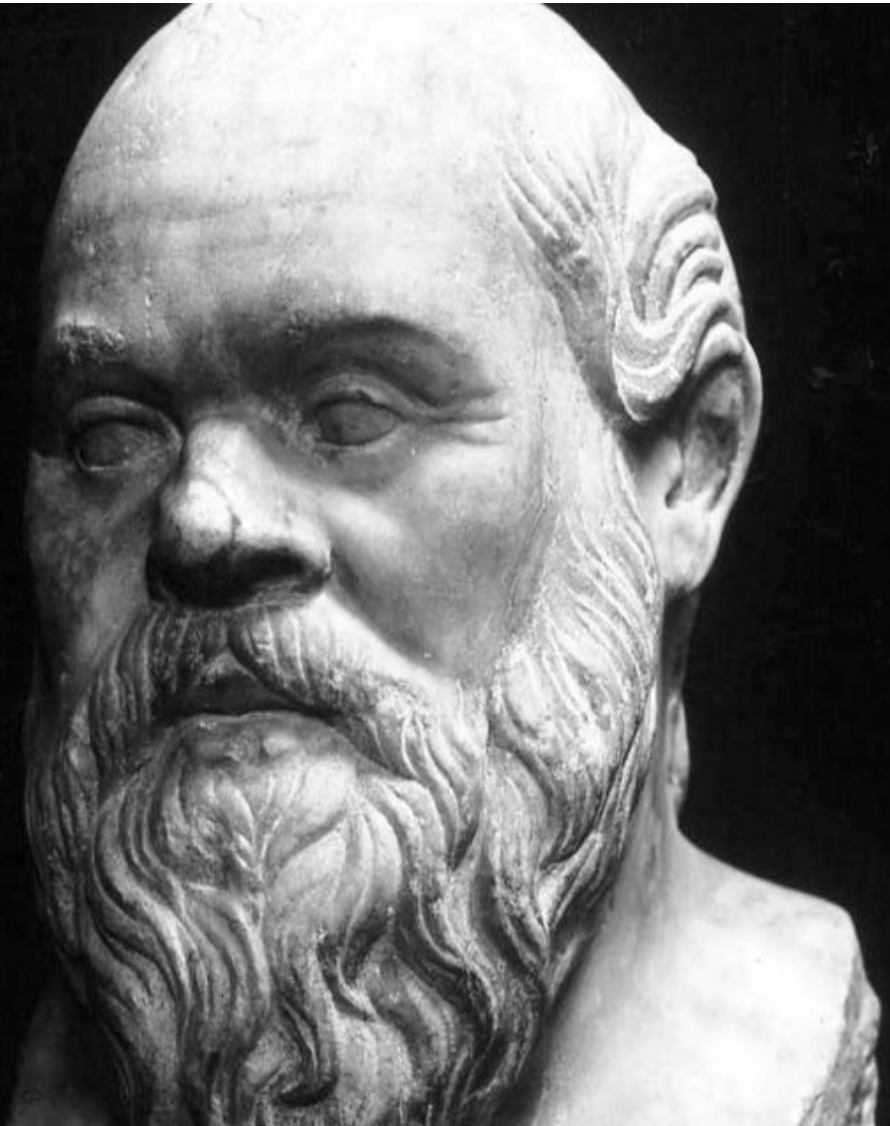
oportunidades



¿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**”

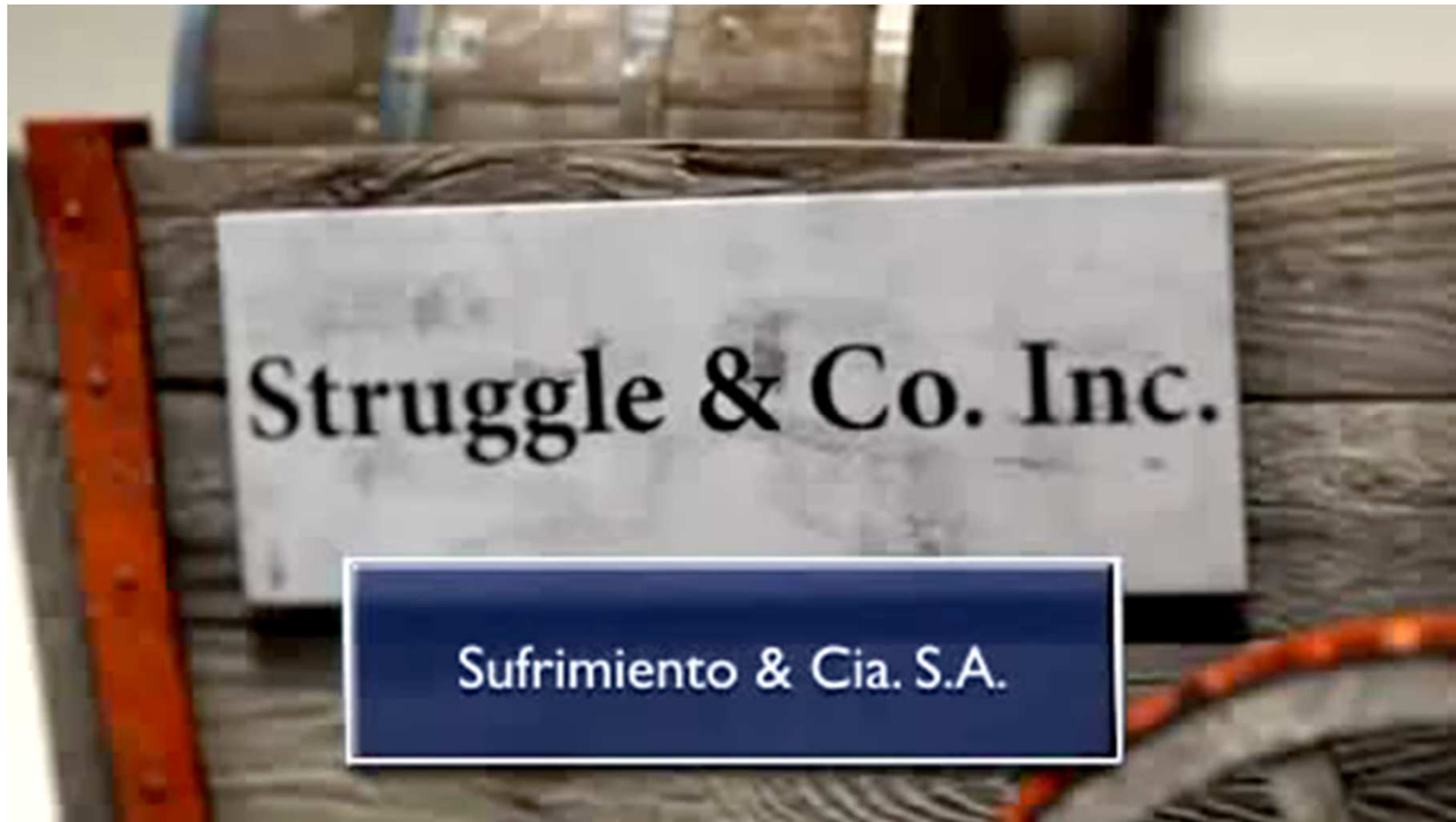
ENRogue



A woman with long brown hair, wearing a white tank top and white pants, is captured mid-jump in a field of yellow daisies. Her arms are raised in a 'V' shape, and her head is tilted back, conveying a sense of joy and triumph. The background is a clear, bright blue sky. The text 'Convierte en una persona de Alto Desempeño' is overlaid in white, sans-serif font across the center of the image.

Convierte en una
persona de Alto
Desempeño

Personas de alto desempeño



¿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

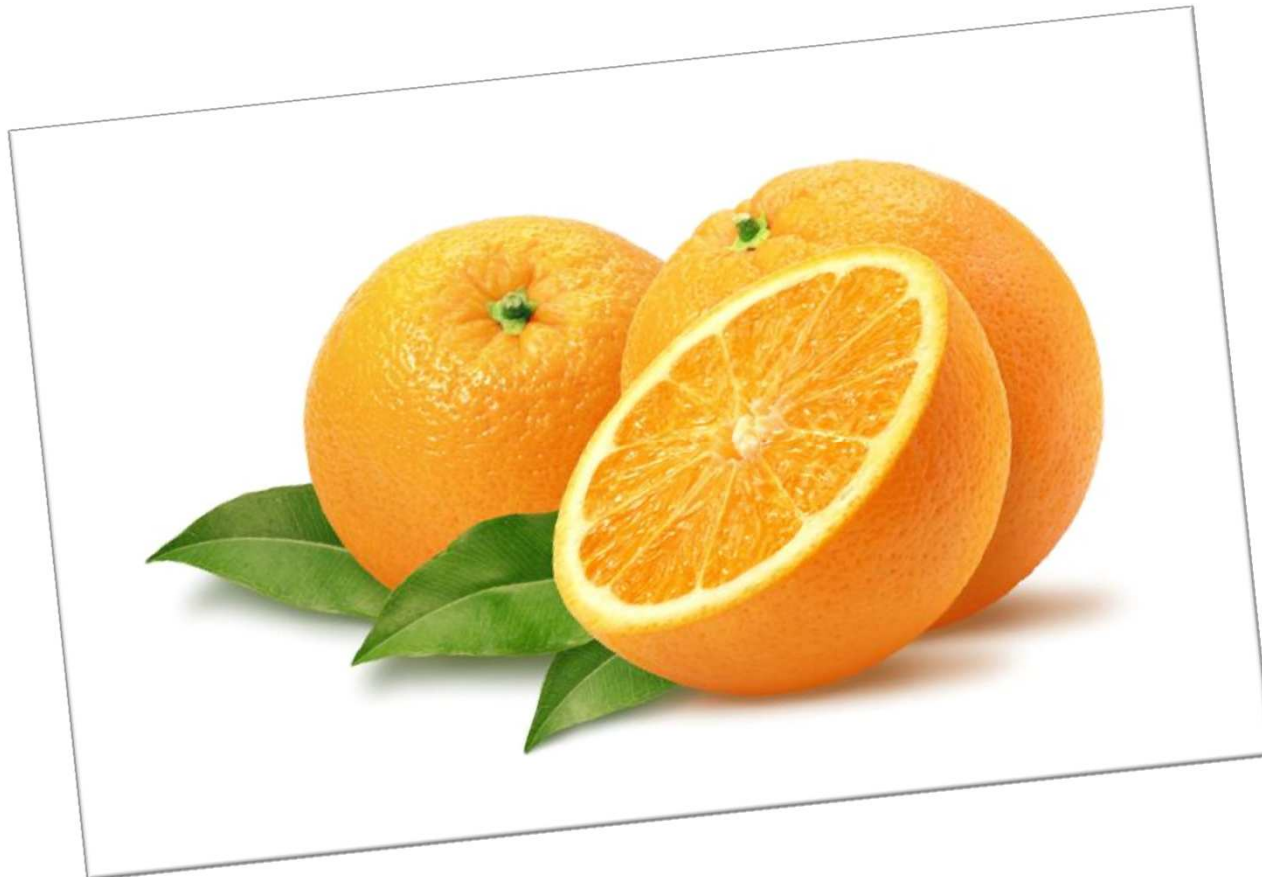
- Fuente potencial de problemas
- Rendimiento sube y baja
- Construye y destruye
- Su influencia hace el trabajo mas difícil y menos predecible



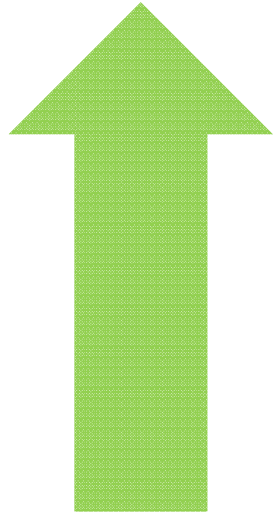
Persona supresiva

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

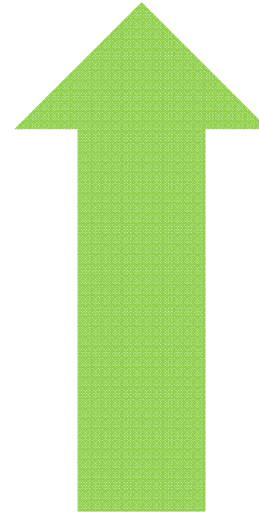
Lectura



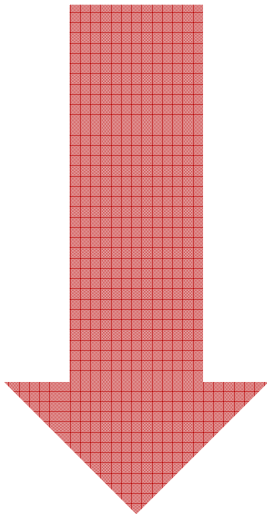
¿A dónde crees que llegarás?



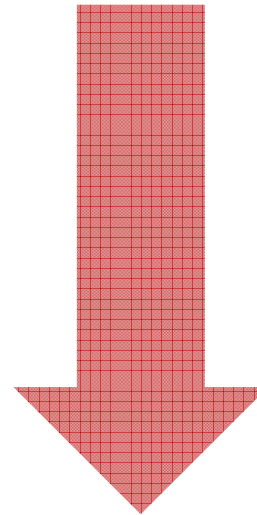
**Máximo
posible**



**Amplificación
de
oportunidades**

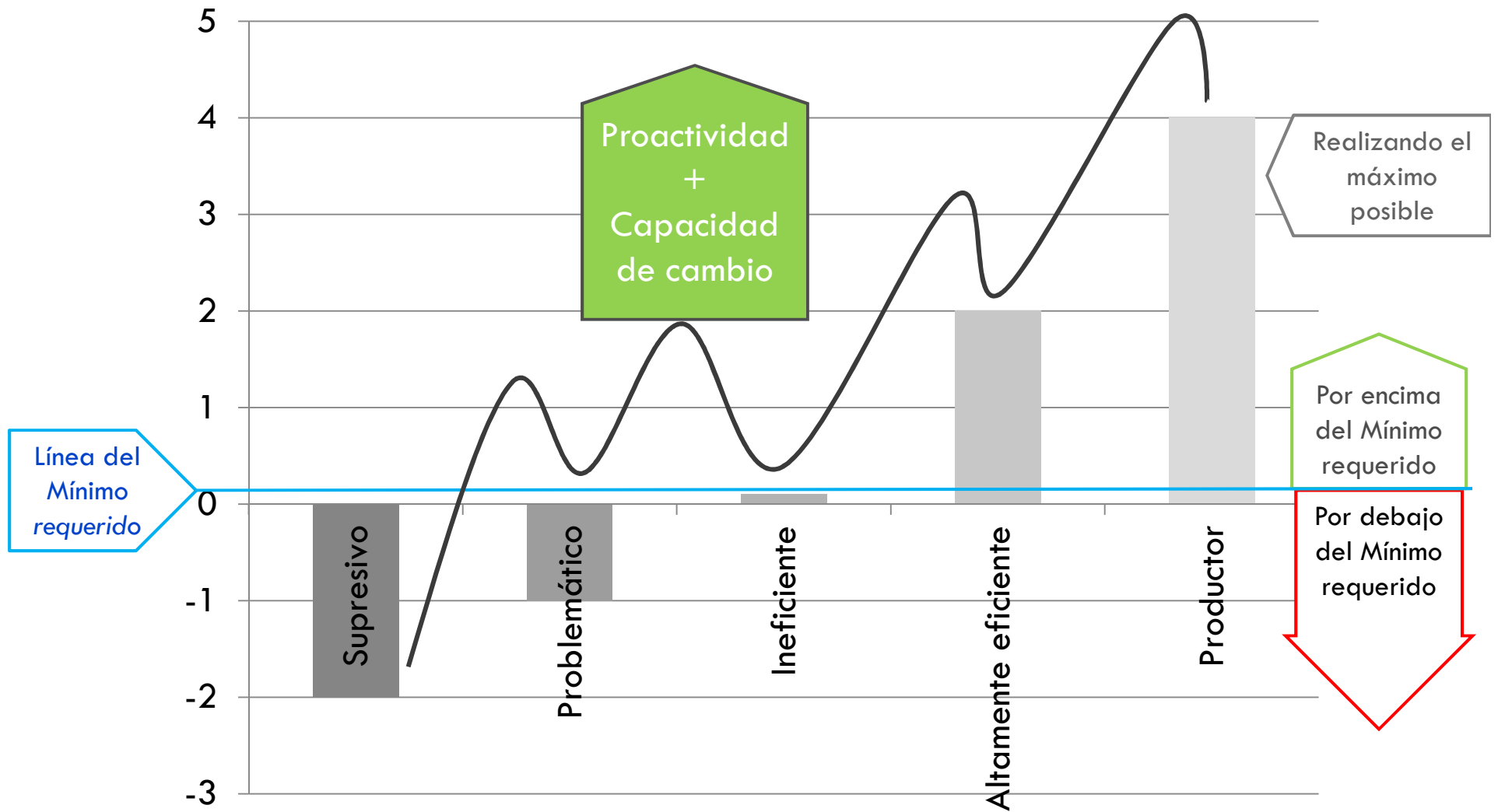


**Mínimo
requerido**



**Perdida de
oportunidades**

!Mentalidad: para dar grandes saltos!



El Éxito ...



El éxito y el fracaso son
consecuencias directas de
nuestra actitud

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

□!En el Servicio al cliente!

ENROQUE



Servicio al cliente interno



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.

!Excelente Servicio

Interno = Progreso

seguro!

PRINCIPIOS DEL SERVICIO EXCEPCIONAL

“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

Para crear Factores WOW, debe entender la importancia emocional y su impacto en el servicio antes de desarrollar una estrategia



ENRogue



“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.

Para crear Factores WOW, debe asegurarse que haya contacto continuo con sus clientes, esto requiere actitud, cambio de políticas, liderazgo, comunicación y seguimiento



“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.

ENRROQUE



“CIERRE LAS BRECHAS”



La idea es cerrar las Brechas en el servicio



Lo que nosotros
ofrecemos

brecha



Lo que el cliente desea



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.



TEAM ENGAGEMENT
COMPROMISO DE EQUIPO

*Generando una experiencia
excepcional al cliente interno*



Haciendo que las cosas sucedan

**Cliente interno – proveedor
interno**

Taller: Cliente interno – proveedor interno

1. Preparación

- ❑ Formen equipos
- ❑ Nombren a un documentador que escriba bonito
- ❑ En un post-it escriba el nombre de su departamento.
- ❑ Seleccione un pedazo de pared y péguelo lo mas alto posible.

Taller: Cliente interno – proveedor interno

2. Clientes internos:

- ▣ ¿Quiénes son tus clientes internos?
– utiliza un post-it por cliente.
- ▣ Pegalos en la pared debajo de tu departamento.

Taller: Cliente interno – proveedor interno

3. Momento de la verdad

- Determina los momentos de la verdad (MOVEs)?
- Un 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 su cliente que evalúe sus ideas con la siguiente escala:
 - 3 puntos: máximo valor agregado
 - 2 puntos: satisfactorio
 - 1 punto: debe ocurrir por default

Taller: Cliente interno – proveedor interno

6. Plan de acción

- ▣ Re –acomode los post its de mayor a menor puntaje y de arriba hacia abajo.
- ▣ Empezando por el post it de mayor puntuación, escriba el mes en que debe estar implementado.

Seguimiento y retroalimentación



El Papel de Líder

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

recuerden



“Lo Bueno es
Enemigo de lo
Grandioso”

-Jim Collins- Good to great

Serie de Desarrollo

Hugo Alberto Becerra Espinoza

SERVICIO INTERNO

!Muchas Gracias!

<http://diestconsulting.com/strattec>

Hugo Alberto Becerra Espinoza

Cel: [521] (656) 199.8976

hugo@diestconsulting.com

www.diestconsulting.com