

MANUAL DE SERVICIO Y ATENCIÓN AL CLIENTE



PANADERIA REPOSTERIA kissairis

Brindamos Calidad, Servicio e Higiene a nuestros Clientes.



809-596-1130

29 DE ENERO 2023

**MANUAL SERVICIO Y ATENCIÓN AL
CLIENTE DE LA EMPRESA PANADERÍA Y
REPOSTERÍA KISSAIRIS.**



**PANADERIA
REPOSTERIA
kissairis**

Autores

Cristina Martínez Francisco.

Ramón Leonardo Liriano Molina.

Lessye B. Javier Díaz.

29 de enero 2023

Índice

Introducción	5
Informe ejecutivo	7

Sección 1

Contexto empresarial.	9
1.1 Descripción de la empresa y ubicación.	10
1.2 Actividad económica de la empresa.	10
1.3 Reseña histórica.	12
1.4 Filosofía de negocio.	12
1.4.1 Mision.	12
1.4.2 Vision.	12
1.4.3 Valores	12
1.5 Objetivos organizacionales enfocados al cliente.	12
1.6 Estructura de la empresa.	12
1.7 Productos y servicios que ofrece.	13

Sección 2

Contexto del servicio y atención al cliente empresarial.	14
2.1 Conceptualización de servicio y atención al cliente.	15
2.2 Importancia de ofrecer un servicio y atención al cliente de excelencia.	15
2.3 Objetivos del servicio y atención al cliente.	16
2.4 Modalidades del servicio y atención al cliente.	16
2.4.1 Servicio y atención al cliente presencial.	17
2.4.2 Servicio y atención al cliente telefónico.	17
2.4.3 Servicio y atención al cliente virtual.	17
2.5 Mercado meta o perfil del cliente.	18
2.5.1 Conceptualización de cliente, usuario o consumidor.	18
2.5.2 Principales necesidades del cliente al ser atendido.	18
2.5.3 Principales percepciones del cliente al ser atendido.	19
2.5.4 Principales expectativas del cliente al ser atendido.	19
2.5.5 Principales motivos de insatisfacción en el cliente al ser atendidos.	20

Sección 3

Perfil del proveedor de servicio y atención al cliente empresarial.	21
3.1 Concepto del proveedor de servicio y atención al cliente presencial	22
3.2 Perfil del proveedor de servicio y atención al cliente presencial	22
3.3 Perfil del proveedor de servicio y atención al cliente telefónico.	23
3.4 Perfil del proveedor de servicio y atención al cliente virtual.	23

Sección 4

Protocolos del servicio y atención al cliente empresarial.	25
4.1 Conceptualización de protocolo de servicio y atención al cliente.	26
4.2 Protocolo de servicio y atención al cliente modalidad presencial.	27
4.3 Protocolo de servicio y atención al cliente modalidad telefónica.	27
4.4 Protocolo de servicio y atención al cliente modalidad virtual.	28

Sección 5

Políticas y estrategias en el servicio y atención al cliente empresarial.	29
5.1 Concepto, políticas y estrategias en el servicio y atención al cliente.	30
5.2 Políticas y estrategias en el servicio y atención al cliente presencial.	30
5.3 Políticas y estrategias en el servicio y atención al cliente presencial.	31
5.4 Políticas y estrategias en el servicio y atención al cliente presencial.	31
Conclusión.	32
Anexos.	33
Biografía breve de los autores.	35

Introducción

Este manual de servicio y atención al cliente es una herramienta cuantiosa para la implementación y mejoramiento del servicio al cliente en panadería y repostería kissairis, Este manual es un referente, no solo para panadería y repostería kissairis, sino, para las empresas dominicanas, ya que con este pueden aprender a cómo brindar un buen servicio y atención a sus clientes de manera eficiente y oportuna, incrementando con ello la fidelidad y el crecimiento de su cartera de clientes.

Objetivo o propósito del manual.



El objetivo de este manual de servicio y atención al cliente es que los empleados o colaboradores de la panadería y repostería kissairis tengan las herramientas necesarias para poder brindar a sus cliente un servicio de calidad y así poder impulsar de manera sostenible el crecimiento y la permanencia del negocio por muchos años, permitiendo que este sea rentable para el bien de sus empleados y accionistas.

Necesidades que pretende satisfacer el manual

Este manual pretende satisfacer la gran necesidad que presenta la panadería kissairis, de una buena y atina atención y servicio a sus clientes, y que de igual manera pueda ser utilizado en cualquier negocio que este presentando las mismas necesidades que presenta la panadería, poder impulsar las ventas de manera rápida y sostenible a través del servicio y atención a sus clientes de manera constante y oportuna.

Importancia del manual de servicio y atención al cliente.

Este manual representa una importancia sumamente cuantiosa para el desarrollo y durabilidad de este negocio y para cualquier otro que desee implementarlo, ya que en él, se puede encontrar los conceptos básicos de la atención, el servicio, entre otros puntos clave para el desarrollo e implementación de estrategias de atención y servicio al cliente, además, de los protocolos necesarios para poder desarrollar de manera efectiva dicha actividad, sirviendo de soporte para cualquier personal que pretenda servir o brindar atención a clientes sin importar el lugar ni la modalidad que sea.

Metodología para desarrollar el manual.



Para la elaboración de este manual de atención y servicio al cliente utilizamos un tipo de investigación de mercado a través de la encuesta, mediante la cual pudimos constatar las necesidades y debilidades que

presenta la panadería y repostería kissairis, y con los datos adquiridos realizar y preparar estrategias que vienen a fomentar de manera positiva las ventas de la panadería.

Resumen ejecutivo

El siguiente manual de atención y servicio al cliente elaborado a la empresa panadería y repostería kissairis, podrán observar diversos elementos de mucha importancia para cualquier miembro de la empresa. Este contiene informaciones sobre la misma y cada uno de los elementos de la estructura organizacional que la conforma.

En el primer punto de este manual serán tratados los temas de introducción del manual de servicio y atención al cliente, en el cual está establecida la presentación del manual, los objetivos que nos llevó a realizar este manual, la metodología usada para la elaboración del manual y la descripción de las secciones del manual que podrán dar una orientación lógica al lector de lo que se busca con la creación de este manual y la forma en que este fue elaborado.

En la primera sección o contexto empresarial, se encuentra expresado todo lo que es la descripción de la empresa, informaciones como lo que es la dirección, ubicación, la actividad económica, la reseña histórica de la empresa panadería y repostería kissairis al igual que la filosofía del negocio que muestra la empresa, tales como misión, visión y valores de la empresa, los objetivos organizacionales enfocados al cliente de la empresa, su estructura, los productos y servicio que ofrece.

En la siguiente sección muestra el contexto del servicio y atención al cliente empresarial o sección 2, encontraremos la conceptualización de servicio y atención al cliente, su importancia, los objetivos del servicio y atención al cliente, además encontraremos la diferentes modalidades de servicio y atención al cliente, hablaremos de cada una de ellas, servicio y atención al cliente presencial, telefónica y virtual, a mismo podremos observar el mercado meta de la empresa, la conceptualización de lo que es cliente, usuario o consumidor, de igual manera hablaremos de las necesidades del cliente a ser atendido, su percepción al ser atendido, sus expectativas los principales motivos de insatisfacción,

En la tercera sección encontraremos el perfil del proveedor del servicio y atención al cliente, en la que se encontrara conceptualización del proveedor de servicio y atención al cliente presencial, el perfil competencial del proveedor del servicio y atención al cliente de la modalidad presencial, telefónica y virtual.

En la sección número 4 donde hablaremos del protocolo del servicio y atención al cliente de la empresa panadería y repostería kissairis, se encontrará en esta sección con la conceptualización del protocolo de servicio y atención al cliente, se trabajará el protocolo del servicio y atención al cliente en la modalidad presencial, telefónica y virtual,

En la sección número 5 se hablará de las políticas y estrategias claves en el servicio y atención al cliente de la panadería y repostería kissairis, de igual manera la conceptualización de la políticas y estrategia claves de la atención y servicio al cliente iniciará dicha sección, seguida de las políticas y estrategias claves del servicio y atención al cliente en la modalidad presencial, telefónica y virtual.

Después de haber desarrollado todos estos puntos de suma importancia para el desarrollo de las actividades de servicio y atención al cliente, se encuentran las conclusiones y anexos, en los anexos están establecidos los perfiles de los autores de este manual de servicio y atención al cliente, algunas fotos de la empresa y otros recursos que son necesarios para la elaboración y comprensión de este manual.



SECCIÓN 1

CONTEXTO EMPRESARIAL.

preparación son ingredientes fundamentales para que los negocios den el fruto que se espera, dice don Luis con una generosa sonrisa.

Creció en la zona Este del país que tenía costumbres inglesas muy marcadas como por ejemplo hacer el pan a mano, a él le encantaba el sabor de ese pan y su aroma. Don Luis compró una casa con un patio muy grande en el que quería poner un horno de panadería, no con fines comerciales, sino para hacer el pan de la familia. Nunca lo hizo, pero su anhelo se quedó.

Cuando su hijo se casó, empezó a hacer pan sin tener conocimiento, al frente de la casa vivía un panadero de verdad, un hombre que nació en la panadería, este le dio los trucos necesarios para hacer un delicioso pan que pueda ser comestibles por todos.

En 1981 este joven se independizó y empezó a llevar la contabilidad de algunas empresas, dentro de sus clientes estaba el dueño de lo que hoy es Panadería y Repostería Kissairis, a quien su contador se le había muerto.

Él había comenzado a tener problemas con sus hijos y entonces decide vender el negocio por aproximadamente 40.000 pesos, entonces su suegro que era un hombre muy hábil le dijo que averiguara todo acerca del negocio, si era rentable porque tenía un amigo de él, que estaba interesado en comprarlo

Ciertamente hizo la tarea y fue a dónde su suegro y le dijo lo que había, entonces él saca el dinero y le dice toma no es para ningún amigo, sino que era para el mismo. El sorprendido lo acepta, pero le dice a su suegro que lo hacía siempre y cuando le permitiera devolverle el dinero

Cuando estaba terminando economía en la universidad, para el trabajo de grado presentaron el proyecto de una planta distribuidora de leche y uno de sus compañeros que sabía que su esposa estaba embarazada, le preguntó por el nombre que le iban a poner a la niña, le contesto que Kissairis y le dijo ahí está el nombre del proyecto: Panadería y Repostería Kissairis, y dijo que si un día tenía un negocio así le pondría así fue.

1.4 Filosofía de negocios.

La filosofía de la panadería y repostería Kissairis tiene como objetivo principal satisfacer las necesidades de los clientes, ofrecerles un servicio de calidad para que se identifiquen con la marca y conseguir su fidelidad, para de esta forma destacar en el mercado meta al que pertenece actualmente.

1.4.1 Misión

Garantizar calidad y variedad en nuestros productos, con una experiencia de servicio amable y cortés, dentro de un ambiente agradable y limpio que pueda estar a la altura de nuestros clientes.

1.4.2 Visión

Estar dentro de las empresas más reconocidas de panaderías y reposterías que proporcione a las comunidades una alimentación de calidad, variada y que genere satisfacción plena.

1.4.3 Valores

Brindamos Calidad, servicios e higiene a nuestros clientes,
Las Operaciones de nuestro negocio desarrolladas en un marco Ético y Responsable.

1.5 Objetivos organizacionales enfocados al cliente.

Satisfacer las necesidades de los clientes que soliciten sus servicios en el menor tiempo posible, brindarles productos con una buena relación calidad precio, para hacer sus ocasiones especiales una experiencia inolvidable.

1.6 Estructura de la empresa.

Actualmente está repostería cuenta con un total de 7 empleados, los cuales laboran en conjunto día a día para realizar con éxito las operaciones que se llevan a cabo para la elaboración y venta de los biscochos y la gran variedad de picaderas que ofrecen.

El encargado de la sucursal, el señor Raiver es familiar del dueño de la pastelería y es el que está al frente, en el área de producción hay 3 empleados, una encargada y dos ayudantes y con relación a las ventas hay dos chicas de cara al público como servicio al cliente, y una encargada de tomar los pedidos vía telefónica y de realizar las cotizaciones y cobros pertinentes.

1.7 Productos y servicios que ofrece.

Dentro de la amplia variedad de productos que se ofrecen podemos encontrar: Bizcochos, en diferentes rellenos como son revestido de suspiro, crema pastelera, piña, dulce de leche, tres leches, flanes.

Panadería: Pan de agua, pan baguete, pan sobado, relleno de jamón y queso, relleno de queso crema, relleno de pollo, galletas de ajonjolí, ajo y especias.

Bocadillos: Pastelitos de res, de pollo, queso, bollos de yuca con queso, albóndigas, almohaditas, piza de jamón y queso, croquetas, bolitas de queso, turquito de res, de pollo, mini crepe jamón y queso, pan Kissairis, wraps de pollo.

Bebidas: Agua, jugos naturales, jugos de cartón, Gatorade, malta india, malta morena, café, leche, entre otros.



SECCIÓN 2
CONTEXTO DEL SERVICIO Y ATENCIÓN AL
CLIENTE EMPRESARIAL.

2.1 Conceptualización de servicio y atención al cliente.

El servicio y atención al cliente es una de las herramientas más importantes para las empresas, ya que se ha convertido en una ventaja competitiva para las mismas y conviniéndose en una de sus áreas más importantes, esto ha generado la necesidad de que cada una de las empresas requiera contar con talento humano muy bien capacitado y entrenado, para entregar excelente atención y muy buen servicio a todos sus clientes.

El servicio al cliente es la práctica que ejercen los representantes de las empresas hacia los clientes para brindar una mejor experiencia al momento de adquirir un producto o servicio. Cabe destacar que esta práctica diaria es de suma importancia para la empresa y genera una fuente de rentabilidad para la misma. (Feijoo H. M., 2013).

Se puede definir también como un acto o desempeño que ofrece una parte a otra, y aunque el proceso puede involucrar algún producto físico se considera que este es intangible, es decir no da como resultado propiedad de ninguno de los factores de producción involucrados en esta práctica. (LOVELOCK, 2004).

2.2 Importancia de ofrecer un servicio y atención al cliente de excelencia.

El servicio y atención al cliente de calidad en una empresa va a asegurar el éxito de esta. Todo gerente o encargado debe seleccionar y capacitar bien a su personal para que este muestre una buena atención y empatía hacia los consumidores, de esta forma los mismos se sentirán a gusto con la marca y serán fieles consumidores y multiplicadores de la empresa.

Al ofrecer un servicio y atención al cliente de calidad, conseguimos fidelizar la clientela y que esta se sienta satisfecha con la adquisición del producto o servicio contratado (Feijoo H. M., El departamento de atención al cliente., 2013). Esta es una estrategia de negocios sumamente importante para competir en el mercado, y posicionarse por encima de la competencia, si bien sabemos que los clientes se inclinarán por el lugar donde se sientan más complacidos y entendidos, sin importar quizás la calidad o el precio del producto o servicio adquirido. (Héctor M. Pérez Feijoo, 2013).

2.3 Objetivos del servicio y atención al cliente.

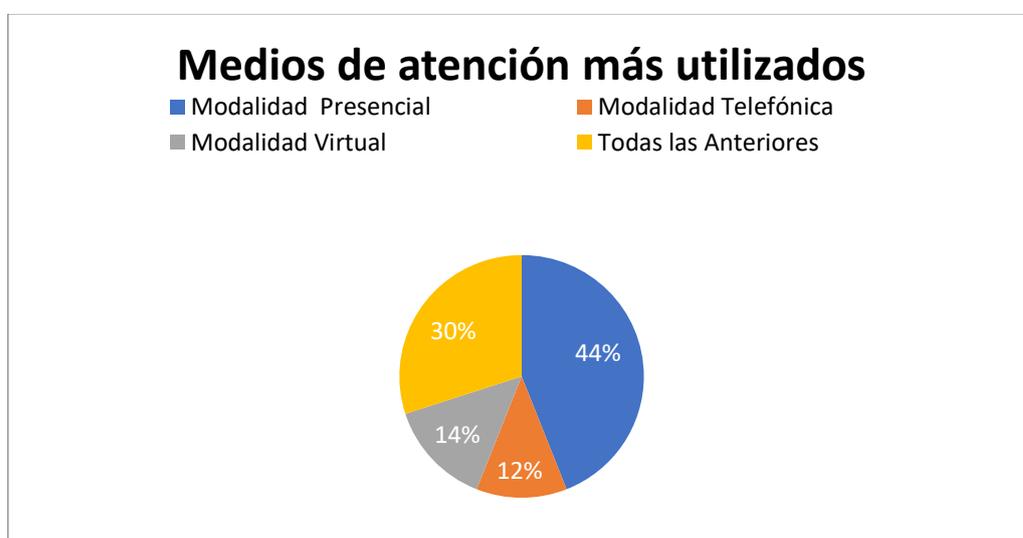
Dentro de los objetivos del servicio y atención al cliente podemos destacar los siguientes: Provocar una experiencia satisfactoria en el cliente, que lo haga fiel consumidor de la marca, atender las necesidades de los clientes, ofrecer mejor imagen de la empresa, así como de la marca y productos que ofrecen, aumentar la captación de clientes, mediante las recomendaciones de los clientes, colocarse por encima de la competencia.

2.4 Modalidades del servicio y atención al cliente

En el servicio y atención al cliente se pueden diferenciar varias modalidades en la forma de cómo se ofrecen a los clientes como son, modalidad presencial, modalidad telefónica y modalidad virtual.

Al momento de definir las notamos que algunas de estas cualidades tienen similitudes entre sí, pero debemos notar que en cada una de estas modalidades existen diferencias y que cada colaborador debe ajustarse al modo de trabajo que le corresponda y adaptarse al mismo para ofrecer el mejor servicio al consumidor.

Según la pregunta número 6 de la encuesta realizada a los clientes de la Repostería y panadería Kissairis *¿Que medio de atención más utilizado?* observamos que el método preferido por estos es el presencial, ya que les permite elegir con más seguridad los productos que desean comprar conforme a lo que visualizan ellos mismos.



2.4.1 Servicio y atención al cliente presencial.

En la modalidad presencial el cliente hace un cara a cara con el colaborador, se tiene un contacto más directo que en las otras modalidades y hay que cuidar aspectos como la imagen personal, actitud ofrecida, higiene del local, entre otros. Para que un buen servicio y atención al cliente de manera presencial funcione, el colaborador debe ser: Respetuoso con los clientes, solidario, ser paciente, buen escuchador, orientador, entre otras cualidades, las cuales van a contribuir a la plena satisfacción del cliente, debe mostrar una buena presencia física, pulcritud, y educación.



2.4.2 Servicio y atención al cliente telefónico.

En la modalidad telefónica, de igual manera se interactúa con el cliente, pero no de forma tan directa, aunque el colaborador debe tener manejo de la situación mostrando un tono de voz agradable, mostrar una escucha activa, dejar que el cliente se exprese, entre otras. Para que un buen servicio y atención al cliente de manera telefónica funcione , el colaborador debe: Tener un tono de voz agradable, debe ser atento , paciente pues hay clientes que a veces no saben lo que desean o están confusos, debe manejar y conocer los productos y precios de la empresa, debe tener una escucha activa, educado sobre todo , todo esto para garantizar el proceso de ventas en el menor tiempo posible, pues el mayor de los problemas de esta modalidad de servicio al cliente es el gran tiempo de espera que pasan los clientes al teléfono.



2.4.3 Servicio y atención al cliente virtual.

En la modalidad virtual, el cliente se refiere a la empresa a través de un dispositivo inteligente, pero espera ser atendido de forma profesional y rápida, el colaborador debe ser atento, tener buen manejo de redes sociales, manejo de digitación, conocedor de los procesos de la empresa, entre otros.

Para que un buen servicio y atención al cliente de manera virtual funcione, el colaborador debe tener: Manejo de programas informáticos y redes sociales, debe ser atento con los clientes y responder de forma educada, orientador, pues hay clientes que no manejan bien esas vías de comunicación, conocedor de los productos y servicios que ofrecen, así como de los precios y ofertas existentes en la misma.



2.5 Mercado meta o perfil del cliente.

El mercado meta de toda organización es la clasificación del tipo de clientes que son consumidores del servicio o producto que ofrece la empresa, identificados mediante estrategias de marketing ya sean encuestas o formularios realizados en la investigación de mercados, por medio de esta investigación las empresas saben por ejemplo el rango de edad, sexo y clase de sus consumidores.

2.5.1 Conceptualización de cliente, usuario o consumidor.

El cliente es la persona que requiere los servicios o productos de algún establecimiento con la finalidad de satisfacer alguna necesidad o deseo, prácticamente podemos decir que es la razón de ser de toda empresa ya que sin ellos no hay ventas y sin ventas no hay negocio.

2.5.2 Principales necesidades del cliente al ser atendido.

La mayoría de los clientes se caracterizan por tener muy claro lo que desean al momento de acudir a algún establecimiento en busca de un producto o servicio, pero hay algunos que deben ser orientados según la necesidad que presenten, por ejemplo, si una persona acude a una farmacia a buscar un medicamento, para el dolor de muelas, pero nunca antes había comprado medicamentos para tales fines, el cliente espera que el auxiliar de la farmacia le recomiende algún medicamento que sea efectivo para tales fines, los clientes también necesitan recibir orientaciones sobre el uso o la funcionalidad de algunos productos como son los electrodomésticos, prácticamente los clientes necesitan que en cada establecimiento exista la presencia de algún representante o colaborador para que lo asista en el proceso de la compra y de esta manera hacer el proceso más fácil y más rápido.

2.5.3. Principales percepciones del cliente a ser atendido.



Aunque hay clientes que no son muy exigentes ni quisquillosos al momento de realizar las compras o adquirir servicios, ya sea por la rapidez, su personalidad o por manejo, existen clientes que toman muy en cuenta desde la presencia del colaborador, hasta la manera de dirigirse hacia ellos y la forma de expresarse, evaluando rápidamente el nivel de conocimiento y experiencia que posee dicho

colaborador. Es por esto por lo que es muy importante que el colaborador cuide siempre su imagen personal, el tono de voz, las palabras y ademanes que utiliza mientras asiste al cliente, pues el cliente acude a la empresa en busca de ser escuchado, atendido, y despachado de la mejor forma posible, por un profesional en la materia.

2.5.4 Principales expectativas del cliente al ser atendido.

Debido a las grandes evoluciones de las tecnologías que están surgiendo en nuestros tiempos, en su mayoría las personas evitan desplazarse desde sus hogares para adquirir algún producto o servicio, pues fácilmente pueden hacerlo vía telefónica o internet, en general las expectativas de los clientes son adquirir productos de con una buena relación calidad precio, de forma rápida y segura, ser atendidos por profesionales en el área en la que se encuentren , personas que sepan expresarse, que tengan paciencia , que le busquen la vuelta a los clientes por otro lado ya casi nadie maneja el dinero en efectivo, los clientes prefieren manejar sus compras con tarjetas de crédito pues esto les genera un sin número de beneficios, es por esto que los clientes esperan que todos los establecimientos usen estos dispositivos.

2.5.5 Principales motivos de insatisfacción en el cliente al ser atendido.

Son muchos los motivos por los cuales los clientes se incomodan en algún establecimiento y se sienten frustrados por las atenciones recibidas, desde largas filas de espera, un mal trato por parte de los colaboradores, instalaciones incomodas, con poca higiene, establecimientos sin parqueos o de difícil acceso, instalaciones sin baños o en su defecto baños sucios entre otras, es por esto que las empresas deben de poner la máxima atención posible a estas causas para tratar de no incurrir en estas faltas cuestión de tener al cliente contento y satisfecho pues la satisfacción del mismo conllevara al éxito de la empresa, en cuanto a ventas, recomendaciones, posicionamiento en el mercado y fidelidad.





SECCIÓN 3

PERFIL DEL PROVEEDOR DEL SERVICIO Y ATENCIÓN AL CLIENTE EMPRESARIAL.

3.1 Conceptualización del proveedor de servicio y atención al cliente presencial.

Un proveedor de servicio es aquella persona que trabaja en representación de la empresa frente al consumidor, para ofrecerle sus servicios y orientaciones durante el proceso de compra o adquisición de algún producto o servicio, por lo general es una persona preparada para tales fines y puede ofrecer estos servicios de forma presencial, telefónica o virtual, mostrando siempre buenas actitudes, conocimiento de su trabajo y de los procedimientos de la empresa para la cual labora.

3.2 Perfil competencial del proveedor de servicio y atención al cliente modalidad presencial.

En el servicio y atención al cliente bajo la modalidad presencial se pueden identificar diversas competencias técnicas y procedimentales que distinguen en gran medida de las demás modalidades de esta función, partiendo de la premisa de que el colaborador debe satisfacer las necesidades de los clientes, se confirma que, de estas atenciones recibidas el cliente se inclinará por la marca y será un fiel consumidor. Dentro de las funciones que deben ejercer en la empresa podemos mencionar la bienvenida cálida a los clientes al momento de acudir a la panadería, no es lo mismo que el cliente sea recibido por un colaborador aburrido, con mala cara y de mal humor, a que sea recibido con una sonrisa y buena disposición ofrecer toda la información requerida acerca de los productos como precio, disponibilidad, variedad, etc. Acompañar al consumidor hasta su último proceso dentro de la panadería de manera profesional y educada, dirigiéndose al público con respeto, con un tono de voz afable y tranquilo, el colaborador debe también poseer una formación previa en servicio y atención al cliente, habilidades en comunicación y ventas, capacidad de tomas de decisiones y todas aquellas competencias cognitivas que vayan acorde al puesto que el mismo ocupe.

Por otro lado el colaborador debe proyectar una imagen personal adecuada, estilizada e higiénica, algo que llama mucho la atención en los establecimientos de servicios es la imagen que proyectan sus representantes, si los mismos están sucios , ropa estrujada, despeinados , con mal olor, automáticamente va a

provocar descontento en los clientes , los colaboradores deben estar debidamente identificados , con el uniforme de la empresa y con el nombre para que los clientes no estén dando vueltas y preguntando a otros clientes si trabajan en la panadería, deben tener empática con los compañeros de trabajo, capacidad de trabajo en equipo ya que de esta forma asegurara un ambiente laboral sano y respetuoso .

3.3 Perfil competencial del proveedor de servicio y atención al cliente modalidad telefónica.

En esta modalidad telefónica, las competencias procedimentales y actitudinales del proveedor de servicio y atención al cliente, en el que se involucran una serie de capacidades y habilidades para la gestión y coordinación en una organización; considerando sus procesos de manejo, responsabilidades, operaciones y recursos, los cuales son imprescindibles para su funcionalidad adecuada.

Este proceso es realizado en general por personas que laboran en una empresa, para que satisfagan en su totalidad las necesidades y perspectivas de los clientes. La atención al cliente se mide por actitudes y capacidades de información, comprensión de cliente, comunicación, cortesía, credibilidad, manuales perceptibles, fiabilidad, profesionalidad y seguridad.

3.4 Perfil competencial del proveedor de servicio y atención al cliente modalidad virtual.

En la modalidad virtual nos encontramos con competencias procedimentales y de actitud del proveedor de servicio y atención al cliente, que son de carácter necesarias para el buen desempeño de la funciones del personal que opera en la empresa, dentro de ellas podemos denotar las siguientes, titulación en alguna carrera relacionada a negocio, administración entre otras, formación en el uso de la tecnología, ficha clave para enfrentar el servicio al cliente en estos tiempos, formación en servicio y atención al cliente, tales como cursos, talleres, seminarios, contar con buena redacción, desde el punto de la ortografía , hasta la forma de redactar, claridad, coherencia, buen uso de la cortesía etc.

Además, debe de tener capacidad para trabajar en equipo, dominio de equipos ofimáticos, actitud positiva, habilidades participativas, manejo de conflictos, manejo y control de las normas y políticas de la empresa, buen uso de la gramática, proyectar seguridad, dominio de otros idiomas preferiblemente el idioma inglés, manejo de confidencialidad de las informaciones de los clientes, recepción de solicitudes, inquietudes o quejas de los clientes, deseo de crecimiento profesional y laboral.



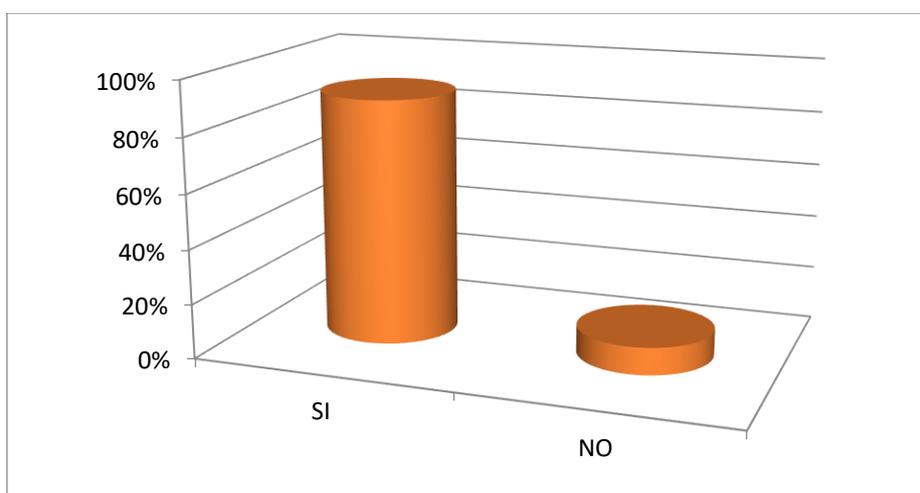
SECCIÓN 4
PROTOCOLOS DEL SERVICIO Y ATENCIÓN
AL CLIENTE EMPRESARIAL.

4.1 Conceptualización de protocolo de servicio y atención al cliente.

Cuando hablamos de protocolo de atención y servicio al cliente nos referimos a un manual escrito, donde encontramos de manera detallada la forma en que las personas que se dedican a brindar atención y servicio al cliente deben actuar con el cliente al momento de establecer contacto con el mismo.

Además de lograr la aceptación de los clientes, dar a conocer este protocolo a los empleados no solo del servicio y atención al cliente de cara al público directa o indirectamente ayudara a que los empleados se informen de la buena forma de hacer las cosas, de entender y mantener el servicio a la disposición en todas las funciones de la empresa, creando así un ambiente laboral de personas completamente productivas y serviciales.

Basándonos en las respuestas obtenidas de la pregunta No.19 de la encuesta aplicada a los clientes de panadería kissairis, **¿Considera usted que esta empresa debe contar con protocolos establecidos para garantizar una oferta de servicio y atención al cliente excelente?** Podemos afirmar que los clientes prefieren que las empresas cuenten con dichos protocolos para un mejor desenvolvimiento de las operaciones que se realizan día a día



4.2 Protocolo de servicio y atención al cliente modalidad presencial.

En esta modalidad el colaborador debe recibir a los clientes con una sonrisa y la mejor actitud posible, esto asegurara una buena bienvenida y recepción al mismo, las instalaciones de la panadería deben estar debidamente acondicionadas para recibir a los clientes, buena iluminación, baños limpios y habilitados para su uso, debe existir una recepción o en su defecto un área de espera así como también aéreas de consumo con sus respectivas sillas y mesas, todo lo que el cliente pueda necesitar a la hora de visitar la panadería.

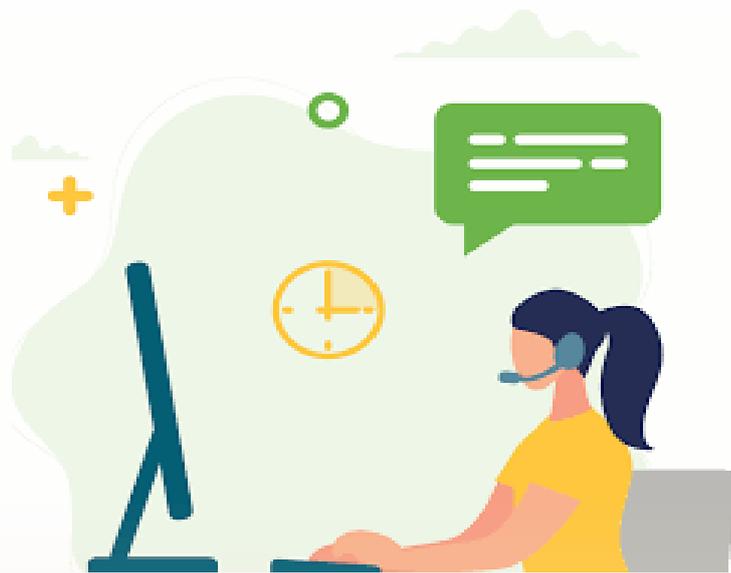
En cuanto a las atenciones ofrecidas, el colaborador debe conocer el nombre del cliente para dirigirse al mismo, evitando de esta forma apodos y o sobrenombres que puedan resultar incómodos para los clientes, también debe asegurarse de siempre mostrar una escucha activa , para entender lo que desea ordenar o recibir el cliente, por otro lado es recomendable que periódicamente se establezcan parámetros de medidas de satisfacción de los clientes sobre el servicio y las atenciones recibidas en las instalaciones , mediante encuestas, buzón de sugerencias para poder siempre mejorar lo que está mal y reforzar lo que está bien.

4.3 Protocolo de servicio y atención al cliente modalidad telefónica.

Un protocolo de servicio y atención al cliente telefónico, nos exige que debemos ofrecer mejor calidad de servicio a los usuarios, el dar un saludo de manera cordial al atender una llamada, ser claro y preciso al contestar, tener empatía, interactuar con los usuarios, guiarlos cuando están desenfocados, dar la información sobre la disposición de los productos, resolver cualquier inconveniente, estar a sus gratos servicios y ponerse a su disposición cuando estos se despidan, son formas de cumplir con lo establecido en un protocolo por dicha empresa. Asimismo, se debe tener en cuenta que los conocimientos de estas normas establecidas nos ayudan a mantener la calidad del producto y el precio estándar, pues estos son requeridos por la demanda del consumidor.

4.4 Protocolo de servicio y atención al cliente modalidad virtual.

Para el buen servicio y atención al cliente las personas que pretendan realizar esta actividad deben contar con los siguientes características; estrategias que le permitan hacer buen contacto con los clientes, saludos apropiados, buen adicción gramatical y escrita para la buena comunicación, buenos todos de redacción para agradar al cliente, no puede cometer faltas ortográficas, coherencia en los textos que redacte, mostrar respeto ante el cliente que asiste, dominar de manera apropiada toda la información concerniente a la empresa, los servicios que ofrece etc. buen manejo de las quejas y reclamo de los clientes, manejar buen tiempo para las respuestas a los clientes, Mostrar habilidades que le permita descubrir si el cliente encontró solución a su problema o si encontró lo que buscaba, después de percibir esta parte indicar como más le puede servir, realizar una despedida oportuna y atinada para que el cliente tenga una buena impresión de la empresa, terminar agradeciendo el contacto e invitándole a contactarnos nueva vez en lo adelante ante cualquier otra inquietud.



SECCIÓN 5
POLITICAS Y ESTRATEGIAS CLAVES EN EL
SERVICIO Y ATENCIÓN AL CLIENTE
EMPRESARIAL.

5.1 Conceptualización política y estrategias claves en el servicio y atención al cliente.

Las políticas en el servicio y atención al cliente son códigos de conducta que sirven de ejemplo y guía para los empleados, al momento de brindar las atenciones a los consumidores, por lo general están presente en cada organización en un documento escrito, indicando los procedimientos a seguir en cada operación dentro de la empresa, resolución de problemas, entre otros.

Por otro lado, las estrategias en el servicio y atención al cliente son normas y directrices que detallan de qué forma se va a realizar el servicio y la atención al cliente, lo que provocara el logro de la conexión entre el servidor y el cliente y a su vez cliente y empresa.

5.2 Políticas y estrategias claves en el servicio y atención al cliente modalidad presencial.

Las políticas y estrategias claves en el servicio y atención al cliente en la modalidad presencial son importantes para el buen desempeño del personal que realizara la labor, por lo cual podemos enumerar las siguientes, el personal debe presentar una imagen pulcra agradable, las instalaciones deben estar debidamente señalizadas, debe de haber una recepción, o en su defecto un área de información, deben incluir un área de espera y o consumo en las instalaciones, para que los clientes puedan consumir dentro del establecimiento, mesas, sillas, sofás, de igual manera evitar apodos a los clientes, tales como cariño, princesa, amor, es mejor preguntar su nombre y de esta forma mostrar cierto grado de respeto, así mismo se debe medir periódicamente el grado de satisfacción por parte de los clientes del servicio y las atenciones recibidas, ya sea mediante un buzón de sugerencias, encuestas telefónicas, presenciales o virtuales, para de esta forma evaluar el servicio ofrecido, el colaborador debe darle tiempo y espacio al cliente para que decida su compra, y finalmente conocer cuál es la necesidad del cliente ayudara en el proceso de compra, por ejemplo, el colaborador indaga para que tipo de ocasión quiere el cliente el biscocho o las picaderas y este le puede ofrecer diseños, combos, y sabores que vayan acorde con las necesidades de este.

Todo esto con la finalidad de crear en el cliente un sentimiento de satisfacción y agrado hacia la empresa que lo motive a volver y a recomendar la marca, que se convierta en un cliente fiel.

5.3 Políticas y estrategias claves en el servicio y atención al cliente modalidad telefónica.

Dentro de las políticas y estrategias claves en el servicio y atención al cliente en la modalidad telefónica la persona de esta posición debe tener un dispositivo de recepción competente, tomar las llamadas de manera cordial y con tono amable, ser claro y preciso al contestar, debe tener un tono de voz adecuado, presentación formal del asesor en el momento de contestarle al cliente, escuchar con atención la solicitud del cliente, tomar las notas de la solicitud del cliente, saludar de manera positiva, presentarse correctamente, preguntar por la solicitud, manejar de manera clara y precisa la interacción con el cliente, manifestar de buena forma la asistencia al cliente, buscar las necesidades del cliente, dar a conocer los productos a los clientes.

5.4 Políticas y estrategias claves en el servicio y atención al cliente modalidad virtual.

Para las políticas y estrategias claves en el servicio y atención al cliente en la modalidad virtual nos encontramos que la persona dedicada a esta labor debe mostrar, buena forma al iniciar el diálogo con el cliente, buen manejo de la información de los servicios de la empresa, para poder responder al cliente con claridad, lograr que el cliente se sienta complacido para asegurar su fidelidad, elaborar estrategia de sondeo que permita investigar la necesidad del cliente, responder o aclarar de manera eficiente las dudas de los clientes, dar o brindar respuesta lo más rápido posible, de manera que el cliente este satisfecho, este personal debe tener entrenamiento en atención y servicio al cliente, además de dominio de plataformas digitales o tecnológicas, no puede tener faltas ortográficas, no escribir de más, contestar solo lo que le interesa al cliente, de manera clara y específica, mostrar siempre respeto, tanto al cliente que se asiste como a las normas y reglamentos de la empresa, utilizar buenos términos a la hora de redactar los textos, conocer todo lo que brinda la empresa al mercado en calidad de bienes o servicios.

Conclusiones

Durante toda la creación de este manual de atención y servicio al cliente, se pudo evidenciar varios puntos o elementos que denotan debilidad en las actividades diarias de la empresa que hemos seleccionado para este trabajo, los cuales entendemos no son factibles para el buen funcionamiento de la misma, es por ello que procedimos a construir este manual esperando sea de gran ayuda para la consolidación de la fidelidad de sus clientes, a través del mejoramiento de la atención y servicio al cliente.

La creación de protocolos y el seguimiento de las inquietudes del consumidor, mediante encuesta sobre la calidad del servicio y atención que les brindan, entendemos que creando las pautas a través de este manual aportamos a la consolidación de las actividades de la panadería y repostería kissairis.

Después de estudiar esta empresa, Buscando la manera más efectiva para efectuar dichos procedimientos que sean capaces del manejo del proveedor. Por otra parte, nos enfocamos en las actividades económicas y nos damos cuenta de que el servicio al cliente es necesario para aumentar su crecimiento y sustentabilidad en el mercado.

El propósito de estas pautas es alentar a los pequeños propietarios y trabajadores de negocios sobre la importancia de brindar servicios de calidad que les permitan crecer y desarrollarse, impregnar una filosofía de servicio que pueda facilitar las labores diarias de todos los empleados que trabajan en una pequeña empresa, que puedan brindar un excelente servicio al cliente, saber cómo conducir excelentes conversaciones, presentar una excelente imagen y brindar un excelente servicio al cliente.

ANEXOS





BIOGRAFIA BREVE DE LOS AUTORES



Cristina Martínez Francisco.

Nacida en Madrid, España el 09 de agosto del 1995, criada en Santo Domingo, en el barrio Los mameyes en Santo Domingo Este, casada.

Realizó sus primeros estudios en el colegio San Ramón Nonato hasta culminar la secundaria, más tarde ingresó a la academia de la Fuerza Aérea Dominicana en enero del 2014, egresando de la misma en diciembre del 2017 bajo el grado de Lic.

Ciencias Aeronáuticas y militares. En el 2018 inicia en la misma institución el curso Técnico Mantenimiento general de aeronaves, egresando del mismo en el año 2020 durante la pandemia, simultáneo a esto inicia en la UAPA en el año 2019, en la carrera de Administración de Empresas, siendo en la actualidad estudiante de término de dicha carrera.



Ramón Leonardo Liriano Molina

Nací el 6 de noviembre del año 1977 en la ciudad de Santiago de los caballeros, el primero de tres hijos procreados por los señores Francisco Antonio Liriano Guzmán y Luz Altagracia Molina Guzmán.

Desde temprana edad entendí mi afinidad por la interacción con las personas y por consiguiente la vocación por el servicio, realice mis estudios primarios y secundarios en mi comunidad natal, colorado, comunidad del municipio de puñal, ubicada en la parte sureste de la ciudad de Santiago, comunidad en la cual aún revivo desde entonces.

Laboro para una de las empresas del Grupo Linda, dedicada a la fabricación de productos de plásticos y metal, lo que la convierte en una empresa que provee bienes y servicios a diferente público a nivel nacional e internacional. A la hora de decidirme a completar mis estudios a nivel universitario decido estudiar en la universidad abierta para adultos por las facilidades que ofrece a personas que enfrenta mi caso, padre de familia con un trabajo el cual le absorbe la mayor parte de su tiempo y que tiene la necesidad de superarse, seleccionando la facultad de negocios con la carrera de licenciatura en mercadeo.



Lessye Beneliz Javier Díaz

Nacida el 10 de noviembre del 1977, en Santo Domingo Este, criada en San Isidro, Hija de Padres Dominicanos, la primera hija de 4 hijos de parte de Mi Madre y la tercera hija y primera hembra de 7 hijos de Mi Padre, Casada, con 3 Hijos varones maravillosos, de los cuales el Primero es Licenciado en Contabilidad, el Segundo es Militar Técnico en Mantenimiento General de Aeronaves, y el Tercero realiza aún sus estudios secundarios. Realice mis Estudios Primarios y Secundarios en el Colegio Nuestra

Señora del Perpetuo Socorro, de la Fuerza Aérea de República Dominicana, en la actualidad laboro en ese mismo centro de estudios, en la Dirección Militar, como Encargada de la Sección de Administración.

Soy Mayor de la Fuerza Aérea, Ama de Casa, Estilista, Modista, Técnica en Administración, Técnica en Contabilidad, Mujer Emprendedora, con negocio propio de ventas de todo tipo, estudiante de término de la carrera de la Licenciatura en Administración de Empresas, de la Universidad Abierta para Adultos (UAPA).

Me considero una persona de buen corazón, honesta, simpática, sincera y sobre todo seria. Soy Cristiana Católica, pertenezco al Coro de la Iglesia, me gusta todo tipo de música, ver películas, series, y me encanta compartir en familia y amigos.

MANUAL SERVICIO Y ATENCION AL CLIENTE DE LA EMPRESA PANADERIA Y REPOSTERIA KISSAIRIS



PANADERIA REPOSTERIA kissairis

Este manual fue elaborado para mejorar la atención y servicio al cliente de la panadería y repostería kissairis, trabajo que representa la parte final del diplomado de servicio y atención al cliente, como requisito del curso final de grado de los estudiantes de administración y mercadeo de la universidad abierta para adultos (**UAPA**), en el trimestre octubre diciembre del 2022.

Participantes del trabajo: **Cristina Martínez Francisco, Ramón Leonardo Liriano Molina, Lessye B. Javier Díaz.**

