

# Servicio al Cliente



Luz Victoria Ospina Orozco  
Instructora Sena  
2014

# CONCEPTOS BÁSICOS SOBRE SERVICIO AL CLIENTE

## SERVICIO:

- Trabajo realizado por una persona, para beneficio de otra (Albretech)
- El servicio, más que una actividad, es una actitud, es un comportamiento de todos, es nuestra actitud hacia el cliente para satisfacer su interés, expectativa y necesidad (*Luis Alejandro Ávila Leal*)
- Es toda acción que usted hace para motivar a un cliente (*Jorge Eliécer Prieto Herrera*)
- El servicio no es una moda o algo decorativo. Es la principal ventaja frente a la competencia (*Peter Druker*)

# CONCEPTOS BÁSICOS SOBRE SERVICIO AL CLIENTE

## SERVICIO:

- El servicio es la forma de satisfacer permanente y totalmente las necesidades, deseos, apetencias e inquietudes de un cliente (*Cristhiam Camilo Prieto Téllez*)
- Aquella actividad que relaciona la empresas con el cliente, a fin de que éste quede satisfecho con dicha actividad (*Malcom Peel*)
- El servicio es lo que nos diferencia de la competencia (*Alberto Vega Turizzo*)
- Momentos de interacción entre el cliente y la organización en los cuales el cliente se lleva una impresión (*Jairo Puerto Castro*)

*“El servicio y la atención al cliente se constituye hoy por hoy en un elemento fundamental en el accionar de las empresas y al momento de interactuar en el ejercicio de intercambio entre las organizaciones, los funcionarios y el consumidor”.*

## ¿Qué es el Servicio al Cliente?



Es el servicio que proporciona una empresa para relacionarse con sus clientes.

- Es una potente herramienta de marketing.
- Puede ser muy eficaz en una organización si es utilizada de forma adecuada y para lograrlo deben seguirse las políticas institucionales.



## Elementos del Servicio al Cliente

- **Servicio:**

Es el resultado generado por las actividades de interrelación entre el proveedor y el usuario, y por las propias del proveedor para satisfacer las necesidades del usuario.

- **Prestación del Servicio:**

Son todas las actividades desempeñadas por el proveedor que involucren personal e instalaciones para el suministro de un servicio.

- **Calidad:**

Conjunto de propiedades o características de un producto o servicio, que le confieren su habilidad para satisfacer necesidades explícitas o implícitas.



## Características del Servicio al Cliente

Siendo el servicio el resultado de una serie de actividades o procesos, se diferencia de un producto físico básicamente en:



- **Intangibilidad:** El servicio no se puede tocar, ver, oler o saborear. Sin embargo **SE SIENTE.**
- **Irreparabilidad:** No es posible devolverlo para reprocesarlo cuando existió en él un error, tal como se hace con un producto físico cuando existe una garantía. Por lo tanto, se debe garantizar su calidad de antemano a través de capacitación y entrenamiento.
- **Consumo Inmediato:** No es almacenable, se consume inmediatamente se genera, por lo que se requiere gran capacidad de atención por parte de la persona que lo presta.

## Características del Servicio al Cliente

- **No da Espera:** Es ya, en el momento solicitado, el cliente es el único que determina cuando lo requiere
- **Alta participación del Cliente en su “fabricación”:** Diferente a como ocurre con un producto físico, donde el cliente no interviene en su fabricación, en el servicio ocurre lo contrario, ya que él determina dónde, cuándo y cómo va a utilizar el servicio.
- **Elevada dependencia de las personas:** La mayor responsabilidad en la prestación de un servicio recae sobre las personas, independiente del grado de tecnología con el que se cuente, pues ésta no funciona por sí sola.
- **Indivisibilidad:** El servicio no se puede partir, hay que prestarlo completo o dejar insatisfecho al cliente.



## Tipos de Servicio

*Es importante tener en cuenta que el servicio que adquiere el cliente es percibido por éste en forma integral, no sólo espera que se le satisfaga su necesidad básica, sino que se le cumpla con la oferta de servicio asociada.*

- **Servicio Básico:** Son todos aquellos elementos que identifican a la empresa, le dan su caracterización. Desde el momento en que se solicita el servicio, al cliente también se le “venden” otros elementos como *oportunidad, rapidez y confiabilidad.*
- **Servicio Complementario:** Es el servicio que se adiciona a la oferta básica para complementarla y diferenciar a la empresa de la competencia.

**Ejemplo:** En una serviteca, un servicio complementario puede ser la venta del seguro obligatorio para vehículos, que está relacionado con el servicio básico y cualquier persona tiene acceso a él.



## Tipos de Servicio

- **Servicio Periférico:** Es el servicio que el cliente puede comprar como consecuencia de la interacción de éste con la empresa, ya sea por permanencia dentro de las instalaciones o por su contacto con ella, y que no puede adquirir o utilizar si no es usuario de la misma.



### **Ejemplo:**

En las servitecas es normal que a los clientes, mientras esperan el trabajo en su vehículo, se les obsequie un café y se les facilite poder leer la prensa del día o una revista de actualidad.

Este servicio no está relacionado con el servicio fundamental, sin embargo, sólo pueden disfrutar de él los clientes de la Serviteca.

## Momento de Verdad

...El Momento de Verdad es un episodio en el cuál el cliente entra en contacto con cualquier aspecto de la organización y tiene una impresión sobre la calidad de su servicio...

- Un momento de verdad no es positivo ni negativo en sí. Lo más importante es el resultado del momento de verdad. ***La impresión que se lleva el cliente del servicio que se le prestó.***
- No todos los momentos de verdad son igualmente importantes para el cliente. Algunos son críticos, ya que marcan definitivamente su ***percepción del servicio total.***
- La diferencia radica básicamente en la atención que la persona que presta el servicio ponga en él, ya que si está de prisa, cansada, aburrida o insensible, puede manejar las situaciones en una forma mecánica e impersonal.

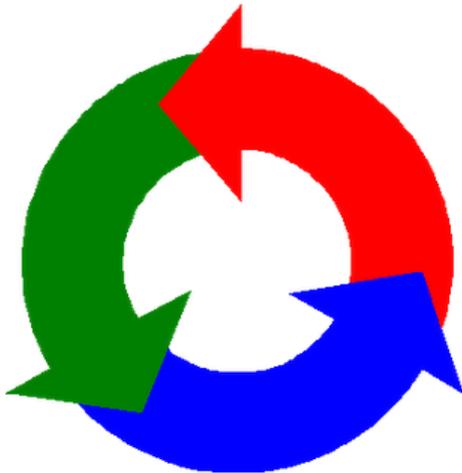


## Ciclo del Servicio

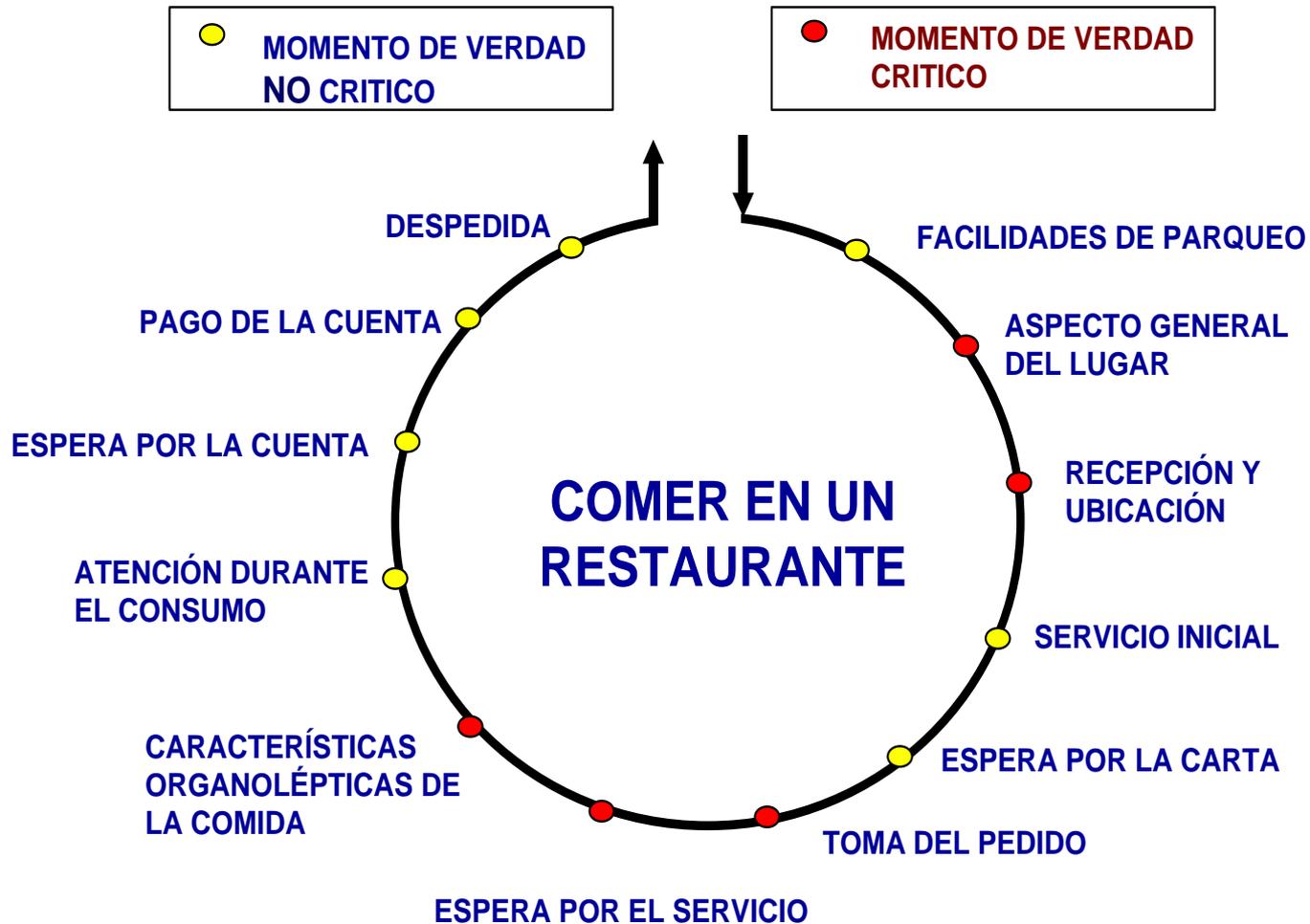
*...El Ciclo del Servicio es la cadena continua de acontecimientos que debe atravesar un cliente cuando experimenta un servicio...*



- Los clientes al enfrentar un nuevo servicio, sólo piensan desde la perspectiva de tener una necesidad y de tomar medidas para **satisfacerla**.
- El definir ciclos de servicio tiene como finalidad **optimizar al máximo la relación con el cliente**, de forma que éste tenga el menor número de contactos o momentos de verdad posibles.



# Ejemplo de Ciclo de Servicio en un Restaurante



## ALGUNOS DETALLES QUE GENERAN MOMENTOS DE VERDAD NEGATIVOS

- Mesas de restaurante desproporcionadas, sillas incómodas o apiñadas, poca o excesiva ventilación.
- Formularios sin sentido o imposibles de llenar.
- Disposición confusa y tramitología en documentos.
- Diligencias que son responsabilidad de empleados
- Falta de actitud en la atención

... MUCHAS GRACIAS...

