



Manual de buenas prácticas

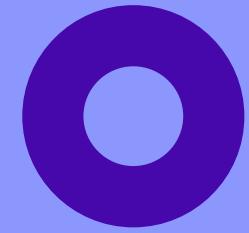
PARA LÍNEAS DE
ATENCIÓN AL CLIENTE

Versión 1

Fecha: 09-03-2021

Código: PMC-MN-2

Clasificación de la información: Público



Quiénes somos

Permítenos compartirte un poco de nuestra historia.

Gestión de Seguridad Electrónica S.A (GSE S.A), Cuenta con más de 10 años de experiencia en integración de soluciones tecnológicas de alta seguridad con respaldo legal como Entidad de Certificación Digital Abierta. Comprometida con la transformación digital de las empresas, cumpliendo con la normatividad establecida para cada proceso de negocio y garantizando a sus clientes la entrega de servicios confiables y seguros.

MANUAL DE BUENAS PRÁCTICAS
PARA LINEAS DE ATENCIÓN AL
CLIENTE GSE



Diferencia entre servicio y atención al cliente

Una de las diferencias entre servicio al cliente y atención al cliente es que el servicio al cliente es todo lo que podemos brindar al usuario además de nuestros productos, mientras que la atención al cliente refiere directamente a nuestro trato con los clientes al momento de relacionarse con nosotros como empresa.

Se conoce como servicio al cliente a la estrategia que implementan las empresas para satisfacer las necesidades de sus clientes, mientras que la atención refiere más a cómo hacemos sentir al cliente al contactarse con nosotros, independientemente si finalmente prestamos un servicio o no.

La atención al cliente es el área conformada por un equipo de soporte técnico y/o agentes de atención que tiene como objetivo principal brindar una respuesta rápida y resolver las consultas de los usuarios.



**¡Nuestro objetivo como
empresa no es tener
solamente el mejor servicio
al cliente, sino que sea
legendario!**



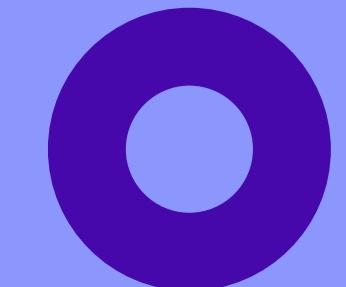
Nos complace brindarte apoyo en el desarrollo de tus
actividades

Las siguientes recomendaciones te orientarán en las Buenas
Prácticas que se deben tener para ofrecer una atención de
calidad.





Tono de voz



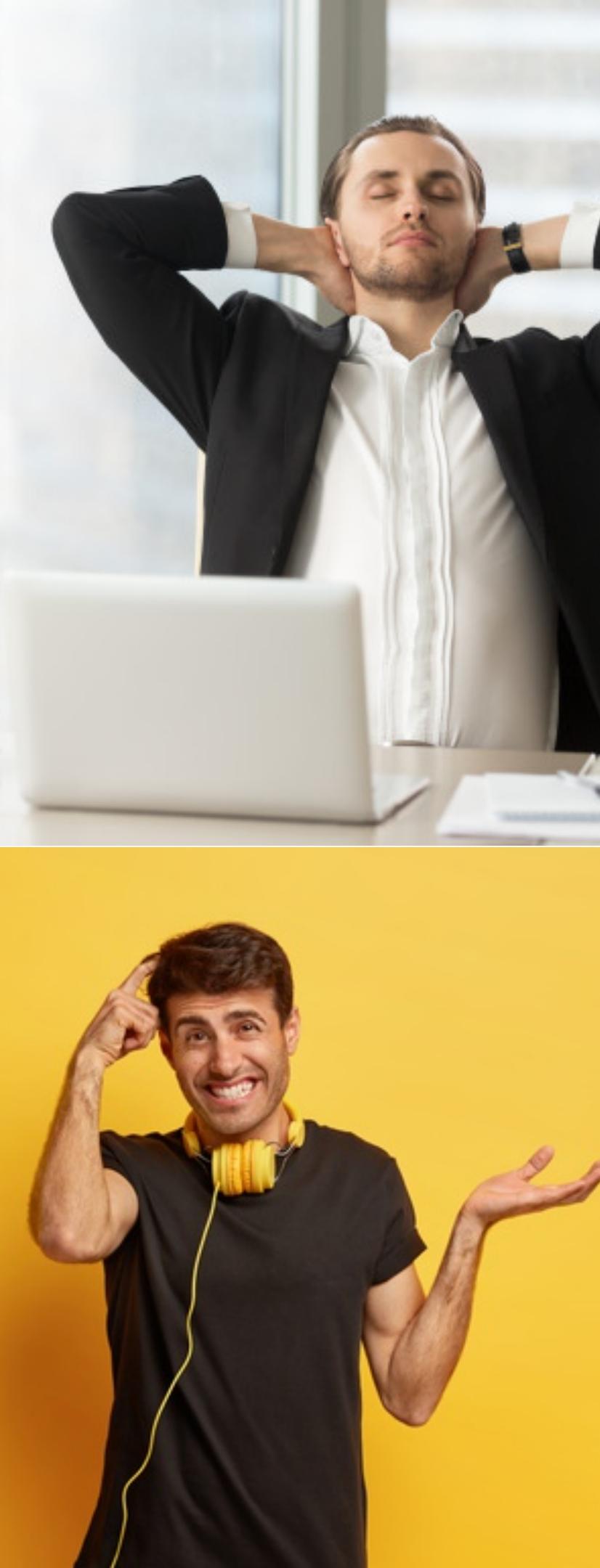
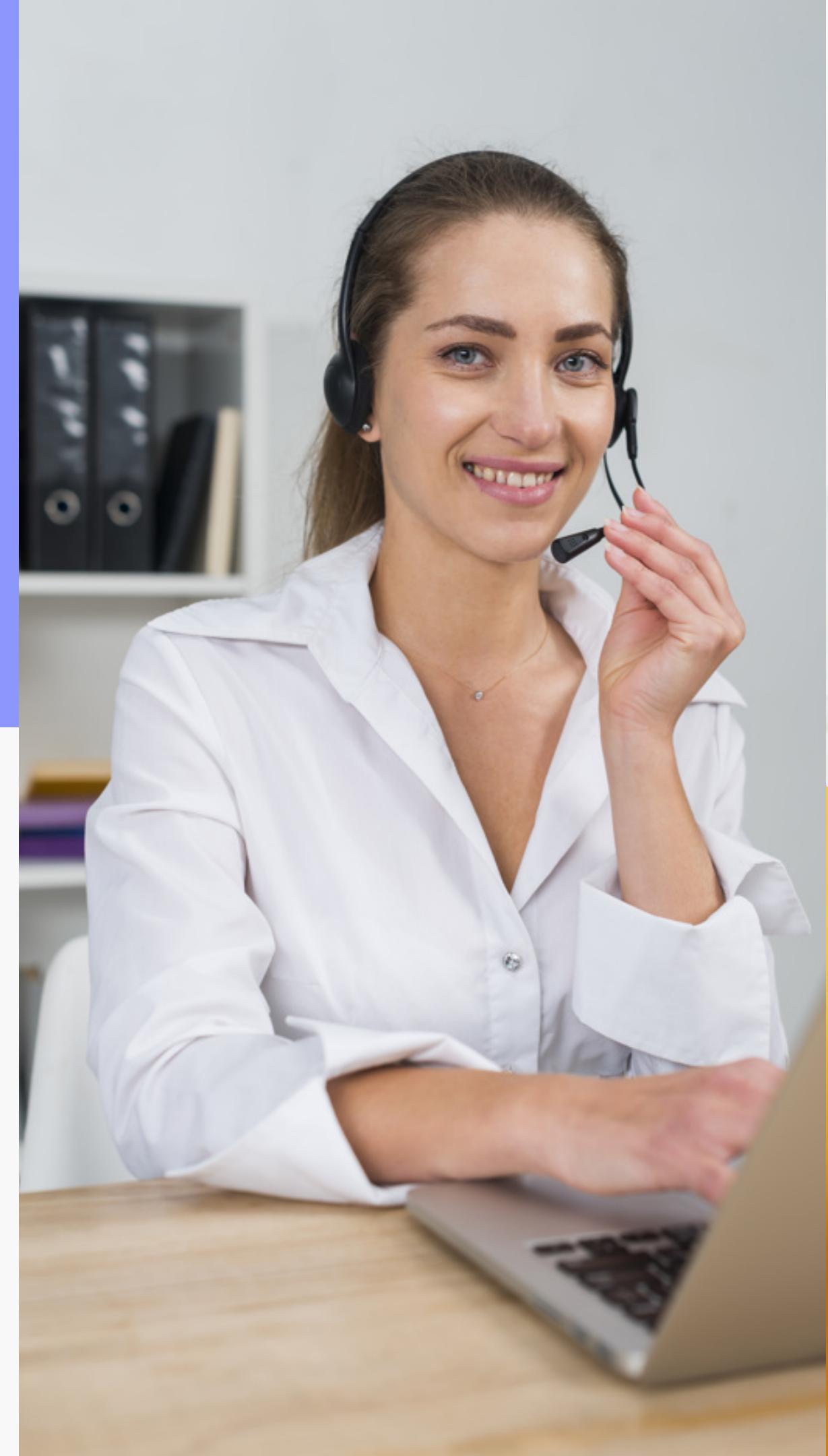
El tono de voz que utilizas denota tu estado de ánimo y este puede ser trasmítido a nuestros clientes.

- Un tono de voz plano y monótono denota falta de interés por el cliente.
- Un tono de voz pasivo y bajo denota sentimiento de tristeza.
- Un tono de voz enfático denota interés por el cliente.
- Un tono de voz rápido y alto denota que solo lo que usted dice es importante.

O Modulación

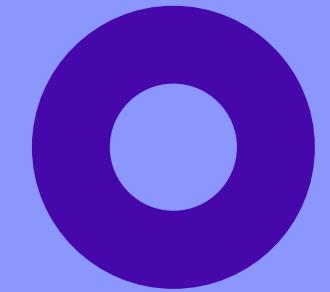
Generar una recordación de marca en la bienvenida, obliga a mencionar frases repetitivas al abrir el canal de comunicación, lo que puede hacer que tu voz suene rutinaria. Ten en cuenta:

- Sonría al contestar así su cliente no lo esté viendo.
- Respire
- Acentúe las palabras sin exagerar



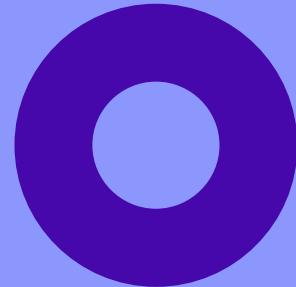


Volumen de voz



El volumen de la voz bajo puede ser un arma indispensable en el momento de apaciguar un cliente difícil.

- Si percibe falta de concentración por parte del cliente hablar con un tono de voz alto puede atraer su atención, sin llegar a gritar.
- No consumir alimentos durante la atención de las llamadas, consultar horarios destinados para estos espacios.



Etiqueta telefónica

La forma en la que un empleado saluda denota la clase de servicio que puede esperar.

- Salude a la persona que lo llame
- Preséntese al contestar la llamada.
- Pregúntele al cliente en qué le puede colaborar.

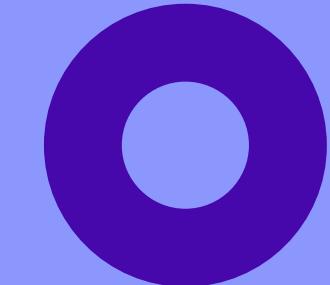
Consulta nuestros protocolos de llamada de entrada y salida para soporte y comercial.

https://kawak.com.co/gse/gst_documental/doc_visualizar.php?v=1142&m=29





Manejo de esperas



De nosotros mismos depende que el cliente tenga paciencia para esperar el tiempo que sea necesario.

- Pregunte a su cliente si lo puede esperar.
- Cuéntele que se dispone a hacer para colaborarle.
- Nunca cuelgue las llamadas de los usuarios.
- Agradezca el tiempo que el cliente tuvo que esperar

O El arte de transferir llamadas

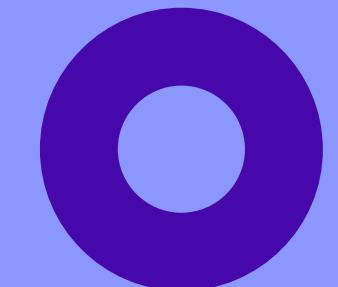
Si es necesario transferir la llamada porque en primera línea no se puede atender el requerimiento del cliente debes:

- Explicar la razón por la que va a transferir la llamada y a quien o a qué área lo va a comunicar.
- Del resultado de la acción anterior depende si es necesario preguntar al cliente si presenta algún inconveniente.
- No transferir la llamada antes de asegurar que la otra persona o área contesten.





Escritura



La forma en que redactamos un correo o un chat también hace parte de la buena atención a nuestros clientes.

- Escribe un saludo y despedida.
- Datos de contacto.
- Comprueba tu ortografía.
- Revisa tu redacción y ten en cuenta el uso de mayúsculas, ya que se considera que usar las mayúsculas es una gran ofensa y se interpretan como una manera de gritar a través del teclado.
- Verifica antes de enviar

Lo que queremos lograr.

Excelente atención al cliente



Comunicación efectiva



La habilidad de comunicarnos de manera efectiva es fundamental en el ámbito laboral y, en general, en cada aspecto de nuestra vida. Existe una relación intrínseca entre la comunicación que generamos y nuestro proceso de pensamiento, es decir, la forma como estructuramos nuestros pensamientos y los expresamos a los otros, por lo tanto, es fundamental lograr una estructura conceptual en nuestros discursos.

Un fenómeno lingüístico que todos o la gran mayoría llevamos a cabo al momento de comunicarnos, son las muletillas.

Para darnos una idea del uso que hacemos de las muletillas a continuación te mostraremos sólo algunas de las más utilizadas. Las muletillas más comunes son: “[este...](#)”, “[pero...](#)”, “[eh...](#)”, “[a ver...](#)”, “[¿se entiende?](#)”, “[¿hace sentido?](#)”, “[mmm...](#)”, “[asimismo...](#)”, “[¿no?](#)”, “[sí?](#)”, “[OK](#)”, “[Pero...](#)”, “[Pues nada, eso...](#)”, “[¿Sabes qué?](#)”, “[Verdaderamente](#)”, “[En verdad](#)”, “[Así es](#)”, «[Tal cual](#)».

Consejos para eliminar las muletillas

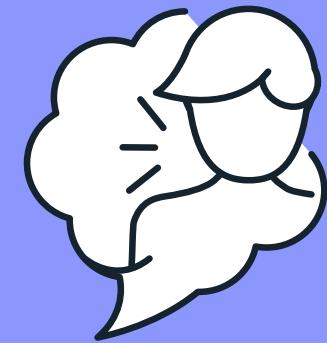


Crea conciencia de su uso: Todos las utilizamos, y al hablar en cada ámbito de la vida, por lo general, no nos damos cuenta de ello. En promedio usamos 5 muletillas por minuto.

Lee mucho: Tener un amplio vocabulario ayuda a evitar muletillas, esto sucede ya que la función de una muletilla es de conector de ideas y la utilizamos para hacer tiempo cuando no encontramos la palabra que estamos buscando, si tenemos el hábito de la lectura ampliaremos nuestro vocabulario y la cantidad de palabras que manejamos.

Estructura tu mensaje: La mejor forma de concentrarte en lo que se dice es saber lo que se quiere decir, esto implica un trabajo previo de estructura de tu mensaje. Da una apertura a tu discurso una introducción, un desarrollo y por último un cierre.

Consejos para eliminar las muletillas



II

Un excesivo uso de las muletillas quita contundencia y eficiencia al discurso, denota falta de preparación y nerviosismo al momento de hablar, lo más recomendable es hacerse consciente de qué muletillas son las que usamos y trabajar constantemente para eliminarlas.

Usa una nueva palabra cada día: Derivado del punto anterior, leer te da más vocabulario, ahora llévalo a la práctica y trata de usar una palabra nueva cada día, trata de crear el contexto y la oportunidad para utilizarla. En el lenguaje castellano existen más de 88,000 palabras.

El valor de las pausas: Mucha gente tiene miedo a los silencios, pensando que estos no son buenos en el discurso y tratan de evitarlos a toda costa, sin embargo, un buen manejo de los silencios da a nuestro discurso más dramatismo y profundidad. Tomate el tiempo para pensar la palabra que estás buscando.

Comunicación efectiva



Otro de los fenómenos que usamos comúnmente, y debemos eliminar de nuestro léxico, son los diminutivos los cuales funcionan como sufijos (o sea, al final de una palabra) y son formas de nombrar tanto a sustantivos como a adjetivos, típicamente para dar un matiz de tamaño pequeño o de poca importancia.

Los diminutivos más comunes son: **en -ito(s), -ita(s), -illo(s), -illa(s), -cito(s), -cita(s), -cillo(s), -cilla(s), -ico(s) e -ica(s), -cito(s), -cita(s), -cillo(s), -cilla(s).**

Cabe resaltar como complemento de una comunicación efectiva, la disminución en el uso de **extranjerismos** que aunque en muchas ocasiones denotan seguridad y profesionalismo es su uso, en otras puede demostrar sumisión y poca credibilidad.

Comunicación asertiva

La comunicación de tipo asertivo es la forma más adecuada para dirigirnos a un cliente, ya que es la mejor manera de expresar lo que queremos decir sin que el otro interlocutor se sienta agredido.

Además, comunicar de forma asertiva nos ayuda a potenciar que el mensaje sea asumido con más facilidad y de forma más clara y precisa, sin que nadie tenga que sentirse evaluado, o amenazado.

Es importante conocer la información que vamos a dar y cómo darla. Una mala comunicación sobre resultados, diagnóstico o tratamientos puede generar dudas en cuanto a la profesionalidad con la que trabajamos y sesgaría el resto del proceso.



Que el cliente perciba una buena autoestima en nuestro comportamiento cuando expresamos nuestras opiniones es esencial para que se muestre cooperativo y que nos comunique sus propios pensamientos, dudas u opiniones.

Tips para una comunicación asertiva



Escucha y evalúa el contexto: Para lograr empatía primero hay que comprender a la otra persona. Antes de dar un criterio tenga en cuenta el entorno y cultura del otro.



Utiliza lenguaje sencillo en primera persona con palabras positivas Transmite confianza y evita la negación para generar emociones provechosas.

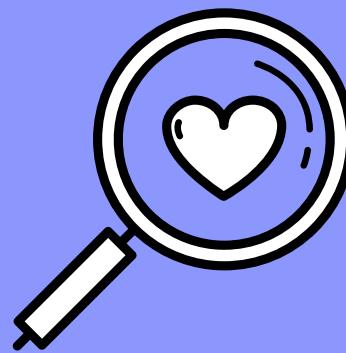


El tono y el lenguaje no verbal también hacen parte del mensaje las gesticulaciones, la postura y el tono de voz, también comunican. Saber emplear las expresiones corporales aumentan la compresión, y determinación si se generan emociones positivas o negativas.

Tips para una comunicación asertiva



Transmite confianza, se coherente y respeta a los otros Establece relaciones entre lo que se dice y hace. Evita discusiones, se sincero, si sientes que hay fallas es primordial que las hagas saber, brinda el mensaje de forma adecuada para lograr soluciones efectivas.



Cuida tus emociones Los juicios de las personas son diferentes, argumenta tus ideas con criterio, pero evita usar prejuicios y reconoce las diferencias.



Asegurate que el mensaje se entendió
con éxito



Nuestros valores corporativos

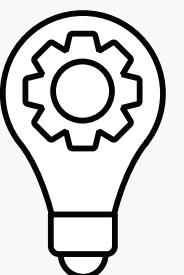
FOCO AL CLIENTE



Calidez y calidad en la atención del servicio.

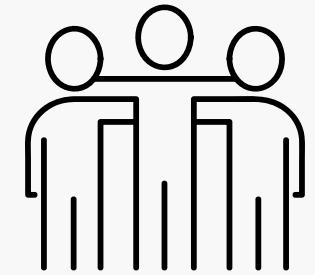


INNOVACIÓN



Promovemos el mejoramiento permanente en nuestros productos y servicios.

TRABAJO EN EQUIPO

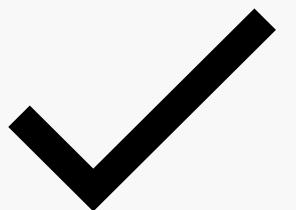


Lograr mejores resultados a través de una contribución activa e integrada de nuestros colaboradores.



Nuestros valores corporativos

INTEGRIDAD



Actuar correctamente frente
a todas las situaciones.

IMPARCIALIDAD



Mantener la objetividad en la
toma de decisiones.

Lo que nos mantiene en marcha:

"Los logros de una organización son los resultados del esfuerzo combinado de cada individuo"

VINCE LOMBARDI



¡Muchas gracias!