

CURSO:
“TECNICAS DE SERVICIO DE EXCELENCIA AL USUARIO”

CURSO "LA EXCELENCIA EN EL SERVICIO AL USUARIO"

Horas:

Material: Manual de alumno

Dirigido a:

- Personal de todas las áreas de la organización

Objetivos del curso:

- Comprender y conceptualizar al servicio como el arma diferenciadora y de fidelización del USUARIO.
- Formar un cuerpo de trabajo identificado con los objetivos del servicio.

PROGRAMA DEL CURSO

MODULO I

LAS CLAVES PARA SATISFACER AL USUARIO

- Los sentimientos son la clave
- El interés por las personas
- El compromiso

TRABAJO EN EQUIPO Y TRABAJO INDIVIDUAL EN LA ORGANIZACION

- Concepto de USUARIO externo y interno
- Los aspectos claves del trabajo en equipo

MODULO II

LENGUAJE Y COMUNICACION POSITIVA

- Tipos de lenguajes
- Lenguaje hablado
- Expresión corporal
- tono de voz

TECNICAS TELEFONICAS

- El teléfono como herramienta indispensable

MODULO III

MANEJO DE QUEJAS DENTRO Y FUERA DE LA ORGANIZACIÓN

- Habilidades para el manejo de quejas

SERVICIO CON VALOR AGREGADO

- Reglas para superar las expectativas de los contribuyentes

MODULO I: "LAS CLAVES PARA SATISFACER AL USUARIO"

Hipótesis de trabajo

1. Según usted ¿qué proporción de causalidad le corresponde a cada una de estas alternativas el hecho de que nuestros clientes hablen bien de nosotros?

Calidad de los productos_____%

Costos_____%

Servicios_____%

2. Describa tres beneficios de su repartición u organización que posibilite la lealtad o satisfacción del USUARIO

1. _____

2. _____

3. _____

3. ¿A su criterio, quienes son los compañeros de trabajo que dependen de usted para que la organización funcione?

4. Califique marcando con una "X" la calidad de servicio al USUARIO que usted brinda a sus clientes

Excelente

Muy bueno

Bueno

Regular

Malo

INVESTIGAR

1. Investigar cuáles son los fines de la organización
2. Qué lugar ocupo dentro del organigrama formal e informal
3. Cuáles son las herramientas con las que cuento en cada inmersión con los clientes
4. Cuáles son mis Clientes Externos y mis Clientes Internos

¡Brindamos servicio de excelencia cuando superamos las expectativas de los clientes!

Hoy en día el factor diferenciador se observa en el "servicio", y es aquí donde las diferencias las marca la persona.

Lo más interesante y paradójico es que en tiempos de la era tecnológica lo que la gente busca a la hora de "diferenciar" es el calor humano.

A todos los seres humanos nos causa placer el hecho de ser atendidos como si fuéramos únicos, sabiendo que la otra persona, que se encuentra allí conmigo, entiende y respeta mis necesidades.

SENTIMIENTOS "LA CLAVE DE EXITO EN SERVICIO"

¿Cómo comprender la causa del comportamiento de las personas?

Todos solemos pensar que enfrentamos cada situación de nuestra vida laboral en forma racional y objetiva.

Deseamos que nuestras decisiones se sustenten en hechos reales, porque son importantes para nosotros.

Sin embargo, nos encontramos frecuentemente tomando decisiones en el trabajo en forma afectiva, es más, los sentimientos son la clave de nuestras actitudes laborales.

Los sentimientos juegan un rol determinante a la hora de las elecciones de vida que realizamos, ya sea para adquirir un producto, elegir un amigo, los métodos de trabajo, el trato al USUARIO, etc.

El servicio es el elemento diferenciador que toda repartición debe reconocer para su imagen positiva y respeto de sus clientes.

El objetivo es brindar un servicio de calidad total a todos los clientes

Cuando obtenemos el servicio buscado, se satisfacen nuestras necesidades y nos sentimos bien, conseguimos placer, "siempre logramos un bienestar espiritual al brindar y al recibir servicio de calidad".

Lo que la gente quiere es ayuda, apoyo, consideración y respeto.

Todos queremos recibir un trato especial, comprensivo y digno; eso es lo que los clientes esperan de nosotros. Debemos tener presente que todas las personas que tratamos, sea en casa o en el trabajo, son especiales.

Si regularmente ofrecemos a otros un servicio de calidad, estaremos generando relaciones positivas. Esto no solo redundará en beneficio propio y en el de las personas que tratamos, sino también en el de toda la organización.

"Un servicio de calidad requiere que cada uno de nosotros haga un esfuerzo consistente"

Marketing Science Institute, de Cambridge, Massachusetts, preguntó a los clientes de una amplia variedad de empresas (como Bancos y otras) cuáles eran los factores que consideraban más importantes para lograr altos niveles de satisfacción con un producto o servicio. Los investigadores encontraron que las siguientes eran las características más importantes de la calidad del servicio:

Confiabilidad: Los clientes desean que el servicio sea fiable, y consistente. Se detectó que una de las mayores causas de insatisfacción de los clientes son las promesas no cumplidas.

Capacidad de respuesta: Las reparticiones deberían mostrar una actitud de ayuda y ofrecimiento de un servicio rápido. Una repartición que responde al teléfono con rapidez cumple esas expectativas.

Seguridad: Los clientes dicen que los empleados deberían conocer todos los detalles de su trabajo, mostrarse corteses y proyectar confianza en el servicio que ofrecen.

Elementos tangibles: Las instalaciones físicas y los equipos deben ser atractivos y limpios y los empleados deben tener una buena apariencia física.

Empatía: Los clientes desean que les ofrezcan un servicio personalizado y que les escuchen. El estudio realizado por Marketing Science indica que las personas desean ser tratados como individuos. Desean ser conocidos y reconocidos.

INTERES POR EL CONTRIBUYENTE

1. Todos los días necesitamos la ayuda y el apoyo de otros y esto influye en nuestros sentimientos
2. Nosotros nos generamos sentimientos que son la consecuencia de cómo interpretamos las situaciones, las intenciones de las personas, los resultados, nuestras expectativas.
3. ¡Queremos a las personas no por lo que son, sino por cómo nos hacen sentir!
4. Los usuarios evitan el encuentro con personas que han tenido una experiencia negativa
5. A la gente le desagrada el mal servicio porque le hace sentir que no es importante, que no es amada

PROCESOS DE COMPROMISO

- A. Alguien que solicita ayuda
 - B. Alguien que se ofrece a cumplir
 - C. Condiciones de satisfacción
 - D. Tiempo
 - E. Prestar atención a lo que escucha
 - F. Ser gentil, sincero y cordial
-

" TRABAJO EN EQUIPO Y TRABAJO INDIVIDUAL"

Un equipo de trabajo es aquel que desarrolla objetivos específicos, situado en un espacio definido y en un tiempo concreto.



Aspectos fundamentales del trabajo en equipo:

Aprecio: Valorar lo que quiere, siente y desea el otro

Afiliación: Tratarlo como un colega

Autonomía: Informar, consultar y negociar

Estatus: Roles sociales

Rol: Claridad en las funciones, tareas

Principios del trabajo en equipo

1. Definir las metas de su equipo.
 - Definir las estrategias de trabajo.
 - Definir las habilidades necesarias.
 - Comprometerse personalmente.

AUTOEVALUACION:

¿Usted considera que trabaja en equipo? Conteste las siguientes preguntas:

1. ¿Discute abiertamente temas relacionados con su trabajo?
 2. ¿Desea compartir la información con miembros de su equipo aunque sienta que no le corresponde?
 3. ¿Felicita y recompensa a sus compañeros cuando realizan bien su trabajo?
 4. Describa cuando tiene un problema ¿qué estrategia utiliza para resolverlo?
-

UNIDAD II: "LENGUAJE Y COMUNICACIÓN POSITIVA"

Buscando un buen dador de sangre

Un profesional médico sabe reconocer lo complejo, aunque parezca simple, del proceso involucrado en una transfusión sanguínea.

A modo de ejemplo podemos decir que necesitamos de un dador de grupo sanguíneo idéntico al del paciente a transfundir. Por otro lado la operación requiere de tiempo necesario para controlar y verificar que no exista rechazo o problemas en alguna de las partes involucradas, una descompensación u otro hecho no deseado.

La comunicación con un USUARIO, se realiza de la misma manera que una transfusión de sangre. Se deben verificar los distintos indicios, que el intercambio se desarrolla de la manera esperada.

Verificar el tiempo, la atención, la postura, el significado, no son pasos de los que podamos tener conciencia continua, pero aquí le podemos ayudar.

Características de una buena impresión

- Lenguaje Hablado
- Tono de voz e inflexiones de la voz
- Expresión corporal

Lenguaje hablado

- ☺ Utilice nombres (Sr. o Sra.)
- ☺ Diga gracias
- ☺ Evite lamentarse, sermonearse o quejarse

Tono de voz

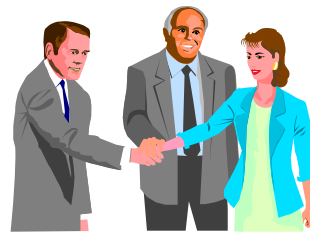
- ☺ Sonría
- ☺ Sea sincero

Lenguaje corporal

- ☺ Haga contacto visual
- ☺ Postura alerta o agradable

Técnicas de interrogación

1. Haga preguntas
2. Escuche atentamente
3. Confirme



Ejemplos de comunicación positiva que podría transmitir todos los días:

- Saludar a alguien que trabaja con usted.
- ¡Una sonrisa!
- "Gracias, Rafael, por preparar el paquete tan rápido"
- ¡Tus ideas son magníficas!
- "Gracias por volver a venir"
- "Luis Enrique, eres verdaderamente creativo. El diseño funcionará a la perfección"
- "Tu jefe dijo cosas estupendas del trabajo que estas realizando".
- "Nos interesa mucho su opinión"

UNIDAD II: "TÉCNICAS TELEFONICAS"

Estos son algunos puntos que debe recordar cuando hable por teléfono:

1. **Tono cálido y amable.** Incluso aunque haya repetido la información muchas veces, se trata de la primera vez que la escucha la persona que ha llamado. Permita que su tono de voz le indique a otros que realmente quiere brindarles su ayuda. El tono de voz es como un apretón de manos por teléfono.
2. **Expresiones de cortesía.** Use frases corteses como "Gracias por llamar" y "Nos agrada su llamado, Sra. Martínez".
3. **Eficiencia clara y concentrada, con un toque personal.** Tome mensajes y entréguelos de inmediato. Averigüe cuándo puede devolver una llamada para reducir "el tiempo muerto en el teléfono". Mantenga la conversación fluida, pero recurra a la sinceridad para transmitir su interés por la conversación.
4. **Respuestas frecuentes.** Informe a la persona que llama con qué compañía, departamento se ha comunicado. Proporcione su nombre para personalizar sus servicios.
5. **¡Sonría!** Incluso aunque por teléfono no le puedan ver, una sonrisa cambia la manera de hablar por el aparato.

Metodología simple para un telefonista:

1. Tener a mano un cuadernillo organizador de apuntes.
2. Anotar nombre de la persona en el momento de la comunicación.
3. Controlar que nuestro interlocutor "este allí", utilizando su nombre.
4. Utilizar preguntas de confirmación, para tener el control de la comunicación.
5. Si deriva la comunicación controle que no se cuelgue o ligue la misma.



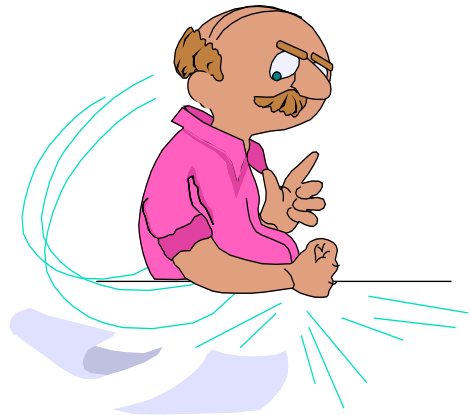
UNIDAD III: MANEJO DE QUEJAS

HERRAMIENTAS INFALIBLES PARA EL MANEJO DE QUEJAS:

- Enfóquese en el problema.
- Acepte la responsabilidad del hecho.
- Ofrezca soluciones alternativas.
- No sea defensivo.
- Solicite ayuda si lo necesita.

PROCESO DE COMPORTAMIENTO EN LA RESOLUCION DE PROBLEMAS COMPLEJOS:

- Sea cortés
- Escuche
- Pregunte
- Cálmese
- Resuelva
- Discúlpese
- Contrólese
- Agradezca



ANTE CUALQUIER TIPO DE USUARIO QUEJUMBROSO SE DEBEN EVITAR CIERTAS COSAS

- No desafíe directamente al USUARIO. Incluso aunque el USUARIO no tenga la razón y usted si la tenga, no trate de demostrarlo. La meta es resolver el problema y no discutir “quien tiene la culpa” con el USUARIO.
- No deje que la conversación se aparte del problema concreto. La meta es resolver el problema, no encontrar otros más.
- No se dedique a encontrar a un culpable. No tiene sentido echarle la culpa a otro departamento o persona.
- No permita que intervengan sus sentimientos personales. Conserve la calma y compostura, recurra a la cortesía y al tacto.

Cuatro métodos para suavizar una situación difícil

- Brinde a su USUARIO un saludo sincero y cálido con una sonrisa.
- Adelántese a la queja del USUARIO y desvíela con un comentario sincero de preocupación (tome la ofensiva con gentileza).
- Échese la culpa de la situación del CONTRIBUYENTE y, en nombre de la organización simpatice con él por su problema.
- Resuelva los problemas rápidamente.

Recuerde: Siempre debe hablar con usted mismo, realizar un soliloquio.

GUIA DE DISCUSION

1. ¿En que nos beneficia la queja de nuestros clientes?
 2. Detalle una situación compleja y otra sencilla de resolución de conflictos
 3. Un USUARIO molesto puede agredirnos. ¿Considera que debemos actuar recíprocamente? Justifique.
 4. Con un compañero van a detallar alguna situación de conflicto con clientes y van a enumerar la secuencia que deberán aplicar de hoy en más.
-

UNIDAD IV: "SERVICIO CON VALOR AGREGADO"

Un buen servicio es proporcionar al usuario un poquito más de lo que espera

REGLA PARA SUPERAR LAS EXPECTATIVAS DE LAS PERSONAS

Agrupar valor

Ventaja competitiva
Servicio memorable
Algo especial para el usuario

Servicio con valor agregado

Busque oportunidades
Entre en acción

IDENTIFIQUE LAS NECESIDADES DE LAS PERSONAS

¿Cómo se obtiene esa información?

- ☺ Solicitándola
- ☺ Prestando atención a las respuestas.
- ☺ Repitiendo después lo que hemos escuchado para cerciorarnos que entendimos las expectativas.



Guía de discusión

1. ¿Cómo decide si debe enfocarse a la satisfacción de las necesidades del USUARIO, en lugar de continuar con sus obligaciones de trabajo?
 2. ¿Cuál es la diferencia entre superar las expectativas del USUARIO y brindar servicio con Valor-Agregado?
 3. ¿Cuáles son algunas otras habilidades del "Servicio de Excelencia", que puede usted utilizar para determinar que tipo de servicio con Valor-Agregado es apropiado para su usuario?
 4. ¿Cuáles son algunos beneficios del Servicio con Valor-Agregado?
-

OCHO ACTITUDES DEL EMPLEADO QUE BRINDA SERVICIO DE CALIDAD

(Para ayuda memoria en su escritorio o área de trabajo)

- **Mentalidad de "El USUARIO es lo primero"**
 - Pone ante todo las necesidades del USUARIO
 - Se asegura de que estas necesidades sean cubiertas
 - Se "desprende" de sí mismo (hasta el punto de sacrificarse para lograr la satisfacción del USUARIO)

 - **Actitud Positiva**
 - Demuestra entusiasmo
 - Tiene una actitud de que sí puede
 - Sabe manejar los problemas

 - **Profesionalismo**
 - Busca estar tan preparado como sea posible en cuestiones relacionadas con su trabajo, para servir a los clientes.
 - Si no tiene algún conocimiento, sabe a quién recurrir y está dispuesto a solicitar ayuda.

 - **Orientación hacia las personas**
 - Toma la iniciativa para establecer un entendimiento mutuo.
 - Demuestra su interés personal en el USUARIO a través del contacto visual, sonriendo, llamándolo por su nombre, etc.
 - Busca que el USUARIO se sienta cómodo.

 - **Disponibilidad**
 - Resuelve problemas
 - Sugiere alternativas
 - Cuando es apropiado, es flexible con las reglas para resolver o evitar problemas.

 - **Respuesta personalizada**
 - Busca entender las preferencias y expectativas de los clientes.
 - Toma en cuenta el punto de vista del USUARIO cuando le proporciona información.

 - **Respeto básico**
 - Se muestra cortés con todas las personas, sin importar su apariencia u otras características personales.
 - Evita apenar a los clientes.
 - Respeta el tiempo del contribuyente y su espacio personal.

 - **Confiabilidad**
 - 1) Se toma el tiempo necesario para hacer el trabajo correctamente.
 - 2) Muestra su confiabilidad
 - 3) Hace lo que es mejor y no lo que es más fácil.
-

SERVICIO EXCEPCIONAL EVALUACION DEL DESEMPEÑO

Instrucciones:

En cada categoría circule el número del enunciado que mejor describa el comportamiento o la actitud del empleado.

SECCIÓN 1: INTERES POR EL USUARIO

Comentarios

Actitud hacia el usuario:

- 1) Apático e indiferente a los sentimientos del usuario
- 2) Acomedido, pero reservado.
- 3) Positivo, comprometido y digno de confianza.

Nivel de cortesía y respeto:

- 1) No usa contacto visual.
- 2) Generalmente agradable.
- 3) Siempre cortés y amistoso.

Sinceridad en su motivación:

- 1) Pone poca atención a los clientes.
- 2) Muestra interés y sinceridad.
- 3) Muestra compromiso con el servicio de calidad.

Conciencia de su importancia en el trabajo:

- 1) Muestra poco interés.
- 2) Algo inseguro de sí mismo.
- 3) Muestra orgullo y profesionalismo.

Trabajo en equipo:

- 1) Muestra poco interés.
- 2) Ofrece sugerencias y ocasionalmente contribuye.
- 3) Orientado hacia el trabajo en equipo.

Habilidad para satisfacer clientes:

- 1) Indeciso para descubrir necesidades.
- 2) Muestra habilidades de cuestionamiento y escucha.
- 3) Responsable con las expectativas y necesidades del usuario.

Subtotal _____



SERVICIO EXCEPCIONAL EVALUACION DEL DESEMPEÑO**SECCIÓN II: COMUNICAR CALIDAD****Conciencia de Su imagen:**

- 1) Muestra poco interés.
- 2) Desea mejorar su imagen.
- 3) Actúa positivamente; deja buena Impresión.

Empleo de comunicación positiva:

- 1) Muestra actitud corporal y lógica negativa
- 2) Comunicación corporal positiva pero reservada
- 3) Muestra constancia en su comunicación Positiva, sonriendo, mirando a los ojos

Muestra aprecio; ofrece elogios:

- 1) Evita retroalimentación positiva con otros.
- 2) Generalmente muestra aprecio por los demás.
- 3) Aprecia a los demás; generoso en sus elogios.

Apariencia personal, atuendo y uniforme:

- 1) Atuendo y apariencia no profesional.
- 2) Generalmente limpio, arreglado, utiliza lenguaje Corporal adecuado.
- 3) Viste profesionalmente y tiene buena apariencia.

Limpieza personal e higiene:

- 1) No satisfactoria
- 2) Aceptable.
- 3) Excelente.

Subtotal _____

SECCIÓN III: SERVICIO CON VALOR AGREGADO

Emplea retroalimentación con los clientes:

- 1) Rara vez toma la iniciativa
- 2) Ocasionalmente, pero poco consistente.
- 3) Hábil para tomar la iniciativa, se siente a gusto
Con los demás.

Habilidad para ofrecer servicio con valor agregado:

- 1) Desmotivado.
- 2) Ocasionalmente detecta oportunidades y actúa.
- 3) Ofrece servicio con valor agregado
constantemente.

Cumple sus promesas:

- 1) Carece de seguimiento
- 2) Normalmente lo recuerda
- 3) Constante en su seguimiento.

Subtotal _____

SECCIÓN IV: SOLUCIÓN DE PROBLEMAS

Pone las quejas en perspectiva:

- 1) Toma las culpas personalmente o culpa a los demás.
- 2) Generalmente toma responsabilidad, pero en ocasiones aparece defensivo.
- 3) Se enfoca en los clientes y emplea técnicas proactivas.

Habilidades para manejar situaciones problemáticas:

- 1) Muestra frustración; no hace esfuerzos por manejar los problemas.
- 2) Se esfuerza por manejar la situación.
- 3) Generalmente tiene éxito en la solución de problemas

Conoce las políticas y procedimientos:

- 1) Frecuentemente confuso e inseguro.
- 2) Generalmente consciente; busca ayuda cuando la requiere.
- 3) Muestra conocimiento total y actúa propiamente.

Habilidad para manejar el stress:

- 1) Incapaz de actuar bajo presión.
- 2) Requiere reforzamientos y retroalimentación.
- 3) Hábil e independiente para recobrar una actitud positiva.

Subtotal _____

SERVICIO EXCEPCIONAL EVALUACION DEL DESEMPEÑO

DESEMPEÑO GLOBAL	NÚMERO DE PUNTOS
Sección I: Interés por el USUARIO	
Sección II: Calidad en la comunicación	
Sección III: Servicio con valor agregado	
Sección IV: Solución de problemas	
Sección V: Total	

Esta evaluación puede ser empleada como apoyo a la evaluación general del empleado y puede convertirse en parte de su record oficial. Si no está de acuerdo con los comentarios del supervisor, puede aportar una refutación por escrito.

Sugerencia para llevar la evaluación estándar del desempeño:

Puntaje	Calificación	Evaluación
16-19	Debajo del estándar	Requiere supervisión frecuente y dirección para alcanzar el mínimo desempeño en el trabajo.
	Ocasionalmente debajo del estándar	Necesita mayor capacitación en el área de servicio de calidad al cliente y debe revisar de nuevo algunas partes específicas del programa
35-42	Estándar	Desempeño esperado de un empleado sin experiencia. Realiza satisfactoriamente todos los aspectos de su trabajo y alcanza frecuentemente los estándares de desempeño en el servicio con calidad para el cliente.
43-50	Excelente	Por encima del promedio al ofrecer servicio de calidad al cliente. Frecuentemente excede los requisitos de su trabajo con cantidad y calidad arriba del promedio. Puede considerarse un buen líder en futuros programas de capacitación.
51-57	Sobresaliente	Muestra una actitud excepcional en el servicio de calidad, desempeño y habilidad. Desempeño sobresaliente en un nivel no alcanzado por los demás frecuentemente. Excelente líder para las futuras sesiones.
