



# GUILLERMO VAZQUEZ

*Joyeria*

DOCUMENTO	Manual de Usuario
ÁREA	<b>POSTVENTA</b>
ORIENTADO A	Taller Relojes, Puntos de Venta y Personal de Ventas en general.
FECHA DE ELABORACIÓN	Oct/2012
SOFTWARE	<b>SOFTLUTION</b>
AMBIENTE	Microsoft Windows y Portal WEB (browser)
ENLACE (LINK)	<ul style="list-style-type: none"><li>Matriz: <a href="http://server/portal/postventa">http://server/portal/postventa</a></li><li>Puntos de Venta: <a href="http://192.168.48.130/portal/postventa">http://192.168.48.130/portal/postventa</a></li><li>Internet: <a href="http://jgv.com.ec/portal/postventa">http://jgv.com.ec/portal/postventa</a></li></ul>
ANÁLISIS, DISEÑO Y DESARROLLO	 <b>Jefe de Sistemas:</b> Ing. Wilson Pauta
ADMINISTRACIÓN DE BASE DE DATOS	 <b>Help Desk:</b> Ing. Andrea Pintado
REVISADO Y APROBADO POR	<ul style="list-style-type: none"><li>✓ <b>Gerente Administrativo/Financiero:</b> Ing. Julio Castillo</li><li>✓ <b>Gerente Comercial:</b> Dr. Sergio Ramos</li><li>✓ <b>Gerente General:</b> Ing. Daniela Ramos</li></ul>
OBJETIVO DEL SOFTWARE	Realizar un RASTREO (seguimiento) de cada una de las ETAPAS por las que pasa el SERVICIO que brinda nuestra empresa.
OBJETIVOS DE POSTVENTA	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Recibir y dar de manera puntual la información más conveniente.</li><li>▪ Aclarar conceptos ante el cliente, contribuyendo a la formación de un criterio exacto de la realidad que ofrece su servicio.</li><li>▪ Utilizar argumentos que beneficien a la empresa y apoyen su política general.</li><li>▪ Conseguir los objetivos específicos que le hayan sido marcados.</li><li>▪ Actuar selectivamente cuando lo requiera el programa.</li><li>▪ Buscar el momento más propicio para la realización de sus gestiones.</li><li>▪ Producir estímulos que eviten factores negativos de cualquier índole.</li><li>▪ Cuidar la imagen del producto.</li></ul>

CONTENIDO

	Pag.
Marco Teórico	2
SOFLUTION MOVIMIENTOS: Windows	5
SOFLUTION: PORTAL Web	7
Etapas / Responsables / Módulos	10
Anexo #1: Etapas	12

### MARCO TEORICO

La palabra postventa se deriva del latín post que significa después, al unirse con la palabra venta se define como “después de la venta”. Sin embargo, este término tan utilizado en el ámbito empresarial no define por sí mismo todo el conjunto de actividades y operaciones que se realizan después de cualquiera transacción mercantil.

Por tanto, se puede decir que **la postventa prepara y hasta asegura ventas posteriores, además de consolidar las pasadas, y nadie duda de su integración en el conjunto del marketing de las empresas ni de que puede afectar indistintamente a actividades fabriles, comerciales, distribuidoras, etc.**

La postventa es una faceta comercial que, por derecho propio, debe figurar entre las demás técnicas comerciales. Un estudio de ella requiere una visión diferente de las ventas pero ambas se complementan aun siendo distintas.

El seguir atendiendo a un cliente, después de la venta, dándole facilidades y prestándole apoyo, es una forma de fortalecer su posición ante competidores y lograr no solo clientes satisfechos sino clientes leales a la empresa.

### NECESIDAD DE LA POSTVENTA

Siendo la postventa “la serie de actos cuyo fin inmediato es la satisfacción de las necesidades que experimenta la clientela”, en muchas empresas es poco conocida y forma parte del área funcional de las ventas, siendo en ocasiones descuidada por las entidades.

Toda empresa moderna debe tener en su estructura un servicio de postventa, ya que esta le sirve para consolidar sus servicios y puede ser un medio efectivo para captar clientes.

La postventa es un ejercicio de atención al cliente, este servicio puede ser desde operaciones de mantenimiento, como venta de repuestos, cuidados técnicos, etc.; también puede ser el ofrecer al cliente accesorios o servicios adicionales al bien o servicio adquirido.

### DIFERENCIAS ENTRE VENTA Y POSTVENTA

VENTA	POSTVENTA
Satisface una necesidad inicial de consumo	Perfecciona el producto y/o su presentación al cliente para completar o asegurar la satisfacción que pretende la venta
Es impulsada generalmente por quienes proyectan la producción hacia el mercado	Es demandada por clientes y consumidores
Su costo suele ser uniforme para cada producto	Sus costos son muy variables, según el momento y la situación en que se desarrolla
Su incidencia en la postventa suele ser inversa a la propia calidad (mejor calidad en la venta necesita menor atención postventa)	Suele incidir sobre la venta con características equivalentes a la calidad de su prestación (si es buena incide positivamente; si es mala incide negativamente)
La demanda que produce, en ausencia de otros factores, guarda relación directa con la calidad	Su necesidad, en ausencia de otros factores, esta en proporción inversa a su calidad (menor calidad en la venta necesita mayor atención postventa)
Suele pretender la materialización próxima o inmediata del beneficio, siendo su costo predeterminado	Sus beneficios se producen a mayor plazo. Sus costos suelen ser inmediatos a la prestación
Su magnitud guarda proporción directa con la del propio mercado, figurando siempre con valores positivos	Su magnitud suele hallarse influida por factores que muchas veces presentan escasa correlación con el mercado, y además, ésta puede ser positiva o negativa.

### GESTION DEL PERSONAL

Los criterios que se deben tomar en cuenta para establecer un óptimo programa de gestión son:

- Profesionalidad
- Amabilidad
- Buena Voluntad
- Preparación
- Honradez
- Flexibilidad
- Previsión

Para desarrollar una buena gestión en el servicio de postventa la empresa debe tomar en cuenta una serie de condicionantes que afectan de una forma significativa la mayoría de las actividades de la empresa:

- Magnitud o tamaño de la empresa
- Ubicación de la empresa
- Características del cliente
- Numero de Clientes
- Potencia del mercado, situación y características
- Clase de mercado
- Actitud de la competencia
- Producto objeto de comercio

### LA INFORMACIÓN

La Postventa es una de las más importantes fuentes de información de la empresa, ya que además de proveer una radiografía del mercado, nos proporciona una serie de datos de la empresa en general. La información debe ser fiable, clara y entregada con rapidez en el momento oportuno.

La fluidez de la información desde y hacia el cliente debe ser intensa, procurando fomentar las buenas relaciones con la empresa y sus miembros en un ambiente de colaboración. Al mismo tiempo, obtiene y transmite las noticias y datos necesarios a los departamentos que corresponda.

La postventa recibe información por parte de los clientes sobre las impresiones y comentarios relativos a los defectos del servicio o del comportamiento del personal en sus relaciones laborales, defectos de los productos y las sugerencias para poder prestar un buen servicio. Por las entrevistas con los clientes, también se obtiene datos sobre las actividades de la competencia, al mismo tiempo conoce la penetración de un producto, detecta imperfecciones que originan quejas, etc.

Por medio de esta información, la postventa proporciona puede presentar estrategias para satisfacer la demanda, reforzar la relación empresa / cliente y determinar las propiedades o formas de utilizar los productos.

Un análisis sistemático de la información recogida a través de los servicios postventa permitirá la adopción de medidas capaces de solucionar gran cantidad de problemas, evitar costos innecesarios y satisfacer a la clientela.

### CONTROL

El control es comparar lo real con lo previsto, determinar si hay desvíos y cuales son sus causas para corregir acciones y revisar decisiones y planes. Diversos factores como fallas en la maquinaria, en el material, en las instalaciones, en el personal, etc., pueden alterar procesos que aparentemente fueron diseñados a la perfección.

Fiscalizar, cuidar, vigilar, inspeccionar, dirigir y dominar, son acciones necesarias para procurar el cumplimiento de los programas establecidos. No ejercer estas actividades suele desencadenar una serie de acontecimientos que pueden afectar negativamente dichos programas.

Los controles se establecerán de la forma y en los lugares más convenientes para conocer la evolución de los programas, dirigir con eficacia las acciones hacia los objetivos e influir sobre todos y cada uno de los subsistemas de la empresa cuando sea necesario.

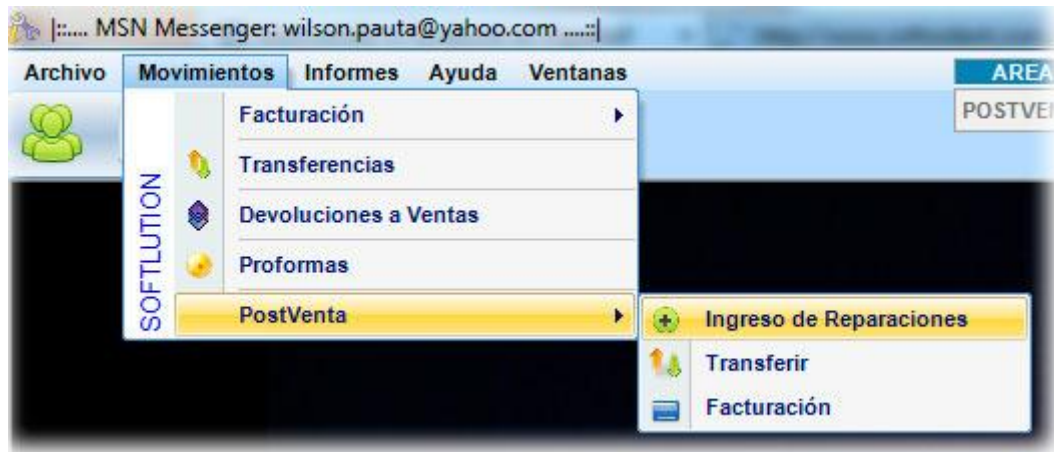
Los controles deben fijarse en el comportamiento de las personas, en la utilización de los medios que emplean, en los proveedores, en los fabricantes e igualmente en los factores y circunstancias que repercutan sobre el servicio que se da al cliente.

Los controles de postventa deben cumplir funciones que les permitan:

- Conocer las necesidades reales de atención al cliente experimentadas
- Confirmar el cumplimiento de los programas que se establezcan para solucionar las demandas de atención
- Informar a la empresa con rapidez y eficacia
- Disponer de un amplio conocimiento de todas las facetas que afecten o puedan afectar a la postventa
- Aplicar las medidas correctivas necesarias para asegurar los programas
- Contribuir a mantener la motivación del personal para la consecución de los objetivos, de acuerdo con la planificación de la empresa
- Realizar evaluaciones y análisis de la postventa
- Observar el grado de eficacia de la prestación del servicio
- Detectar y evitar los fraudes internos y externos de la empresa, protegiendo los puntos más vulnerables
- Efectuar las comprobaciones de la postventa e introducir todas las modificaciones que sean beneficiosas para los objetivos fijados por la empresa.

### SOFTLUTION MOVIMIENTOS: Windows

#### UBICACIÓN DENTRO DEL MENÚ



(Fig. #1)

En este ejemplo estamos ingresando desde el AREA – POSTVENTA RELOJES, pero en el caso de los puntos de venta lo harán desde el área que les corresponda a la misma opción.

#### INTERFAZ

**POSTVENTA:** Define tipo de reparación; para luego indicar si el ingreso corresponde a esta área o a un concesionario.

**PASO #1:** Especificar el número de reparación que les corresponda, para ingresar o actualizar los datos

**PASO #2:** Colocar la identificación o descripción del Cliente. En el caso de Sucursales (7 caracteres)

Registra la información definida por el usuario, es decir, ingresa o actualiza

Una vez registrada la información, podemos IMPRIMIR

**SIGUIENTES PASOS:** Para el resto de datos a ingresar, se les ha colocado listas desplegables u opciones múltiples, para agilizar el proceso y garantizar el correcto ingreso de la información

En el caso que desee ANULAR un ingreso ya registrado; se deberá de igual manera proceder con el PASO #1, para que se visualice la REPARACIÓN y luego dar clic en este botón

(Fig. #2)

En caso de la opción marcada sea SI dentro de GARANTIA, entonces, en el campo OBSERVACIONES ingresar el número de Garantía o colocar fecha y número de venta (factura o nota de venta).

### TODOS LOS CAMPOS DEBEN SER OBLIGATORIAMENTE INGRESADOS

#### IMPRESIÓN

IMPRESIÓN: PostVenta

INFORME

Filtrar selección ....

EXPORTAR

34307

Local/Concesionario: MALL DEL RIO Fecha de Ingreso: 04-mar-2012

CLIENTE: MIGUITAMA GONZA MARITSA IDENTIFICACION: 0102769494

TELEFONO: 571922 CELULAR: 093473603

DIRECCION: COLOMBIA 17-21 Y BRASIL E@MAIL:

MARCA: CALVIN KLE	CAMBIO DE CRISTAL R.G.CAJA Y BRAZALETE RAYADO.	REFERENCIA: K1P23100
CALIBRE: QUARZO		MAQUINA: NEGRA
BRAZALETE: ACERO		CAJA: ACERO
PARA: DAMA		GARANTIA ? NO
REINGRESO:		ENTREGA: 30-mar-2012

EN CASO DE NO ACEPTAR EL COSTO DEL SERVICIO SE COBRARA \$8 (OCHO DOLARES), POR CONCEPTO DE GASTOS DE TRAMITACION Y ENVIO

CLIENTE: Acepta términos y condiciones

(Fig. #3)

Al dar un clic en la opción IMPRIMIR de la interfaz anterior, nos visualizará una nueva ventana, la cual nos presentará los datos a ser impresos. Se imprimirá también el número de reparación para que el usuario pueda confirmar que coincide con el pre-impreso de la hoja de reparaciones. Finalmente se da un clic en la opción PRINT e imprimirá la reparación.

#### CLIENTES

Se les recuerda a los usuarios que dentro la opción Archivo \ Interventores (Fig. #4):



(Fig. #4)

**Ingresan o actualizan la información de Clientes. Les comento este detalle, ya que, DENTRO DE LA HOJA DE INGRESO DE REPARACIONES SE VISUALIZARÁ EL CORREO ELECTRÓNICO O EL CELULAR (TELÉFONO #2) DEL CLIENTE.**



### SOFTLUTION: Portal WEB

#### CONEXIÓN: Log In

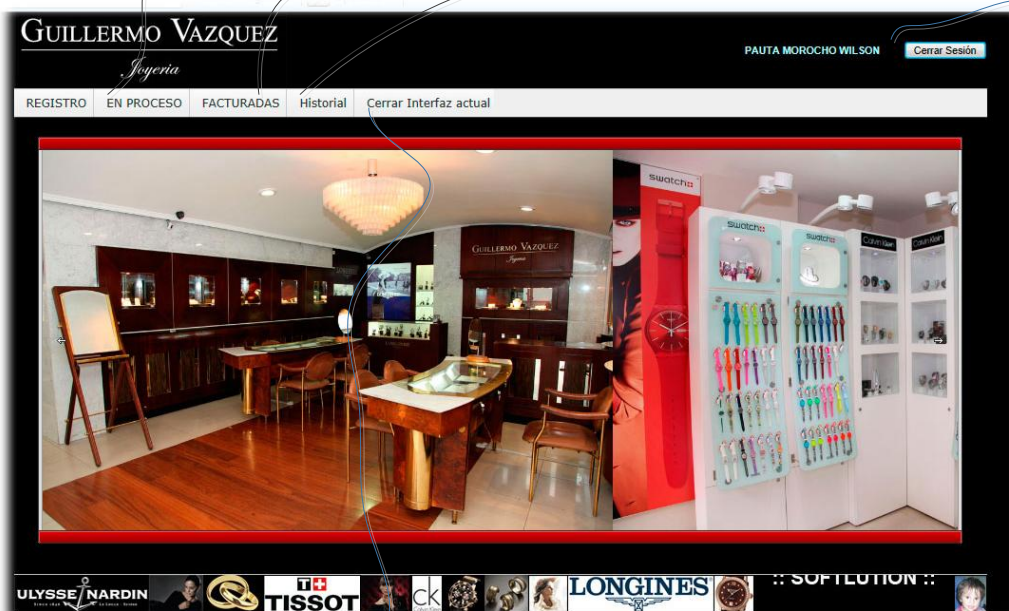
La identificación y clave son las proporcionadas por el Dpto. de Informática; que son las mismas que utilizamos en el SOFTWARE SOFTLUTION.

#### OPCIONES

Una vez REGISTRADO EL SERVICIO, procedemos a registrar las siguientes ETAPAS. Ejm. Envío a RECEPCION.

Una vez FACTURADO el SERVICIO, se procede a realizar un seguimiento hasta la ENTREGA al CLIENTE.

Para revisión de el RASTREO registrado a cada uno de los servicios que ofrece la empresa.



No olvidar CERRAR LA SESION, una vez que finalice la utilización de este SOFTWARE.

Es un botón común para cerrar cada una de las interfaces que son abiertas dentro del Software. No olvidar que se puede abrir una ventana a la vez, ya que es un Portal WEB.



### EN PROCESO

Una vez REGISTRADA LA REPARACION dentro del Software **SOFTLUTION MOVIMIENTOS**, se le dará seguimiento (rastreo) a la misma dentro de nuestro PORTAL WEB, en esta opción:

Se puede FILTRAR una REPARACION o SERVICIO por: Punto de Venta, Número o Cliente.

FILTRAR

PROCESAR: Una vez aplicadas las Transferencias a nuevas ETAPAS y/o Confirmadas o Anuladas la recepción de REPARACIONES con sus OBSERVACIONES de ser necesario.

Se debe habilitar para seleccionar la siguiente ETAPA y el correspondiente responsable.

Colocar las OBSERVACIONES necesarias. Ejm. Courier, #guia, acepta cotización via correo electrónico, descripción del tipo de reparación realizada, etc.

Confirma o Anula, la recepción de una reparación. De lo contrario lo mantiene en Pendiente.

Pto. de Venta	Reparación	CLIENTE / CONCESIONARIO	MARCA	ENTREGA	FALTAN	Etapa ACTUAL	Próxima ETAPA
MENOR - CUENCA	37594	ELJURI ANTON HENRY	TISSOT	05-SEP-2012	-33	TALLER RELOJES	Pendiente Confirmar Anular
MENOR - CUENCA	32627	SEGARRA FAUSTO	TISSOT	06-SEP-2012	-32	RECEPCION	ENVIO A LOCAL COBO LUZURIAGA XIMENA
MENOR - CUENCA	32636	JOYERIA GUILLERMO VAZQUEZ S.A.	TISSOT	06-SEP-2012	-32	IMPORTACION	Pendiente Confirmar Anular
MENOR - CUENCA	36153	SEGARRA FAUSTO	TISSOT	06-SEP-2012	-32	TALLER RELOJES	DISTRIBUIDOR COLCOMEX CORP S.A.
MENOR - CUENCA	36154	BUSTOS JESUS	TISSOT	06-SEP-2012	-32	REPARACION REGISTRADA	RECEPCION CHALCO LAZO DIANA DEL CARMEN
MENOR - CUENCA	36155	JOYERIA GUILLERMO VAZQUEZ S.A.	TISSOT	06-SEP-2012	-32	REPARACION REGISTRADA	RECEPCION CHALCO LAZO DIANA DEL CARMEN
MENOR - CUENCA	36161	ALVEAR ESPEJO FLORESMILO	TISSOT	17-SEP-2012	-21	TECNICO	Pendiente Confirmar Anular
MENOR - CUENCA	36162	BERNHO BERNHO MANUEL	TISSOT	17-SEP-2012	-21	TECNICO	Pendiente Confirmar Anular
MENOR - CUENCA	36165	ELJURI ANTON HENRY	TISSOT	18-SEP-2012	-20	REPARACION REGISTRADA	RECEPCION CHALCO LAZO DIANA DEL CARMEN
MENOR - CUENCA	36169	VELEZ MUÑOZ GUILLERMO	TISSOT	19-SEP-2012	-19	REPARACION REGISTRADA	RECEPCION CHALCO LAZO DIANA DEL CARMEN

Dependiendo del número de reparaciones que se tenga dentro de cada una de las áreas (puntos de venta), se muestran los números de página en la parte superior e inferior de la lista de reparaciones o servicios. Se visualiza 10 registros por página, ordenados de manera descendente por la columna FALTAN (días), la cual nos indica el número de días pendientes para la entrega, si este valor es negativo, significa que la fecha tope ya fue excedida.

En Proceso

Pto. de Venta	Reparación	CLIENTE / CONCESIONARIO	MARCA	ENTREGA	FALTAN	Etapa ACTUAL	Próxima ETAPA
MENOR - CUENCA	37594	ELJURI ANTON HENRY	TISSOT	05-SEP-2012	-33	TALLER RELOJES	Pendiente Confirmar Anular
MENOR - CUENCA	32627	SEGARRA FAUSTO	TISSOT	06-SEP-2012	-32	RECEPCION	ENVIO A LOCAL COBO LUZURIAGA XIMENA
MENOR - CUENCA	32636	JOYERIA GUILLERMO VAZQUEZ S.A.	TISSOT	06-SEP-2012	-32	IMPORTACION	Pendiente Confirmar Anular
MENOR - CUENCA	36153	SEGARRA FAUSTO	TISSOT	06-SEP-2012	-32	TALLER RELOJES	ANOTACIONES QUE DEBA COLOCAR!!!
MENOR - CUENCA	36154	BUSTOS JESUS	TISSOT	06-SEP-2012	-32	REPARACION REGISTRADA	DISTRIBUIDOR COLCOMEX CORP S.A.

LA DESCRIPCIÓN DE CADA UNA DE LAS ETAPAS, ASÍ COMO SU CORRESPONDIENTE TRAZADO PARA EL SEGUIMIENTO, LO PODRÁN VER EN EL ANEXO #1.

### FACTURADAS

Al ser facturada la reparación, esta pasa a ser monitoreada dentro de esta opción.

La interfaz es idéntica a la anterior, con la única diferencia que ahora ya tenemos un número de factura y, en esta parte cada punto de venta deberá ir registrando el SEGUIMIENTO que se realiza hasta la entrega al cliente, por ejemplo: se lo llama por teléfono y no contesta, se le envía un correo, viene a retirar la esposa, etc.

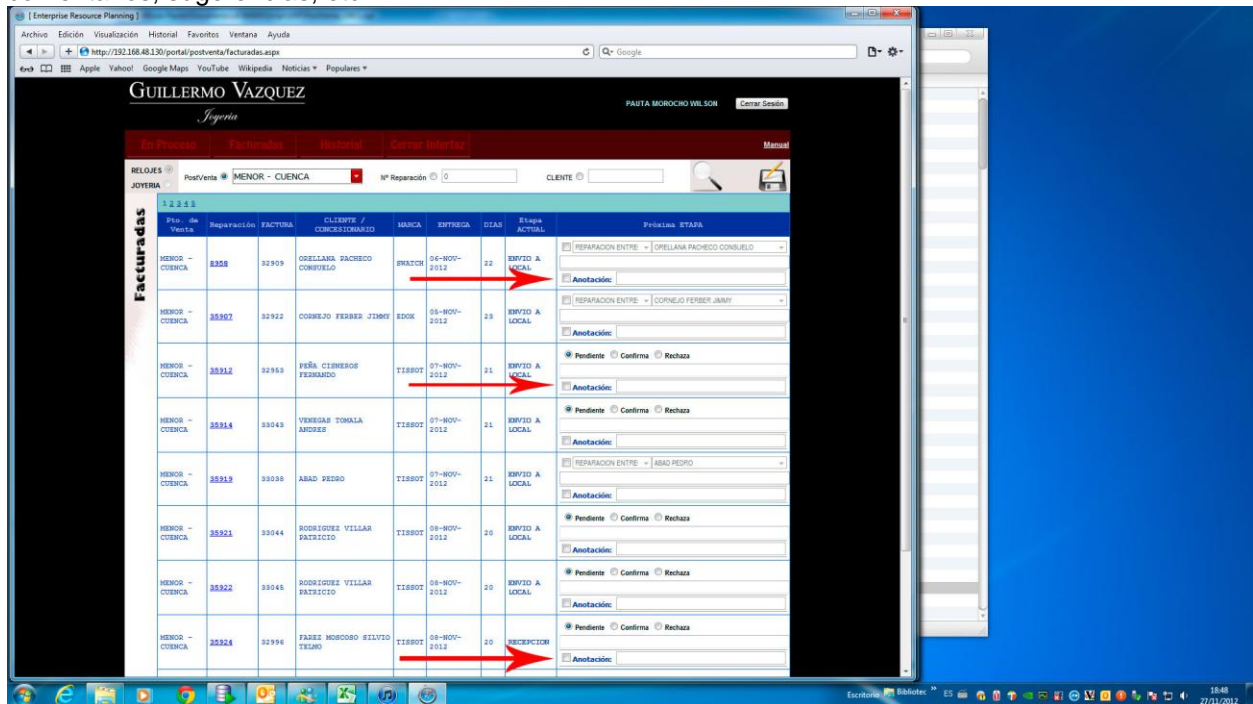
Al igual en que la interfaz anterior, se debe ir registrando cada una de las ETAPAS que se van dando hacia esta reparación.

AL DAR UN CLIC EN EL NUMERO DE REPARACIÓN, NOS VISUALIZA:

- ETAPAS REGISTRADAS: CON LOS CORRESPONDIENTES RESPONSABLES, FECHAS Y ANOTACIONES.
- FOTOS DEL RELOJ (DE EXISTIR)
- COTIZACIÓN (DE EXISTIR)

### ANOTACION

Representa un segmento especial dentro del portal web, ya que, de esta manera los usuarios de este software, podrán dar un **seguimiento** a su reparación (servicio); colocando sus: observaciones, comentarios, sugerencias, etc.



### HISTORIAL

Nos permite filtrar por cada una de las reparaciones que han sido registradas y facturadas, para visualizar el historial de las etapas que se registraron, así como sus correspondientes fotos y cotización.

### Etapas / Responsables / Módulos

ETAPA	RESPONSABLE(S)	MODULO SOFTLUTION
REGISTRO REPARACION	PERSONAL de Puntos de Venta (PUNTO INICIAL)	MOVIMIENTOS
RESPONSABLES TALLER	Ing. Luisa Tapia	Portal WEB
RECEPCION	Sra. Diana Chalco	Portal WEB
EN SERVICIO	Srs. Técnicos de Taller Relojes	Portal WEB
DIAGNOSTICO	Srs. Técnicos de Taller Relojes	Portal WEB
COTIZACION	<ul style="list-style-type: none"> <li>Emisión: Ing. Luisa Tapia</li> <li>Confirmación/Anulación: Puntos de Venta</li> </ul>	Portal WEB
FABRICA	Ing. Luisa Tapia	Portal WEB
ESPERA DE REPUESTOS	Ing. Luisa Tapia	Portal WEB
DISTRIBUIDOR	Ing. Luisa Tapia	Portal WEB
FACTURADO	Ing. Luisa Tapia	MOVIMIENTOS
PUNTO DE VENTA	PERSONAL de Puntos de Venta	Portal WEB
REPARACION ENTREGADA	PERSONAL de Puntos de Venta (PUNTO FINAL)	Portal WEB
ANOTACION	USUARIOS DEL PORTAL.	Portal WEB
REPARACION ENTREGADA	PERSONAL de Puntos de Venta	Portal WEB

**Anexo #1: ETAPAS**

NOMBRE	DESCRIPCION
REGISTRO REPARACION	PUNTO DE ORIGEN: SE CREA EN EL SOFTWARE DE MOVIMIENTOS(INGRESO DE REPARACIONES)
RESPONSABLE DEL TALLER	PERSONA ENCARGADA DENTRO DEL TALLER DE RELOJES
RECEPCION	PERSONA ENCARGADA DE RECIBIR LA REPARACION
DIAGNOSTICO	TECNICOS QUE EVALUAN EL RELOJ
EN SERVICIO	PROFESIONAL ENCARGADO DE LA REPARACION
COTIZACION	COTIZACION A SER ENTREGADA AL CLIENTE
FABRICA	RELOJES QUE SON ENVIADOS A LA FABRICA
ESPERA DE REPUESTOS	ETAPA DE IMPORTACION DE REPUESTOS
DISTRIBUIDOR	ARREGLOS FUERA DE LA EMPRESA
FACTURADO	REPARACION FACTURADA DENTRO DE TALLER RELOJES
PUNTO DE VENTA	PUNTO DE VENTA AL QUE SE ENVIA LA REPARACION
ANOTACION	USUARIOS DEL PORTAL, donde registran OBSERVACIONES, COMENTARIOS o ANOTACIONES, es decir, el SEGUIMIENTO que se le esta dando a la reparación.
REPARACION ENTREGADA	SE ENTREGA LA REPARACION AL CLIENTE