



Nombre del docente: **MsC. Guiselle Herrera Zúñiga**

Taller Exploratorio: Comercial y Servicios

Guía # 3

Subárea: Oficina Moderna

Unidad de estudio: Cultura de la Calidad

Nivel: **Sétimo**

Horario de atención: **Presencial**

Centro educativo: **CTP de la SUIZA**

Escenario: 1 (☒) 2 (☐) 3 (☐) 4 (☐)

Período establecido para el desarrollo de la guía:

Del 05 al 16 de Abril de 2021

II Parte. Planificación Pedagógica

Espacio físico, materiales o recursos didácticos que voy a necesitar: (Importante considerar la situación de cada uno de los estudiantes)	Lapiceros, lápiz, computadora, calculadora, audífonos y cuaderno, material de reciclaje, herramientas tecnológicas
Indicaciones generales:	Todo el material se le hace llegar a los estudiantes por medio de teams, whatsapp, físico o correo donde luego es revisado en la clase virtual por medio de Teams, las tareas o trabajos son devueltos por whatsapp, teams o en físico para ser revisados.

Detalle de la planificación de las actividades que realiza el estudiante.

Resultado (s) de aprendizaje/Objetivo (s):

Distinguir la diferencia de Equipo y grupo, relacionados con el servicio al cliente

Actividades de aprendizaje para la implementación de la mediación pedagógica en educación combinada	Ambiente de Aprendizaje	Evidencias
Construcción/Aplicación: Explica el proceso de Servicio al cliente relacionado con las partes del ciclo del servicio.	Hogar (<input type="checkbox"/>) Centro educativo (<input checked="" type="checkbox"/>)	Tipo: (<input type="checkbox"/>) Conocimiento

		() Desempeño

		(X) Producto

Instrumento de Evaluación de las Evidencias			
Indicadores de criterio de desempeño-competencias del aprendizaje esperado			
	Aún no logrado	En proceso	Logrado
Elabora satisfactoriamente un dibujo donde se observe dos personas conversando			



EL SERVICIO AL CLIENTE

El **servicio al cliente** se refiere a todas las acciones implementadas para los clientes antes, durante y después de la compra. También conocido como servicio de atención al cliente, se realiza para cumplir con la satisfacción de un producto o servicio.

Este proceso involucra varias etapas y factores. No nos referimos exclusivamente al momento en que un cliente hace una compra, sino lo que ocurre antes, durante y después de la adquisición de un producto o utilización de un servicio.

Un buen servicio al cliente no sólo es responder las preguntas del cliente, sino ayudarlo cuando ni siquiera ha pedido nuestra ayuda, adelantarnos a lo que necesita y cubrir sus necesidades de manera eficaz. Existen otros aspectos como la amabilidad, calidad y calidez que también influirán en el servicio ofrecido.

Factores que influyen en el servicio al cliente

La manera en que interactuamos con nuestros clientes es muy importante para lograr una mejor experiencia del cliente, que no es más que proporcionarle un buen servicio o producto y que logremos cumplir con sus expectativas.

En caso contrario, si otorgamos un mal servicio o vendemos un producto que no cumpla con lo que el cliente esperaba, lo único que provocamos es una mala experiencia que se traduce en bajas ventas, pérdida de clientes y mala reputación de boca en boca, lo que también puede ocasionar que los que todavía no son nuestros clientes, prefieran irse a la competencia.



Para dar un buen servicio hay que crear un vínculo con el cliente, a fin de lograr una relación duradera, crear confianza, lograr que el cliente sea leal a nuestra marca, producto o servicio. Lo importante aquí es que el cliente salga satisfecho y sienta que sus necesidades han sido satisfechas.

Diferencia entre servicio al cliente, atención al cliente y experiencia del cliente

Atención, experiencia y servicio al cliente tienen diferencias que son claves para distinguirlos

El **servicio al cliente** prevé los problemas que pueden tener los clientes y trata de resolverlos de forma preventiva. Se centra en detectar los problemas desde el principio, evitando que se agraven.

La **atención al cliente** se centra en resolver los problemas que los clientes han identificado. La clave de la asistencia es proporcionar los medios y los métodos para solucionar el problema o la preocupación en cuestión.

La experiencia del cliente es la suma de todos los contactos, desde el descubrimiento e investigación de un producto hasta su compra, pasando por su uso real y su seguimiento por parte de la marca. No se trata de una sola interacción, sino de todo el ciclo de vida del cliente y de todos los puntos de contacto que éste tiene con un producto o servicio.

Consejos para tener clientes satisfechos

La imagen de una marca depende de su servicio al cliente, el consumidor juzga un servicio como un todo. Las relaciones con los clientes no sólo dependen del equipo de marketing. La gestión de la fuerza de ventas también juega un papel importante en el servicio al cliente. La actitud, la formación y la comunicación de los empleados influyen en la percepción del servicio prestado.



Si el cliente está feliz con lo que le ofrecemos, seguramente regresará una y otra vez, nos recomendará con sus amigos, familiares o conocidos. Esto lleva su tiempo, pero hay que trabajar diariamente en ello y obviamente requiere inversión, tanto de tiempo, dinero y esfuerzo.

Con los avances tecnológicos tanto clientes y empresas tienen más oportunidad de estar comunicados entre sí, interactuar y conocer lo que el cliente piensa, opina o quiere.

Por ello las empresas que destacan de otras son las que cuentan con soporte de correo electrónico, atención vía telefónica o web, chat, encuestas online o redes sociales, y las utilizan para dar servicio antes, durante y después de una compra, por ejemplo a través de una encuesta post venta.

Estas son algunas recomendaciones que te ayudarán a brindar un mejor servicio al cliente:

1. Identifica a los clientes insatisfechos

Las preguntas de una encuesta de feedback de los clientes pueden ser cortas, de selección única, de selección múltiple o abiertas.

Las preguntas de selección única como NPS te dan una idea rápida de si el cliente será promotor, pasivo o detractor de tu marca. Con este método puedes identificar a los clientes "en riesgo" cuyos comentarios, pueden provocar que se vayan si no son considerados.

2. Mide y da seguimiento a la satisfacción del cliente



Puedes analizar la experiencia del cliente a lo largo de un tiempo determinado, mediante la realización de encuestas periódicas y la vigilancia de las calificaciones que otorgan.

Si estás escuchando a tus clientes y trabajando en lo que ellos dicen, gradualmente mejorarás el servicio y aumentarás tu puntuación

3. Establece objetivos y evoluciona

Con preguntas sobre la calidad de los productos y servicios, la entrega, el soporte, la experiencia del usuario, etc., una empresa puede analizar el servicio al cliente a un nivel más preciso y obtener valiosos conocimientos de la misma.

La retroalimentación puede coincidir con los objetivos y hacer un seguimiento si los resultados están en la dirección correcta. Además, puede resultar útil a la hora de crear estrategias de negocio y esfuerzos para satisfacer las necesidades de los clientes.

4. Valora y recompensa a tu cliente

Los comentarios de los clientes pueden ayudarte a averiguar quiénes son los más leales. Mientras llenan una encuesta, puedes hacerles saber cuánto tiempo les tomará completarla. Esto dará la impresión de que valoras su tiempo.

5. Automatiza procesos



A través de un software para encuestas puedes enviar un correo electrónico de invitación a una encuesta automatizada cada vez que alguien realiza una compra o se agrega un contacto a CRM.

Utiliza las respuestas de retroalimentación para iniciar correos electrónicos de marketing automatizados de los clientes o notificaciones internas a tu equipo.

El papel de los empleados en el servicio al cliente

La cara de la empresa son los empleados, ellos son los que realmente están en contacto directo con los clientes, los que obtienen, de primera mano, las opiniones y reacciones ante nuestra marca, producto o servicio. Por ello es importante que estén en constante capacitación para brindar el mejor servicio y también que conozcan lo que venden o el servicio que ofrecen.

Los representantes de servicio al cliente deben ser:

- Accesibles con los clientes
- Estar bien informados
- Actuar con cortesía y amabilidad



- Tener habilidades de escucha y paciencia
- Voluntad de resolver los problemas o quejas de los clientes

Un grupo de trabajo son dos o más individuos que trabajan en forma independiente para alcanzar un objetivo global y pueden o no trabajar uno al lado del otro en el mismo departamento. Los comportamientos, formas de trabajar, responsabilidad y liderazgo en un grupo son muy diferentes a los de un equipo.

Un equipo de trabajo es un pequeño grupo de personas con habilidades complementarias que están comprometidos con un objetivo en común y una forma de trabajo que sostiene la responsabilidad de cada uno. La mejor medida de un equipo es entre 7 y 12 individuos. Los equipos de más personas requieren de mayor estructura y soporte, los equipos más pequeños a menudo tienen dificultades cuando alguno de sus miembros se ausenta.