

COLPENSIONES: DOCUMENTO 36

SERVICIO ATENCIÓN AL CIUDADANO.

I. CALL CENTER.

Los primeros 30 segundos cuentan:

Los primeros 30 segundos con su cliente, son muy importantes para motivarlo y saber si quiere continuar o no la comunicación.

Los últimos 30 segundos quedan:

Recuerde que los últimos 30 segundos también son definitivos para dejar un buen mensaje o una recordación positiva en su cliente.

Qué espera un cliente:

- Rapidez
- Disponibilidad
- Información precisa
- Servicio personalizado
- Hablar con seres humanos
- Que lo escuchen
- Que le den soluciones
- Que los entiendan
- Resuelvan sus dificultades
- Que se le valore, y radica en que le ofrezcan un continuo servicio

Cualidades Personales:

- Claridad
- Naturalidad
- Brevedad
- Cortesía
- Colaboración
- Concentración
- Precisión
- Simpatía y amabilidad

- Cumplimiento

Pasos para atender a un cliente:

- Esté preparado
- Conteste rápidamente
- Personalice su voz
- Escuche realmente
- Pregunte con habilidad
- Sea amable y cortés
- Pase la llamada correctamente
- Dele soluciones
- Deje una buena impresión

PROTOCOLO Y ETIQUETA.

Saludo de la Compañía que incluye:

- Identificación de la empresa
- Identificación con nombre y apellido

Cordial apertura. En qué lo puedo ayudar

- Atención
- Hablar claramente
- Ir al mismo paso del cliente
- Sea amable, utilice palabras como gracias
- Use gramática y lenguaje apropiado
- Utilice el nombre del cliente dentro de la conversación
- Pida permiso para poner al Cliente en espera y dé una explicación de lo que está haciendo
- Use un volumen y tono adecuado
- Si usa términos técnicos dé la claridad a los mismos.
- Utilice la frase de cierre de la empresa

LA IMPORTANCIA DE LA “COMUNICACIÓN POSITIVA”.

En la comunicación positiva es decisivo no solo lo que diga sino como lo diga.

- Los clientes hoy quieren escuchar cosas positivas y buenas noticias.

- Quieren escuchar también gente positiva y proactiva.
- Los clientes llaman para que usted les de respuestas y soluciones, no para oír que problemas tienen con el sistema o con la información que quedamos de suministrarle.

MANEJO DE LA “ESPERA”.

CUANDO TENGAMOS QUE HACER ESPERAR A UN CLIENTE DEBEMOS:

1. Ofrecerle opciones: desea esperar, prefiere volver, quiere darme su número de teléfono.
2. No abandonarlo, por el contrario mantenerlo informado de su situación o de lo que va a hacer por él.
3. Agradecerle por haber esperado, eso hará que el Cliente se sienta que él, si es importante y respetado por la entidad

REGLA DE ORO CON LOS CLIENTES.

- Esté preparado e informado.
- Conteste de inmediato.
- Dele al cliente toda la atención.
- Pregunte al cliente si quiere esperar.
- Hágale saber el motivo de la demora.
- Transfiera correctamente la llamada.
- Asegúrese de que sea atendida
- No “tuteé” a los clientes.
- Dele a cada uno un trato cordial y respetuoso
- Hable claro y conciso.
- Escuche con atención.
- Anote bien los mensajes.
- Entréguelos a tiempo
- Resuélvale eficazmente los problemas a los clientes.
- Use su sentido común.

ANTES DE SATURAR AL CLIENTE DE INFORMACION...

ESCUCHELO Y CONOZCA DE SUS NECESIDADES

LA MANERA DE DESCUBRIR LAS VERDADERAS NECESIDADES ES HACERLE PREGUNTAS INTELIGENTES Y RELACIONADAS CON EL TEMA

Tratar con clientes disgustados

ANTE TODO SI LOS CLIENTES ENOJADOS NO SON MANEJADOS ADECUADAMENTE, CONTINUARAN MAS ENOJADOS, REHUSANDOSE A REALIZAR NEGOCIOS POSTERIORMENTE CON SU COMPAÑÍA.

MANIFESTACIONES DE CLIENTES ENOJADOS.

- TONO DE VOZ ALTERADO.
- DISCURSO BRUSCO.
- CAMBIOS EN LA VELOCIDAD DE LA VOZ.
- SARCASMO

RAZONES PARA TRATAR CON CLIENTES DISGUSTADOS.

CALMAR EL ENOJO DEL CLIENTE.

- Ayudara a que su compañía mantenga a los clientes satisfechos.
- Un excelente servicio al cliente es una de las ventajas competitivas que marcan el liderazgo.

LAS QUEJAS SON OPORTUNIDADES PARA MEJORAR.

POR ESTA RAZON AGRADEZCA AL CLIENTE EL DERECHO A QUEJARSE. ASI PODEMOS CORREGIR NUESTRAS DEFICIENCIAS

TRATO EFECTIVO CON CLIENTES DISGUSTADOS.

- Tratar primero con los sentimientos de la persona.
- El trato con el problema la persona.
- Saber escuchar con comprensión.
- Tratar de darle soluciones efectivas en corto tiempo

TRATAR CON LOS SENTIMIENTOS DE LA PERSONA.

- Atienda primero los sentimientos de la persona, luego escuche.
- seguidamente pida disculpas si es el caso. son los primeros pasos que se deben dar con un cliente molesto.

TRATANDO CON LOS SENTIMIENTOS DE LAS PERSONAS.

- Empatizar o simpatizar
- Escuche con atención
- Haga preguntas, de la información necesaria
- Resuma los hechos

MANEJAR EL PROBLEMA DEL CLIENTE.

- Descubra lo que la persona quiere que usted haga.
- Sugiera soluciones y alternativas
- Informe de los procedimientos
- Dele una solución y, trate de llegar a un acuerdo

Cuando se calman los clientes y se van satisfechos

CUANDO CAPTAN QUE USTED LOS ENTIENDE, QUE ESTA DE SU LADO Y SE PREOCUPA POR ELLOS.

Cuando los problemas NO se pueden resolver totalmente

En estos casos debemos tratar de darle la mayor claridad, de información y hasta donde podemos.

Hacer y comprometernos como organización.

Lamentablemente si el cliente no queda satisfecho, con nuestra actitud debemos tratar de subsanarlo.

SEGUIMIENTO.

HAGA LO QUE DICE QUE VA HACER.

SI USTED LE DA SEGUIMIENTO A LOS CLIENTES, LOGRARA SABER QUE PROBLEMAS O DIFICULTADES ENFRENTA, LOGRARA SOLUCIONARLOS A TIEMPO Y ASI EVITARA TENER MAS CLIENTES DISGUSTADOS.

OBJETIVO.

Identificar necesidades de los clientes, para establecer una relación cordial. Buscando que las partes integradoras queden satisfechas con su labor.

II. FRONT.

QUÉ ES EL SERVICIO.

El Servicio es el conjunto de elementos intangibles, acciones, interacciones personales, y actitudes que diseñamos para satisfacer las necesidades de los clientes.

QUÉ ES CALIDAD EN EL SERVICIO.

Es exceder las expectativas del cliente, a través del conocimiento del servicio, los productos e información en general; además el respeto y empatía hacia el cliente.

TIPOS DE SERVICIOS.

Cultura de servicio y calidad

- Servicio Excepcional

Apenas cumple con las expectativas

- Servicio Normal

No cumple con las expectativas

- Servicio Malo

No existe, es desastroso

- Servicio Pésimo

EL CLIENTE ES:.

- El que recibe un servicio
- Quien tiene una necesidad
- Quien tiene poder de decidir
- Quien define la calidad
- El que evalúa tu desempeño como proveedor
- El que establece los requerimientos
- El que justifica tu existencia
- El que tiene derecho a reclamar y exigir
- El que busca mejor opción
- La mejor publicidad
- El que utiliza mis productos y servicios
- El que no siempre tiene la razón, pero va primero

TIPOS DE CLIENTES.

- Los que regresan
- Los que alaban
- Los que huyen
- Los quejosos

DEMANDA DE LOS CLIENTES.

- Exactitud
- Cordialidad
- Flexibilidad

- Estar Comunicado
- Prontitud
- Equidad
- Confiabilidad
- Efectividad
- Atención
- Oportunidad

EXPECTATIVAS DEL CLIENTE.

- Elementos visibles
- Fiabilidad
- Seguridad
- Responsabilidad
- Empatía
- Expectativas

POR QUÉ PERDEMOS CLIENTES?.

- Solamente escuchamos al 4% de los clientes insatisfechos, el otro 96% simplemente se va y el 91% nunca regresaran.
- 7 de cada 10 clientes quejosos volverán si su queja es atendida y le dirán a otras 5 personas.

ERRORES Y HORRORES DEL SERVICIO.

- Apatía
- Robotismo
- Inflexibilidad
- Evasivas
- Aire de Superioridad
- Frialdad
- Desaire

CLIENTES INSATISFECHOS?.

- Agresiva
- Pasividad

- Asertividad
- Atender clientes insatisfechos
- Disculparse
- Resolver
- Dar seguimiento
- Escucha

FRASES PROHIBIDAS.

- No lo sé
- No podemos hacer eso
- Un segundo o un momento
- “No” al inicio de una frase
- Tiene que...
- Lo voy a investigar
- Le ofrezco esta alternativa
- Le sugiero o Ud. necesita
- Podría esperar por favor

Ofrecer una alternativa

ESPÍRITU DE SERVICIO.

La Gente comprometida pone en su trabajo lo mejor de sí mismo, demostrando su espíritu de servicio.

CUESTIONARIO.

1. Lo que yo no soporto que me hagan es...
2. Lo que a mí me gusta que me hagan es...
3. Lo que yo hago para mis clientes es...

NUESTROS CLIENTES.

Nuestros clientes son las personas que dependen de nosotros total o parcialmente, para que se realice el trabajo.



Disposiciones analizadas por Avance Jurídico Casa Editorial Ltda.

Normograma de la Administradora Colombiana de Pensiones - Colpensiones

ISSN 2256-1633

Última actualización: 5 de febrero de 2021 - Diario Oficial No. 51567 - Enero 24 de 2021

