



POLÍTICA DE ATENCIÓN AL CLIENTE

Código

PL-SGC-01

Revisión No.

0

Fecha de revisión

12 de Julio de 2016

Nivel de confidencialidad

1

1. ¿QUÉ ES LA CALIDAD?

1.1. La calidad es un concepto ambiguo.

Todo el mundo habla de calidad. La palabra es usada de muchas maneras diferentes y con diversidad de significados. Sus propias observaciones y conversaciones con los demás probablemente le habrán llevado a figurárselo. “alta calidad” versus “baja calidad” no son términos objetivos. Pueden describir algo totalmente concreto algo más emocional.

No es posible describir el término calidad clara y objetivamente. La razón es que hay que considerar muchos factores al juzgar la calidad de cualquier actuación; entre otros están:

- Un producto o servicio con la misma calidad en cierto país o cultura puede ser juzgado diferentemente por personas con otra experiencia, educación, edad y antecedentes.
- Un producto o servicio con la misma calidad puede ser percibido diferentemente por la misma persona en distintos momentos, dependiendo de su situación, estado de ánimo y necesidades.
- Un mismo producto o servicio puede satisfacer necesidades muy diferentes. De este modo, la gente juzgará la calidad de un producto o servicio de acuerdo con sus necesidades en una situación concreta.

1.2. La calidad depende de la situación.

Nuestra percepción de la calidad –alta o baja- depende de muchas cosas:

- ¿Cuál es la situación?
- ¿Quién la está juzgando?
- ¿Qué criterio está siendo usado?
- ¿Qué demandas y expectativas deben satisfacerse?

Cuando la calidad de un producto o servicio responde o excede sus expectativas, usted experimenta que la calidad es “alta”. Cuando ocurre lo contrario percibe la calidad como “baja”. De este modo sus demandas y expectativas son esenciales al juzgar la calidad en una determinada situación.

De acuerdo a Möller (2001) la calidad de las personas que entregan los productos y servicios también es esencial. La calidad del producto y del servicio depende de los esfuerzos de los individuos y grupos. Define ambas: la calidad “tangible” y la calidad “intangible”.

1.3. Calidad “tangible”

Cuando se responde a demandas y expectativas concretas: por ejemplo tiempo, cantidad y finanzas, índice de defectos, función, durabilidad, seguridad y garantía.



POLÍTICA DE ATENCIÓN AL CLIENTE

Código

PL-SGC-01

Revisión No.

0

Fecha de revisión

12 de Julio de 2016

Nivel de confidencialidad

1

1.4. Calidad “intangible”

Cuando responde a expectativas y deseos emocionales: por ejemplo actitudes, compromiso, comportamiento, atención, credibilidad, coherencia y lealtad. Cuando se responde a demandas y expectativas de la calidad “tangible” como de la calidad “intangible” para:

- Un individuo.
- Un departamento.
- Un producto.
- Un servicio.
- Una compañía u organización.

Por lo tanto se debe trabajar con 5 tipos de calidad:

- Calidad de personal
- Calidad departamental.
- Calidad de producto.
- Calidad de servicio.
- Calidad de la compañía.

2. EL MENSAJE TELEFÓNICO

2.1. Un mensaje telefónico tomado por una persona que “hace”.

La imagen de calidad de una organización se ve influenciada por multitud de factores, entre los cuales se incluye la calidad de la comunicación interna y externa de la organización en cuestión. Gran parte de la comunicación de la organización tiene un lugar a través del teléfono. El mensaje telefónico es, pues, un elemento importante. La mayoría de nosotros ha recibido un mensaje telefónico que contenían errores. Gran parte de los errores ocurren al tomarlos y transmitirlos una persona que sólo “hace”, y no “hace y revisa”.

La persona que “hace” toma un mensaje telefónico incompleto que, probablemente, contendrá más de un error. El resultado puede ser un mensaje como el que reproducimos abajo:

Serra, ha llamado Wilfredo Amuzatigui. Llámale al 653-2842.



POLÍTICA DE ATENCIÓN AL CLIENTE

Código

PL-SGC-01

Revisión No.

0

Fecha de revisión

12 de Julio de 2016

Nivel de confidencialidad

1

2.2. Un mensaje telefónico tomado por una persona que “hace y revisa”.

Comportamiento de la persona que “hace y revisa”

La persona que “hace y revisa” responde: “se lo diré al Sr. Serra”. Pero no se limita en eso.

La persona que “hace y revisa” evita errores potenciales y se asegura de la calidad del mensaje telefónico repitiéndole a Hernando Llaguno el número de teléfono anotado y haciéndole algunas preguntas más:

- ¿“Fernando”, me ha dicho o “Hernando”?
- ¿“Llaguno” se escribe con “Ll” o con “y”?
- ¿De qué empresa llama?
- ¿Cuándo puede localizarle el Sr. Sierra en ese número?

La persona que “hace y revisa” continúa:

- “Si me dice cuál es el motivo de su llamada, el Sr. Serra podrá prepararse para hablar con usted.”

Al mismo tiempo, la persona que “hace y revisa” escribe para Serra un mensaje telefónico completo y correcto.

El resultado podría ser un mensaje como el que reproducimos a continuación:

A: CÉSAR SERRA.

DE (NOMBRE DE LA EMPRESA: HERNANDO LLAGUNO DE LA EMPRESA ABC.

NÚMERO DE TELÉFONICO: 974-653-8242.

DIRECCIÓN (SI ES NECESARIA):

MENSAJE: POR FAVOR, LLÁMELE HOY ENTRE LAS 3: 30 Y LAS 4:15 DE LA TARDE O BIEN MAÑANA ENTRE LAS 9 DE LA MAÑANA Y LAS 12 DEL MEDIODIA. REF: NUEVO PROSPECTO.

FECHA Y HORA: 13 DE ABRIL, 2.45DE LA TARDE.

MENSAJE TOMADO POR: CARLOS ALONSO.

Los pequeños errores pueden causar gastos innecesarios, conflictos internos y, a lo peor, pérdida de clientes y deterioro de la imagen de calidad de la empresa.

Resulta muy útil tener un bloc de notas y un lápiz junto al teléfono, y así tener más posibilidades de desarrollar un *elevado nivel ideal* de actuación y de ganarse la confianza de otras personas.



POLÍTICA DE ATENCIÓN AL CLIENTE

Código

PL-SGC-01

Revisión No.

0

Fecha de revisión

12 de Julio de 2016

Nivel de confidencialidad

1

3. CALIDAD DE SERVICIO

3.1. La calidad de servicio es juzgada tanto por el cliente como por el proveedor del servicio.

3.1.1. Calidad de servicio. Desde el punto de vista del proveedor:

Dentro de una empresa, la calidad de servicios es definida como: *El grado en que un servicio responde a los requisitos descritos en las especificaciones del servicio (Möller, 2001)*

Cuando una organización de servicios decide ofrecer un nivel de calidad, debe asegurarse de que las exigencias y estándares establecidos sean cuidadosamente cumplidos. La calidad acordada debe asegurarse a través de la prevención de errores, control de calidad, así como con la formación y motivación de cada uno de los proveedores del servicio.

El proveedor del servicio representa:

- 1) Compromiso.
- 2) Actitud.
- 3) Amabilidad.
- 4) Flexibilidad.
- 5) Atención.
- 6) Ambiente.
- 7) Tratamiento de quejas.
- 8) Cumplimientos de citas.

3.1.2. El factor humano determina cómo los clientes perciben la calidad del servicio.

Los estudios muestran que el factor humano tiene un efecto esencial en la percepción de la calidad de servicios por parte del beneficiario. El proveedor del servicio se encuentra frecuentemente justo delante del que recibe el servicio. Un servicio superior o inferior se hace visible en el momento del contacto. Los servicios son suministrados, por regla general, en primera línea; y es aquí donde la mayoría de clientes encuentran la categoría de la compañía y clasifica a los empleados.

Si una empresa de servicios quiere sobrevivir, es vital importancia darse cuenta de la percepción que tiene el beneficiario de la calidad "intangible" del servicio. Los estudios muestran que los clientes a menudo deciden cambiar de proveedores cuando están decepcionados con la calidad "intangible" de un servicio. Habitualmente hacen esto incluso si quejarse al proveedor del servicio que les ha decepcionado.



POLÍTICA DE ATENCIÓN AL CLIENTE

Código

PL-SGC-01

Revisión No.

0

Fecha de revisión

12 de Julio de 2016

Nivel de confidencialidad

1

La insatisfacción del cliente del sector público no procede sólo de las reglas tangibles ni de la burocracia anticuada, sino también de la actuación individual del proveedor del servicio, sus actitudes y su comportamiento en el momento del contacto.

“La calidad es prestar atención”.

3.1.3. La importancia del servicio.

Los clientes perciben el servicio en situaciones de primera línea, es decir a través de un contacto directo con el proveedor del servicio, quien de ese modo crea la imagen de servicios de la organización.

La dirección debe tener una función de apoyo y prestar toda clase de ayuda a los proveedores de servicio para que puedan crear una buena imagen de la organización.

La tarea más importante de cualquier organización de servicios es capacitar al proveedor individual de servicios para funcionar óptimamente en cada situación de servicio. Ésta es la razón por la cual la dirección debe trabajar con aquellos factores que puedan influenciar el nivel A de sus empleados.

Cada organización de servicios debe considerar a sus proveedores como embajadores de la buena voluntad de la empresa. Ellos deben ser los principales beneficiarios de la atención de la compañía y del servicio interno de la empresa.

El que los proveedores de servicio se sientan bien tratados influirá en cómo ellos tratarán a los beneficiarios del servicio.

4) Un curso de servicios de cuatro minutos.

“Todo lo que tiene que hacer”..., cuando es usted el proveedor del servicio, y que su cliente / beneficiario del mismo se sienta bien y perciba su servicio como positivo y brillante, es...

- 1) Sonreír.
- 2) Mantener contacto visual.
- 3) Dirigirse al cliente por su nombre.
- 4) Ofrecerle toda su atención.
- 5) Comprometerse.
- 6) Reflejar el lenguaje corporal del cliente.
- 7) Hablar en el mismo tono de voz y a la misma velocidad que el cliente.
- 8) Hablar positivamente del cliente, de su comportamiento y su actitud.
- 9) Mostrar respeto hacia el cliente como persona, sin importar su raza, sexo, educación y cultura.
- 10) Mostrar lealtad hacia sus colegas y su empresa.



POLÍTICA DE ATENCIÓN AL CLIENTE

Código

PL-SGC-01

Revisión No.

0

Fecha de revisión

12 de Julio de 2016

Nivel de confidencialidad

1

- 11) No adoptar nunca la actitud “esto no es responsabilidad mía”.
- 12) Conocer su trabajo.
- 13) Ir siempre bien vestido y descansado.
- 14) Actuar relajado y natural.
- 15) Estar orgulloso de lo que hace.
- 16) Adaptar su servicio a cada situación y cliente.

Si usted, el proveedor del servicio, siempre sigue las anteriores instrucciones, es muy probable que éstas tengan un efecto positivo sobre la opinión que los beneficiarios del servicio tengan usted y de su empresa. Pero aunque no sea posible mejorar la calidad de servicios en un curso de cuatro minutos, no es una tarea imposible. Cualquier organización de servicios puede lograr mucho a través de un programa de formación para fomentar las actitudes, relaciones interpersonales y la comunicación de todos los empleados.

5) Propuesta de atención al cliente de los procesos certificados del sistema de gestión de calidad.

Con base en la teoría anteriormente analizada sobre la Calidad personal, y Calidad en el Servicio. Entendemos que la atención al cliente de las áreas que forman parte del Sistema de Gestión de Calidad, es importante que ofrezcan al usuario final (alumno, profesor, personal administrativo y público externo), tengan estandarizados no solamente sus procesos administrativos, sino también estandarizar la forma en que se realizan los saludos de atención al usuario ya sea cuando se reciben de manera personal, o bien de manera telefónica.

La atención al usuario de manera telefónica, es básica en los procesos relacionados con el usuario final, como son los procesos de:

1. Biblioteca Antonio Alatorre
2. Control Escolar
3. Servicios Tecnológicos
4. Servicios Académicos
5. Servicio Social

Sin embargo, también es importante que los procesos para la Administración de los Recursos y Planeación Estratégica, realicen la misma función con los demás procesos, proveedores y usuarios que atienden en sus funciones básicas.



POLÍTICA DE ATENCIÓN AL CLIENTE

Código

PL-SGC-01

Revisión No.

0

Fecha de revisión

12 de Julio de 2016

Nivel de confidencialidad

1

De tal manera, que se debe de utilizar el siguiente saludo telefónico tanto al interior como al exterior de la Institución:

MENSAJE TELEFÓNICO:

“Control escolar buenos días le atiende _____ ¿en qué puedo servirle?”

Término del documento