

# MANUAL DE SERVICIOS Y ATENCIÓN AL CLIENTE PARA LA EMPRESA CHAVINZA INDUSTRIAL CHAVEZ



2023

**Manual de servicios y atención al cliente para la empresa  
Chavinza Industrial Chávez**

**Autores:**

Cristhian García  
Digna García

**Facilitadora Acompañante:**  
Eliana Campos Taveras

**31 de enero 2023  
Santiago de los Caballeros,  
República Dominicana**



<b>Indice</b>	<b>pagina</b>
<b>SECCIÓN 1: CONTEXTO EMPRESARIAL.</b>	<b>10</b>
1.1 Descripción de la empresa y ubicación.	11
1.2 Actividad económica de la empresa.	11
1.3 Reseña histórica.	12
1.4 Filosofía de negocios.	12
1.4.1 Misión	12
1.4.2 Visión	12
1.4.3 Valores	12
1.5 Objetivos organizacionales enfocados al cliente.	12
1.6 Estructura de la empresa.	13
1.7 Productos y servicios que ofrece.	14
<b>SECCIÓN 2: CONTEXTO DEL SERVICIO Y ATENCIÓN AL CLIENTE EMPRESARIAL.</b>	
2.1 Conceptualización de servicio y atención al cliente.	16
2.2 Importancia de ofrecer un servicio y atención al cliente de excelencia.	16
2.3 Objetivos del servicio y atención al cliente.	17
2.4 Modalidades del servicio y atención al cliente	17
2.4.1 Servicio y atención al cliente presencial.	17
2.4.2 Servicio y atención al cliente telefónico.	19
2.4.3 Servicio y atención al cliente virtual.	20
2.5 Mercado meta o perfil del cliente.	22
2.5.1 Conceptualización de cliente, usuario o consumidor.	22
2.5.2 Principales necesidades del cliente al ser atendido.	22
2.5.3. Principales percepciones del cliente a ser atendido.	23
2.5.4 Principales expectativas del cliente al ser atendido.	23
2.5.5 Principales motivos de insatisfacción en el cliente al ser atendido.	23

### **SECCIÓN 3: PERFIL DEL PROVEEDOR DEL SERVICIO Y ATENCIÓN AL CLIENTE EMPRESARIAL.**

24

- 3.1 Conceptualización del proveedor de servicio y atención al cliente presencial. 25
- 3.2 Perfil competencial del proveedor de servicio y atención al cliente modalidad presencial. 25
- 3.3 Perfil competencial del proveedor de servicio y atención al cliente modalidad telefónica. 25
- 3.4 Perfil competencial del proveedor de servicio y atención al cliente modalidad virtual. 26

### **SECCIÓN 4: PROTOCOLOS DEL SERVICIO Y ATENCIÓN AL CLIENTE EMPRESARIAL.**

29

- 4.1 Conceptualización de protocolo de servicio y atención al cliente. 30
- 4.2 Protocolo de servicio y atención al cliente modalidad presencial. 30
- 4.3 Protocolo de servicio y atención al cliente modalidad telefónica. 31
- 4.4 Protocolo de servicio y atención al cliente modalidad virtual 32

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

33

- 5.1 Conceptualización políticas y estrategias claves en el servicio y atención al cliente. 33
- 5.2 Políticas y estrategias claves en el servicio y atención al cliente modalidad presencial. 34
- 5.3 Políticas y estrategias claves en el servicio y atención al cliente modalidad telefónica. 35
- 5.4 Políticas y estrategias claves en el servicio y atención al cliente modalidad virtual. 37

### **CONCLUSIONES**

38

### **ANEXOS: BIOGRAFIA BREVE DE LOS AUTORES Y DESCRIPCION DEL PROYECTO DE INTERVENSION DE CFG UAPA.**

40



## Introducción

A continuación, se presenta un manual de Servicios y Atención al cliente, con el propósito de desarrollar la práctica de curso Final de Grado de la universidad abierta para adultos (UAPA). El presente trabajo tiene el propósito de elaborar un manual de servicios y atención al cliente, para la empresa Chavinza Industrial Chávez. Inspirado en la mejora constante de los servicios y atención al cliente que ofrece la empresa. Este manual contiene puntos de referentes de que es la empresa

y los servicios que ofrece, identificando así, los protocolos aplicados por la empresa en el servicio al cliente. Con este manual se espera que la empresa pueda estandarizar sus procesos de servicios y atención al cliente.

Este manual tiene como principal objetivo analizar la empresa, para conocer de ella y poder identificar con un mayor margen de certeza sus grandes fortalezas y debilidades, para poder elaborar una mejora en los servicios y atención al cliente. Para esto, se ha hecho una investigación de la empresa Chavinza Industrial

Chávez. Que incluye; Nombre de la empresa, RNC, estructura organizacional, cantidad de empleados, ubicación, cuál es el Mercado Meta de la empresa, entre muchas más informaciones. La misma se dedica a las instalaciones de puertas, ventanas, cortinas y todo tipo de cristalerías que innoven una determinada área o espacio.



Este manual de servicio tiene como objetivo principal demostrar lo importante que es para la empresa contar de un servicio y atención al cliente

excepcional, que pueda ser competitivo y una herramienta primordial para crear valor a la empresa. Sobre todo, conocer este tema va a permitir el diseño de estrategias de marketing y de más, dichas estrategias pueden estar enfocadas en la mejora y fortalecimiento de la cartelera de clientes con un enfoque a atraer más clientes y fidelizar los ya existente.

Muchos son los beneficios para la empresa el poder mantener con eficacia un alto nivel en los servicios y atención al cliente. A la hora de que una empresa desee sustentarse y mantenerse por un largo periodo de tiempo, va a depender en gran parte de cómo, quien y de qué manera imparte su servicio y atención a sus usuarios o clientes. El tema central de la presente asignación es el servicio y atención al cliente que una empresa puede dar. En este trabajo se desglosará gran parte de los elementos que componen un buen servicio y atención al cliente tales como; sus ventajas, sus desventajas, la atención al cliente de manera presencial, por teléfono o por internet, que piensan algunos autores sobre que es el servicio y atención al cliente, algunos de los problemas que el servicio y atención al cliente presenta, entre otros factores.

Este manual de servicio y atención al cliente sirva, además, como un protocolo de servicios, éste será útil para mantener la calidad en los servicios, ya que esto va a permitir estandarizar las operaciones llevada a cabo en los procesos de servicios de la empresa. Igual modo es una guía para la empresa de cómo debe ser el manejo en la atención al cliente en sus diferentes modalidades. Sirva, además, para crear valor agregado en la empresa, a través de la implementación de un plan de mejora, teniendo como guía este manual de servicios y atención al cliente de la empresa. Por medio a esto, la empresa puede tener una herramienta que puede ser usada para crear servicios óptimos que representan un valor para la empresa.

## Resumen Ejecutivo



Este manual se ha elaborado con el propósito que pueda servir de guía para empresa en sus procesos de entrega de servicio y atención al cliente. Dicho propósito es crear valor a la empresa a través de esto. El contenido de este manual puede ser un referente o una guía en el diseño y la ejecución de los procesos de servicios atención al cliente de la empresa.

El objetivo principal del manual de servicios y atención al cliente diseñado para la empresa chavinza Industrial es demostrar lo importante que es para la empresa contar de un servicio y atención al cliente excepcional, que pueda ser competitivo y una herramienta primordial para crear valor a la empresa. Sobre todo, conocer este tema va a permitir el diseño de estrategias de marketing y de más, dicha estrategias pueden estar enfocadas en la mejora y fortalecimiento de la cartelera de clientes, con enfoque a atraer más clientes y fidelizar los ya existente.



Tómese esta guía como un recurso valioso, que brindara soporte en el proceso de inducción de la empresa y como entrenamiento a los miembros activos de chavinza Industrial para la mejora de los servicios en las distintas modalidades, presencial, virtual y telefónica para brindar un servicio y atención al cliente excepcional.



**Sección 1: Contexto empresarial.**

Esta sesión tiene como propósito dar a conocer la empresa su actividad y quienes son en el mercado, esto conocer estos datos va a permitir a los colaboradores de la empresa saber quiénes la empresa y sus ambiciones.

**Sección 2: Contexto del servicio y atención al cliente empresarial.**

En este contexto se busca identificar y conocer los clientes, para poder permitir a la empresa y sus colaboradores tener una idea clara de lo que son las percepciones de los clientes y poder satisfacer en mayor grado, se busca que la empresa tenga dominio de su cartelera de clientes como un valor agregado.

**Sección 3: Perfil del proveedor del servicio y atención al cliente empresarial.**

En esta sección se busca poder identificar el proveedor ideal de servicios y atención al cliente, la intención es poder darle una guía a la empresa de como debe de ser la persona ideal para cada puesto de trabajo en la atención al cliente de la empresa.

**Sección 4: Protocolos del servicio y atención al cliente empresarial.**

Este contexto contiene una guía de protocolo de servicios ideal para la ejecución óptima de los procesos y atención al cliente. Ya que estos son ideales para el buen funcionamiento de procesos de servicios que cumplan con las expectativas del cliente en un grado elevado.

**Sección 5: Políticas y estrategias claves en el servicio y atención al cliente empresarial.**

Por último, se encontrará una serie de políticas y estrategias para llevar a cabo la entrega de los servicios y atención al cliente en la empresa, estas políticas deben de ser bien determinada y conocidas por todos para que no haya brechas en los procesos de servicios, de igual manera, las estrategias de servicios de la empresa que debe ser de suma importancia que todo miembro de la línea del frente pueda conocer y usar para bien de los servicios brindados por la empresa.

# Sección 1: CONTEXTO EMPRESARIAL



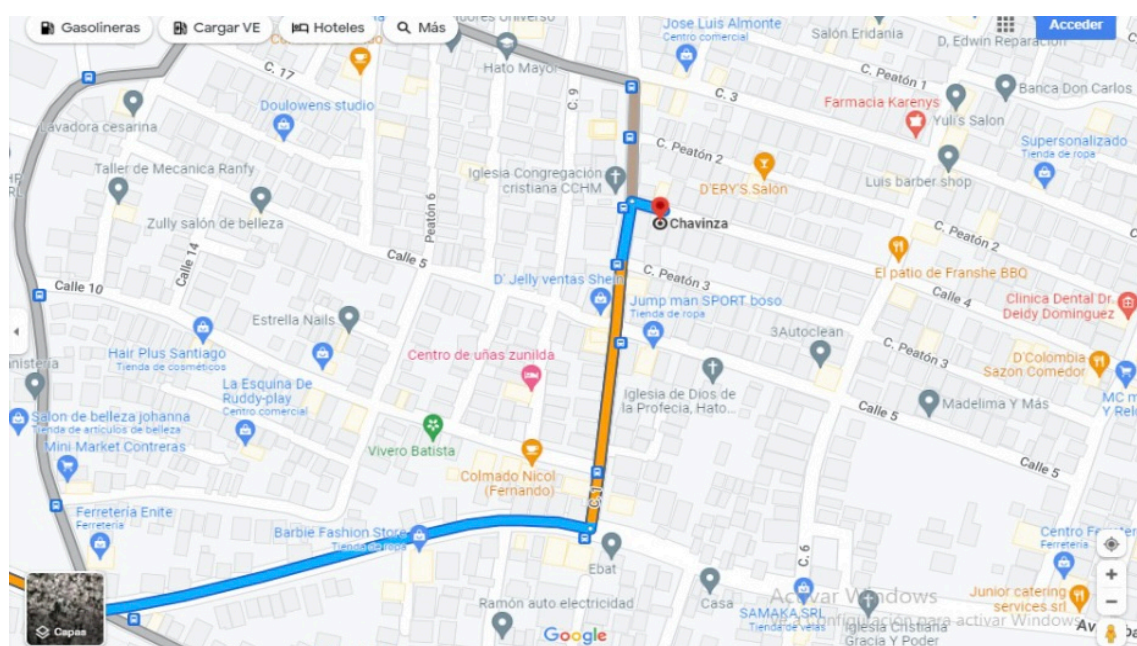
- **Descripción de la empresa y ubicación.**
- **Actividad económica de la empresa.**
- **Reseña histórica.**
- **Filosofía de negocios.**
- **Misión.**
- **Visión.**
- **Valores.**
- **Objetivos organizacionales enfocados al cliente.**
- **Estructura de la empresa.**
- **Productos y servicios que ofrece.**

### Descripción de la empresa y ubicación

Chavinza Industrial Chávez es una empresa que se dedica a las instalaciones de puertas, ventanas, cortinas y todo tipo de cristalerías, además esta empresa se dedica a renovar espacios de todos tipos, ya sea oficina, hogares o alguna área específica que se desee transformar.

### Ubicación de la empresa

Calle Primera Pedro Mir, Núm. 23, Hato Mayor, Santiago República Dominicana.



### Actividad económica de la empresa

Sector industrial, transformando materia prima en productos, además, Chavinza Industrial se dedica a la venta de productos terminados.



## Reseña histórica

La idea de la empresa chavinza industrial Chávez es bastante simple. El señor Chávez se vio motivado ya que ha trabajado toda la vida para siempre tener su propio dinero, comprar las cosas que necesita y darle lo mejor a su hija. A los 12 años comenzó a trabajar como ayudante en una empresa de puertas y ventanas la cual se llama “Puertas y Ventanas del Norte”, allí aprendió todo lo que necesitaba aprender. Luego de 10 años trabajando en “Puertas y Ventanas del Norte” comenzó a aprender y realizar trabajos por su propia cuenta. Poco a poco y con la ayuda de su madre hizo su primer taller, el cual actualmente lo utiliza para hacer pequeñas cosas. Luego decidió formalizar su propia empresa. Desde el 2014 hasta la fecha, chavinza Industrial Chávez ha sido no solamente un proyecto de vida de su fundador, sino también que con la ayuda de Dios y a mi gran esfuerzo. Chaviza Industrial Chávez es hoy una realidad y va en crecimiento continuo. A pesar de ser una empresa pequeña que va en crecimiento en la actualidad esta dispone de 6 empleados y va en un crecimiento continuo y que ha logrado todas sus metas en los últimos años desde su fundación hasta la fecha. Lograr todas sus metas y poder realizar todos los trabajos que tiene como empresa es su mayor logro.

## 1.4 Filosofía de negocios

### 1.1.1 Misión

Ser una empresa líder en cuanto a las instalaciones y ventas puertas, ventanas, todo tipo de cristalerías y cortinas para adecuar tanto su lugar de trabajo como su casa.

### 1.1.2 Visión

Brindar a nuestros clientes servicios que sean inigualables y confort en un mercado tan competitivo como es el de puertas y ventanas.

### 1.1.3 Valores

Seriedad, innovación, Calidad en nuestros servicios, Personal calificado brindando por la seguridad y satisfacción de nuestros clientes.

## 1.5 Objetivos organizacionales enfocados al cliente

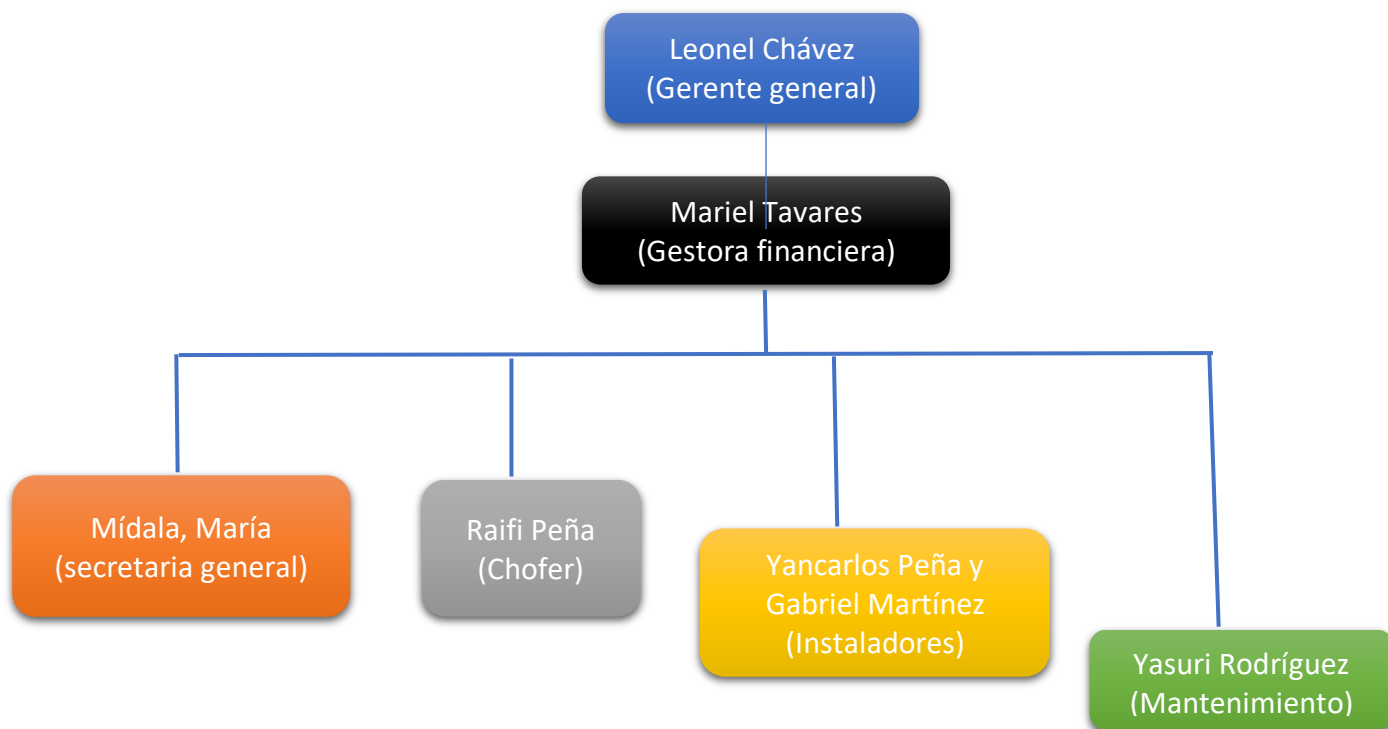
Cubrir las necesidades de nuestros clientes en cuanto a nuestros servicios se refiera. Con un servicio excepcional en la instalaciones o remodelación de cualquier espacio que el cliente requiera.

## Estructura de la empresa

Esta empresa que dispone actualmente de 6 empleados, y 4 departamentos, los cuales conforman el sistema funcional u operativa de la misma.

- **Gerente general:** Leonel de Jesús María Chávez
- **Gestora financiera:** Mariel Alicia Tavares Veras
- **Secretaria general:** Mídala María
- **Chofer:** Raifi Peña
- **Instaladores:** Yancarlos Peña y Gabriel Martínez
- **Mantenimiento:** Yasuri Rodríguez

## Organigrama de la empresa empresa Chavinza Industrial



## 1.7 Productos y servicios que ofrece



## Sección 2: CONTEXTO DEL SERVICIO Y ATENCIÓN AL CLIENTE EMPRESARIAL

- **Conceptualización de servicio y atención al cliente.**
- **Importancia de ofrecer un servicio y atención al cliente de excelencia.**
- **Objetivos del servicio y atención al cliente.**
- **Modalidades del servicio y atención al cliente**
- **Servicio y atención al cliente presencial.**
- **Servicio y atención al cliente telefónico.**
- **Servicio y atención al cliente virtual.**
- **Mercado meta o perfil del cliente.**
- **Conceptualización de cliente, usuario o consumidor.**
- **Principales necesidades del cliente al ser atendido.**
- **Principales percepciones del cliente a ser atendido.**
- **Principales expectativas del cliente al ser atendido.**
- **Principales motivos de insatisfacción en el cliente al ser atendido.**



## SECCIÓN 2: CONTEXTO DEL SERVICIO Y ATENCIÓN AL CLIENTE EMPRESARIAL

### 2.1 Conceptualización de servicio y atención al cliente

El servicio al cliente es uno de los mecanismos adecuados en la comunicación directa entre la empresa y el cliente, debido que el servicio al cliente es la forma habitual de mantener una relación ante cada una de las situaciones que se pueden presentar en la entrega de los servicios, siendo la organización el proveedor de este y que tiene que responder ante cada una de las inquietudes y cuestionamientos que tengan los clientes ante lo que buscan (*Larrea, 2010*).

El servicio al cliente se compone de una serie de actividades coordinadas y organizadas que se fomentan sobre un proceso de entrega que se orienta en un proceso logístico que inicia desde la preparación de cada uno de los aspectos del servicio hasta la entrega final con el cliente. Sin embargo, el servicio al cliente es un proceso continuo que se ejerce ante diferentes clientes que visitan un lugar determinado que va a depender de la necesidad que busca el cliente (*García, 2007*).

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

El ofrecimiento de un buen servicio y atención al cliente es de bastante importancia debido a que dependiendo de qué tan bueno sea el servicio, es que los consumidores se verán atraídos por la empresa. Esto ayuda a que los consumidores se fidelicen con la empresa, haciendo que los consumidores dependen de gran manera de la empresa que le da apoyo. Por tanto, un buen servicio al cliente va a crear valor a la empresa, y, de manera estratégica la organización podrá diseñar estrategias de marketing que permita la fidelización de nuevos clientes.

Mediante una atención al cliente con excelencia la empresa se puede posicionar y ganar el lugar de líder en dicho mercado, es que muchas empresas de la misma competencia hay en el mercado, pero, lo que diferencia una a la otro es la manera en que este ofrece la atención al cliente sin dudas, para esto hablemos de dos pilares en la aviación, que no es lo mismo volar por Jet blue que volar por American Airlines la atención al cliente es una diferencia del cielo a la tierra. Con este ejemplo de vivencia personal, se puede ver lo importante de un buen servicio al cliente, el valor de las acciones de American Airlines a la fecha de hoy USD13.46 antes la de Jet blue USD7.01. Como vemos esta es la gran importancia de que la empresa conste de un servicio excepcional que pueda cubrir con la expectativa de los clientes en una escala máxima. Para Raymond Joabar, vicepresidente ejecutivo de American Express, manifestó que la importancia del servicio al cliente "es una ventaja competitiva cada vez más importante para las empresas, tanto grandes como pequeñas, que facilitan los negocios y priorizan las necesidades de sus clientes".



*Humberto Serna (2010)* expresa lo siguiente sobre la importancia del servicio al cliente “Hoy día todas las empresas se esfuerzan por brindar un buen servicio al cliente. Pero para ofrecerlo, la empresa debe ser humanitaria y escuchar a sus consumidores y saber cuáles son sus gustos, preferencias y, sobre todo, escuchar las sugerencias de estos para de esta manera fidelizarlos”. Según el diccionario de Marketing, de Cultura S.A dice que la importancia de un servicio y atención al cliente consiste en “Ponerse en el lugar de nuestros clientes y tratar de ver las cosas desde la perspectiva de ellos. Es por eso por lo que las empresas deben de estar empeñadas en estar al tanto de cada uno de sus clientes.

### 2.3 Objetivos del servicio y atención al cliente

El objetivo del servicio y atención al cliente es poder crear las condiciones necesarias para que los clientes puedan obtener lo mejor de los productos o servicios que ofrece la empresa, y a su vez la esto sirva para crear valor a la empresa. Este además tiene como objetivo fidelizar los clientes, ofrecer respuestas a los clientes, eficientizar los servicios oferentes de la empresa para beneficio del consumidor.

### 2.4 Modalidades del servicio y atención a los clientes

La modalidad de servicios y atención al cliente son las distintas formas que tiene la empresa para brindar sus productos o servicios, como son: modalidad presencial, virtual y telefónica.

#### 2.4.1 Servicio y atención al cliente presencial

En este caso se propicia una visita o una cita con el cliente por parte del personal de la empresa. La presencia física de ambas figuras es necesaria en asuntos que conlleven papeleo, en la entrega o devolución de algún artículo o en el servicio de contacto con el cliente (como en los restaurantes y hoteles). No se limita a esos casos: la atención presencial es requerida cuando el cliente así lo demande.

#### Descripción del indicador de bienvenida y recepción del cliente del servicio y atención al cliente en la modalidad presencial.

1. Saludos, sumado con una cálida sonrisa y un acogedor saludo de manos.
2. Uniformes bien presentados y limpios, incluyendo calzado cerrado y limpio.
3. Área acogedora, ventilada, con buenos aromas y una pequeña música de fondo.
4. Inmuebles limpios, cómodos y con colores elegantes.

Tomando en cuenta las observaciones del indicador de bienvenida y recepción del cliente de la modalidad presencial tenemos las siguientes:

1. Estar completamente uniformado dígame: ropa y zapatos limpios, cordón, portar carné y carné debidamente colocados.
2. Saludar con una cálida sonrisa acompañada de una frase de acogida.
3. Invitarle a pasar y acomodarse en los inmuebles que estén disponibles.
4. Ofrece a los clientes ya sea café, agua, té o algún otro brindis.

### **Descripción del indicador de bienvenida y recepción del cliente del servicio y atención al cliente en la modalidad presencial.**

1. Interesarse por el nombre del cliente o persona que visita nuestras instalaciones.
2. Interesarnos por mantener una conversación constructiva con nuestros clientes.
3. Preguntar por su bienestar.
4. Mostrarle al cliente las oficinas con las que más interesado este y/o aquellas que involucran al mismo.

Observaciones del indicador de bienvenida y recepción del cliente de la modalidad presencial tenemos las siguientes:

1. Responderles preguntas con tacto y respeto, para que se sienta acogido por nuestra empresa.
2. Hacer les preguntas sobre cómo ha sido su experiencia con nuestros servicios.
3. Disponer de todos los conocimientos posibles a la hora de responder todas las dudas y/o preguntas que tengan nuestros visitantes.
4. Compartir ciertas actividades con nuestros visitantes.

### **Descripción del indicador de la despedida del cliente del servicio y atención al cliente en la modalidad presencial.**

1. Preguntarle ¿qué le ha parecido la experiencia? ¿Cómo se sintió? ¿Si le gusto o disgusto algo de nuestras instalaciones? ¿Qué podríamos mejorar?
2. Hacerle un regalo publicitario de nuestra empresa tales como: una gorra, un llavero, una pulsera, un destapador de botellas, una porta carné, entre otros.
3. Agradecerle por la gratificante visita.
4. Desearle toso el éxito del mundo.

Observaciones del indicador de gestión del servicio de la modalidad presencial tenemos las siguientes:

1. Agradecerle con un gran gesto y cariño por haber visitarnos.
2. Mirarlos siempre a los ojos y ser amables.
3. Al realizarse algún regalo, ofrecernos para que se lo pruebe lo más pronto posible.
4. Despedirlo con un saludo de manos y siempre sonriente.

### **Descripción para la mejora del servicio y atención al cliente en la modalidad presencial**

1. Escuchar sus opiniones sobre que podemos mejorar, cambiar o innovar en nuestras instalaciones.
2. Saber que le gustaría cambiar o implementar.
3. Buscar siempre las maneras en que los consumidores puedan realizar todos sus procesos de la mejor forma y más sencilla posible.
4. Buscar las maneras de reducir los costos, siempre y cuando esto no afecte a ningunos de nuestros procesos.

Observaciones del indicador de gestión del servicio de la modalidad presencial tenemos las siguientes:

1. Invitarlo a que dé un recorrido por las instalaciones para que de esta manera pueda conocernos mejor.
2. Invitarlo a disgustar de los distintos productos que se encuentren en las distintas áreas por las que pase.
3. Tomar en cuentas las sugerencias y recomendaciones que suelen tener

#### **2.4.2 Servicio y atención al cliente telefónico**

El servicio telefónico es un tipo de soporte que las empresas ponen a disposición de sus clientes para ayudarles a resolver dudas o problemas relacionados con productos o servicios. El cliente llama al número telefónico autorizado y se comunica con un asistente telefónico que le orienta en sus inquietudes para que este no tenga que ir al lugar de compra.

##### **Descripción del indicador de bienvenida y recepción del cliente del servicio y atención al cliente en la modalidad telefónica**

1. Agradecer de que haya llamado a nuestra empresa, decir el nombre de la persona quien le atiende y preguntar al cliente cómo se siente.
2. Preguntar en que podemos ayudarle y si está dispuesto hacerlo.
3. Contestar con voz suave, para que el cliente sienta el confort de la empresa.
4. Disculparnos en caso de que el cliente utilice palabras rudas desde que tomamos la llamada y darle una respuesta alentadora.

Tomando en cuenta las observaciones del indicador de bienvenida y recepción del cliente de la modalidad telefónica tenemos las siguientes:

1. Mantener un tono de voz agradable, sin importar el estado de ánimo que tenga el cliente.
2. Ser respetuoso y darles las respuestas a sus inquietudes.
3. Al tomar la llamada debemos hacer mención a nuestro nombre, y si el cliente lo permite, preguntar por su nombre también.

##### **Descripción del indicador de bienvenida y recepción del cliente del servicio y atención al cliente en la modalidad telefónica.**

1. Estar disponible a contestar todas las preguntas e inquietudes que tenga el cliente, siempre y cuando no se toquen informaciones confidenciales ni de la empresa ni de otros clientes.
2. Invitar a nuestros clientes a que pasen por nuestras oficinas, instalaciones o sucursales, para que puedan conocer de manera física la empresa.
3. Estar pendiente de alguna opinión de mejoría que tengan nuestros clientes sobre nuestros servicios.
4. Brindar un seguimiento a nuestros clientes cada cierto mes, para saber que todo ande bien.

Sabiendo lo anterior, ahora tomemos en cuenta las observaciones del indicador de bienvenida y recepción del cliente de la modalidad telefónica tenemos las siguientes:

1. Agradecerle por las opiniones que tenga sobre nuestros servicios.
2. Hacerles preguntas de interés personal a nuestros clientes.

3. Invitarlos a que por medio de videos puedan solucionar sus dificultades por ellos mismos.

**Descripción del indicador de bienvenida y recepción del cliente del servicio y atención al cliente en la modalidad telefónica.**

1. Ofrecerles una venta cruzada de nuestros servicios o productos.
2. Hacerles descuentos de temporadas.
3. Interesarnos por las opiniones y la satisfacción de estos.
4. Fidelizar nuestros clientes con ofertas reales.

**Observaciones del indicador de gestión del servicio de la modalidad telefónica tenemos las siguientes:**

1. Con gran paciencia, decirles que pueden ver ciertos videos para que puedan ver como son los trabajos que solemos realizar.
2. Darles seguimiento a la hora en que pidan cierta cotización o algún otro documento que sea de sus intereses.

**Descripción del indicador de la despedida del cliente del servicio y atención al cliente en la modalidad telefónica.**

1. Agradecer por la llamada y desearle feliz resto de día.
2. Regalarle un código de descuento a la hora de realizar el próximo pago de algún servicio brindado.
3. Decirles que fue un placer atenderle.
4. Agradecerle por tener la experiencia de acudir a nosotros.

**Observaciones del indicador de gestión del servicio de la modalidad telefónica tenemos las siguientes:**

1. Con voz sumisa, agradecerle por haber llamado y disipar las dudas e inquietudes de estos.
2. Ponernos a las órdenes para cualquier duda.
3. Demostrarle que nuestras intenciones son siempre ayudar a nuestros clientes.
4. Desearles feliz resto del día.

### 2.4.3 Servicio y atención al cliente virtual

Los clientes virtuales que adquieren tanto productos como servicios por internet eligen la comodidad de su uso. Así evitan las filas en las tiendas o centros de atención. Para este tipo de clientes es necesario tener a la mano un medio que en sí mismo representa una solución al inconveniente que significa asistir hasta el lugar para solucionar su primer problema.

**Descripción del indicador de bienvenida y recepción del cliente del servicio y atención al cliente en la modalidad virtual**

1. Agradecer por acudir a nosotros, mencionar nuestro nombre.
2. Preguntarle en que podemos ayudarlo.

3. Ofrecer la asesoría necesaria para el mismo.
4. Estar preparados para responder todas las inquietudes de los clientes.

#### **Tomando en cuenta las observaciones del indicador de bienvenida y recepción del cliente de la modalidad virtual tenemos las siguientes:**

1. Dar una acogedora bienvenida con una agradable sonrisa.
2. En caso de que la asistencia sea por video llamada, el colaborador debe de tener su uniforme completo, arreglado y con todos los accesorios de este, para proyectar buena imagen.
3. Debe de buscar un fondo o un lugar que no distraiga al cliente.
4. Usar un tono de voz que no sea ni muy alto, ni tampoco muy bajo, para que todas las informaciones sean captadas por el o los clientes.

#### **Descripción del indicador de bienvenida y recepción del cliente del servicio y atención al cliente en la modalidad virtual.**

1. Prestar atención a los que nos dice nuestros clientes, para de esta manera darle informaciones fáciles y precisas.
2. Evitar confundir a los clientes y ser objetivos con lo que decimos u ofrecemos.
3. Invitarlo a que sepa más de nosotros, dirigiéndolo a nuestro sitio web.
4. Hacernos disponibles para cualquier inquietud.

#### **Sabiendo lo anterior, ahora tomemos en cuenta las observaciones del indicador de bienvenida y recepción del cliente de la modalidad virtual tenemos las siguientes:**

1. Demostrar el interés por clientes, en cómo piensan, y en como pueda haber mejorías.
2. Ayudar a los mismos a poder comprender los beneficios que tienen al pertenecer a nuestra empresa.
3. Siempre utilizar gestos y ademanes correctos, para reflejar confianza y convencimiento sobre el tema.

#### **Descripción del indicador de la despedida del cliente del servicio y atención al cliente en la modalidad virtual.**

1. Bonificar a nuestros clientes por cada año que duren con nosotros.
2. Bonificar a los clientes con buenos descuentos para fidelizar a los mismos.
3. Agradecerle por permitirnos atenderle.
4. Felicitarlos por la fidelización que tienen los mismos.

#### **Observaciones del indicador de gestión del servicio de la modalidad virtual tenemos las siguientes:**

1. Mostrar un video en el que muestre la satisfacción de nuestros clientes y empleados.
2. Concluir con palabras sabias y animadoras.
3. Gratificarlos con descuentos dependiendo de la magnitud del trabajo.

## Estrategia de mejora en el protocolo de atención al cliente virtual

1. Estar a la escucha en caso de que algún cliente se disgustó con algunos de los colaboradores de nuestra empresa.
2. Buscar siempre las maneras de hacer nuestro trabajo más rápido y confiable.
3. Innovar nuestras distintas plataformas digitales para de esta manera captar más la atención de nuestros consumidores.
4. Crear un chatbot para que responda de manera corta, en caso de que algún consumidor acuda a nosotros fuera del horario laboral.

## Observaciones del indicador de gestión del servicio de la modalidad virtual tenemos las siguientes:

1. Grabar un video de nuestras instalaciones, y mostrárselos a nuestros consumidores. Al mismo tiempo, que el colaborador presente el video, también vaya hablando sobre el mismo.
2. Estar en un lugar tranquilo donde exista el menor ruido posible.
3. Mostrar vía pantalla las recomendaciones y las mejoras que se han hecho por parte de los clientes, y de ser posible, poner sus nombres al lado de las ideas que ellos dan.

### 2.5 Mercado meta o perfil del cliente

El perfil de cliente meta detalla quién es tu cliente ideal identificando cuáles son las problemáticas que está buscando solucionar por medio de la compra de tu producto o servicio, cuáles son sus hábitos, qué miedos pueden llegar a tener al momento de tomar una decisión de compra, cuáles son los motivadores más importantes para la misma y que otras personas puede llegar a influir dentro del proceso de toma de decisión.

#### 2.5.1 Conceptualización de cliente, usuario o consumidores

Los consumidores y usuarios son aquellas personas físicas o jurídicas que adquieren productos con fines ajenos a su actividad comercial o profesional y como destinatarios finales de los mismos. La normativa para la defensa de los consumidores y usuarios establece una protección especial, dotándoles de instrumentos legales de ayuda y defensa.

#### 2.5.2 Principales necesidades del cliente al ser atendido

**Empatía:** Además, un buen servicio es esencial para lograr la satisfacción del cliente. Los clientes de diferentes regiones pueden encontrar diferentes problemas, y ser empáticos es esencial para ofrecer un buen apoyo al consumidor.

**Transparencia:** Los clientes esperan y aprecian que las organizaciones sean transparentes, incluso si se trata de aceptar sus defectos o deficiencias. Sé transparente y honesto acerca de los cambios de políticas, cambios de precios, cortes de servicio, para ganar su confianza y mantenerla. Los clientes se quedarán con tu marca por más tiempo, invirtiendo en una relación a largo plazo.

**Justicia:** Esto no se refiere sólo a los precios. Se extiende a lo que el servicio ofrece, sus beneficios, la política de la empresa, etc. Los clientes confían en ti cuando toman una decisión y gastan dinero para utilizar tus servicios necesitas mantener esa confianza.

Para la empresa chavinza Industrial, la mayoría de los clientes de la empresa perciben que es una necesidad para ellos que la empresa cuente con parqueos, la implementación del servicio virtual o tienda online.

### 2.5.3. Principales percepciones del cliente a ser atendido

Todo el análisis que gira en torno a la calidad y la satisfacción se basa en las percepciones del cliente acerca del servicio, el concepto básico es el de servicio percibido como son: de servicios, confiabilidad, seguridad, empatía, seguridad, calidad, precio.

La mayoría de los clientes de las empresas chavinza Industrial tienen la percepción de que en el servicio ofrecido hay un buen manejo de la información, y que la atención recibida ha sido buena, sin embargo, el cliente de la empresa tiene la expectativa de que el tiempo de espera del proceso sea menor al que fue ofrecido el servicio. La percepción del cliente con el servicio telefónico en su mayoría es que debe continuar con la mejora del servicio telefónico porque se ha percibido en la mayoría de sus clientes que en este caso ha sido femenino con un grado de ingreso clase medio y educación universitaria que el tiempo de espera en la atención telefónica ha sido muy más de lo esperado.

### 2.5.4 Principales expectativas del cliente al ser atendido

Se conoce como expectativas del cliente a todas las acciones, respuestas, servicios y estándares de calidad que los clientes están acostumbrados a recibir por parte de nuestra empresa o negocio. Es decir, es todo aquello que el cliente espera. Como son: calidad, forma de trabajo, productos y servicios de buena calidad.

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

La insatisfacción del cliente surge como consecuencia de sensaciones desagradables que experimenta cuando su experiencia no ocurre según sus expectativas, necesidades o experiencias anteriores. Tal como: Baja calidad de productos y servicios, incumplimiento del plazo, falta de valor percibido, falta de transparencia, una idea errónea.



## SECCIÓN 3: PERFIL DEL PROVEEDOR DEL SERVICIO Y ATENCIÓN AL CLIENTE EMPRESARIAL



- Conceptualización del proveedor de servicio y atención al cliente presencial.
- Perfil competencial del proveedor de servicio y atención al cliente modalidad presencial.
- Perfil competencial del proveedor de servicio y atención al cliente modalidad telefónica.
- Perfil competencial del proveedor de servicio y atención al cliente modalidad virtual.



## SECCIÓN 3: PERFIL DEL PROVEEDOR DEL SERVICIO Y ATENCIÓN AL CLIENTE EMPRESARIAL.

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

Se puede decir que un proveedor de servicios y atención al cliente no es más que una persona o colaborador que se encarga de brindar u ofrecer estrategias a los colaboradores de una determinada empresa para que puedan vencer objeciones, utilizar la estrategia de ventas cruzadas, fidelizar a sus consumidores, entre otras cosas. Un proveedor de servicios puede ser una persona o una empresa que se dedique a la capacitación de colaboradores de determinadas empresas para eficientizar y optimizar los servicios de esta. Debemos de saber y tener en cuenta que no todos los proveedores de servicios y atención al cliente tienen las mismas políticas, reglamentos o regulaciones, ya que, aunque son proveedores de servicios, las circunstancias y modalidades son distintas. A medida ya vayamos desglosando esta unidad, notaremos las diferencias entre los distintos proveedores.

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

Este perfil tiene como:

**Objetivo:** Garantizar nuestros servicios con la cualidad de Servir a nuestros clientes con pasión y entusiasmo, dinamismo y de manera profesional en todo momento.

**Funciones:** Recibir a los determinados clientes, identificar los clientes o segmentarlos, introducirlos o registrarlo en el sistema de la empresa, realizar unas series de preguntas sobre el servicio que el cliente está solicitando y, por último, escuchar a los clientes, para luego almacenar en un banco de datos dichas informaciones para la toma de mejoras.

**Responsabilidades:** Ofrecer información rápida y eficaz a los clientes, denotar el profesionalismo al manejar los clientes, ser honesto con las informaciones que les ofrezca a los clientes y mantener una comunicación proactiva.

**Competencias cognitivas:** Profesionalidad en el área de negocios, saber solucionar los problemas y percances que se ofrezcan, debe ser creativo, tiene que ser una persona comunicativa y tener liderazgo.

**Competencias actitudinales:** Ser adaptable, empático, tener buena comunicación, saber persuadir cuando sea necesario y saber trabajar en equipo.

**Competencias procedimentales:** Debe ser multifacético, organizado, tener autocontrol, ser rápido a la hora de tener que dar una respuesta y saber manejar conflictos.

**Requerimientos especiales:** Puede ser de cualquier género, tener experiencia en el área, buena apariencia personal y buenas condiciones físicas.



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

Este perfil tiene como:

**Objetivo:** Asistir a los clientes de la empresa de manera profesional en todo momento, hacer cumplir nuestra misión y ser la cara de la empresa ante el cliente que solicita los servicios por vía telefónica.

**Funciones:** Responder todas las llamadas posibles, ofrecer la información que necesitan los clientes, anotar las informaciones que ofrezcan los clientes, tomar sus apuntes o necesidades y saber manejar por la vía telefónica.

Responsabilidades; Tener buen manejo de personal, ser pacífico y honesto, ser una persona confiable y debe ser buen oyente.

**Responsabilidades: Compromisos que deben asumirse en el puesto.**

1. Manejo profesional
2. Paciencia
3. Honestidad
4. Confiabilidad
5. Ser buen oyente

**Competencias cognitivas:** Preferiblemente ser capacitado en el área de negocios, saber solucionar problemas, ser una persona creativa y saber liderar.

Competencias actitudinales; Ser adaptable, empático, tener buena comunicación, saber persuadir cuando sea necesario y saber trabajar en equipo.

**Competencias Cognitivas:**

1. Profesional en el área de Negocios
2. Solución de problemas
3. Conocimiento de paquete Office
4. Comunicación efectiva
5. Liderazgo y gestión de equipo



**Competencias procedimentales:** Tener siempre respuestas rápidas, saber resolver inconvenientes, debe ser una persona segura de sí misma, ser optimista y trabajar en colaboración con los demás.

Requerimientos especiales; Puede ser de cualquier género, tener experiencia en el área, buena apariencia personal y buenas condiciones físicas.

**Competencias Procedimentales**

1. Rapidez y destrezas para trabajar con clientes
2. Resolución de problemas
3. Liderazgo
4. Capacidad para trabajar bajo presión
5. Creatividad

**Requerimientos Especiales**

1. Género indistinto
2. Mínimo 3 años
3. Para trabajar sentado 8 horas
4. Trabajo bajo presión
5. Capacidad persuadir

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

Este perfil tiene como:

**Objetivo:** Saber saciar todas las necesidades de nuestros consumidores por medio de la modalidad virtual, para poder fidelizar a los mismos y crear una relación entre empresa-consumidor.

**Funciones:** Disponer de buenas habilidades en cuanto a la comunicación se trate, buen manejo de la tecnología, saber monitorear los resultados al realizar alguna encuesta sobre los servicios impartidos de la empresa, estar al tanto de los errores cometidos por parte de los colaboradores de la empresa y depender de una buena comunicación.

#### **Funciones Procesos claves que se manejan en el puesto.**

1. Tener buenas habilidades en cuanto a la comunicación se trate.
2. Manejo de la tecnología y recursos digitales.
3. Monitoreo de encuestas, para saber la satisfacción que tienen los consumidores a lo relacionado con nuestros servicios.
4. Ser responsable a los errores que tienden a cometerse.
5. Buena comunicación entre los colaboradores y clientes.

**Responsabilidades:** Dar asistencia a los consumidores por medio de los distintos medios virtuales tales como: Correo electrónico, Facebook, Messenger, Twitter, LinkedIn, WhatsApp e Instagram, realizar un reporte escrito diariamente de la cantidad de consumidores a los que dicho asistente le da apoyo o respuesta, determinar cuáles son las mayores inquietudes de los consumidores y mantenerlas en una base de datos e información sobre las fechas con las que se realizaran dichos eventos o fechas límites sobre algún proceso.

#### **Responsabilidades Compromisos que deben asumirse en el puesto:**

1. Asistir a los consumidores por medio de los distintos medios virtuales tales como: Correo electrónico, Facebook, Messenger, Twitter, LinkedIn, WhatsApp, Instagram, entre otras.
2. Hacer un reporte escrito diariamente de la cantidad de consumidores a los que dicho asistente le da apoyo o respuesta.
3. Mantener información sobre las fechas con las que se realizaran dichos eventos o fechas límites sobre algún proceso.
4. Saber cuáles son las mayores inquietudes de los consumidores y mantenerlas en una base de datos.
5. Ser objetivo y directo con las respuestas que se vayan a ofrecer, debido a que una llamada o asistencia no debe tardar más de 3 minutos, dependiendo del grado de la información o procesos.

**Competencias cognitivas:** Estar preparado para vencer objeciones y tratar de convencer a los consumidores por medio de lo que se conoce como ventas cruzadas, utilizar el arte de la presunción con los consumidores, mantener la calma cuando un consumidor escribe o llama enojado molesto, ser habilidoso en cuando el asistente se someta a presión laboral. Competencias actitudinales; Fomentar un excelente ambiente de labor, ser empático con los demás compañeros de trabajo, proyección de una buena marcha personal, tener un buen desempeño laboral y mantener la calma cuando surjan momentos de tensión.

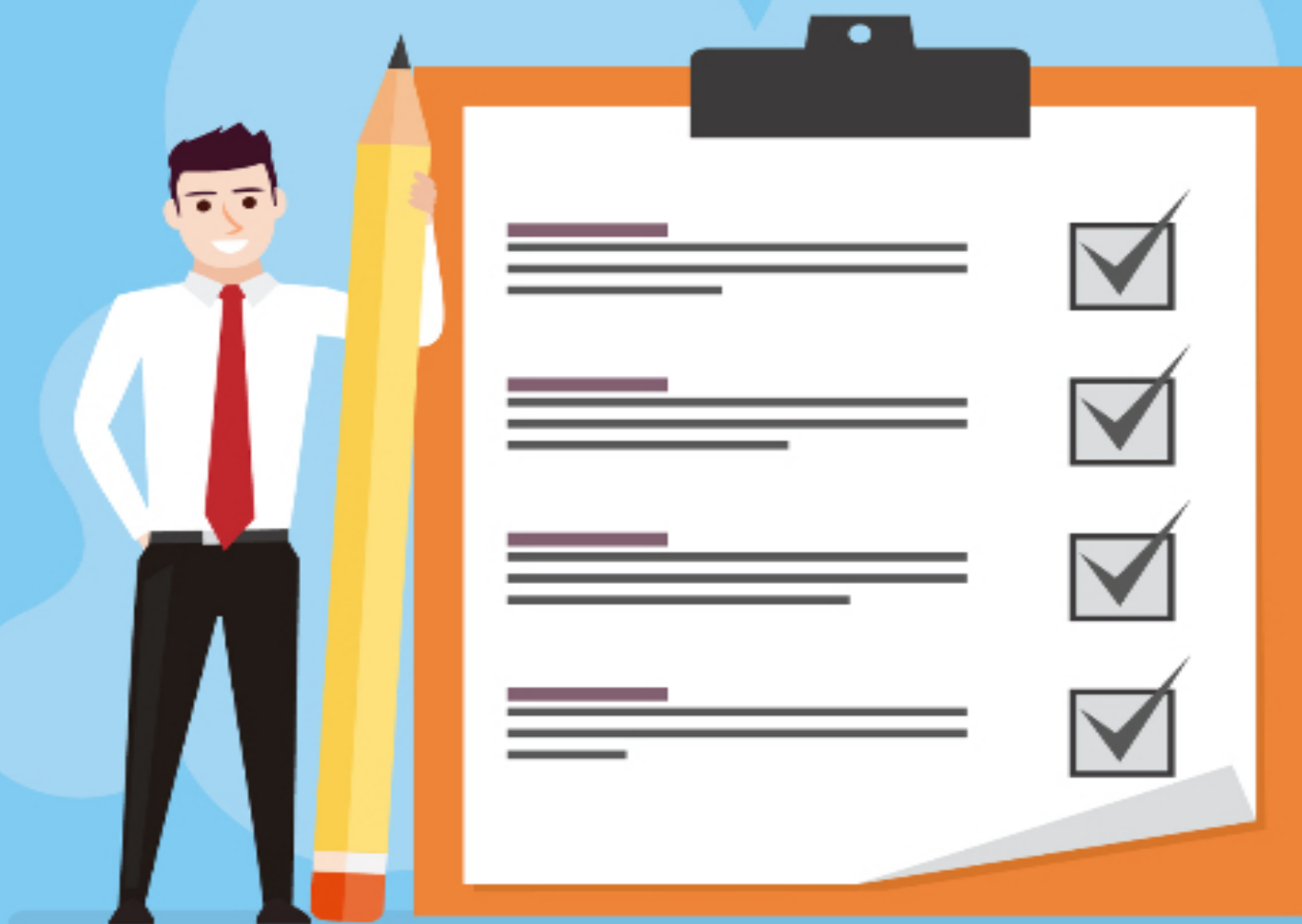
### Competencias Cognitivas que debe poseer el proveedor de servicio modalidad virtual

1. Saber vencer objeciones y tratar de convencer a los consumidores por medio de lo que se conoce como ventas cruzadas.
2. Tratar de persuadir a los consumidores por medios de sus inquietudes.
3. Que mantenga la calma cuando un consumidor escribe o llama enojado.
4. Ser habilidoso en cuando el asistente se someta a presión laboral.
5. Buen manejo del paquete de office

**Competencias procedimentales:** Ofrecer respuestas rápidas y objetivas a los consumidores, administrar el tiempo de la mejor manera posible, saber orientar a los consumidores cuando estos pidan una explicación u orientación sobre algo, estar informados con las últimas políticas y/o novedades que se tomen en la empresa y hacer buen uso y manejo de los distintos procesos empresariales. Requerimientos especiales; Buen historial laboral, que sea una persona que refleje buena actitud, que vea su lugar de trabajo un lugar de confort y saber maneja el paquete de office.

### Competencias Procedimentales

1. Tratar de dar una rápida respuesta, esto a su vez tiene un buen efecto ante los consumidores y mayor rendimiento en el ámbito laboral.
2. Saber optimizar el tiempo y los recursos con los cuales trabaja.
3. Saber guiar a los consumidores para que por ellos mismos aprendan a cómo solucionar las mismas, siempre y cuando estos puedan hacerlo.
4. Adaptarse y mantenerse informado de cómo, cuándo y en qué momento hacer las cosas.
5. Un buen manejo de los procesos.



#### SECCIÓN 4: PROTOCOLOS DEL SERVICIO Y ATENCIÓN AL CLIENTE EMPRESARIAL

- **Conceptualización de protocolo de servicio y atención al cliente.**
- **Protocolo de servicio y atención al cliente modalidad presencial.**
- **Protocolo de servicio y atención al cliente modalidad telefónica.**
- **Protocolo de servicio y atención al cliente modalidad virtual.**

## SECCIÓN 4: PROTOCOLOS DEL SERVICIO Y ATENCIÓN AL CLIENTE EMPRESARIAL.

### 4.1 Conceptualización de protocolo de servicio y atención al cliente

Podemos decir que un protocolo de servicios y atención al cliente, no son más que aquellas reglas o normativas que debe de seguir un colaborador a la hora de recibir a un determinado cliente. Sin importar la modalidad (presencial, virtual o telefónica), el colaborador debe de seguir el reglamento acordado por la empresa, institución o entidad a la hora de recibir o dar atención a un cliente o consumidor. Es más que una guía, pasos o facetas que deben de tener en cuenta aquellos colaboradores de una determinada empresa a la hora en que un cliente o consumidor acuda o se dirija hacia alguno de ellos. La creación de un protocolo sin importar si va destinado hacia el servicio y atención al cliente o no, debe de ser redactado de manera física (papel) o digital, y, sobre todo, estar al alcance de todos aquellos colaboradores que tienen o pueden dar un servicio tanto de manera directa como de manera indirecta.

### Objetivo de un protocolo de servicio y la atención al cliente

En el caso del servicio y atención al cliente es que, se pueda forjar una misma y única forma en como ofrecer informaciones. De esta manera, cada uno de los colaboradores podrá brindar una información directa y objetiva. Y en caso de que el un colaborador no tenga alguna información que un cliente desee saber, este puede dirigirlo al lugar indicado.

### 4.2 Protocolo de servicio y atención al cliente modalidad presencial



En cada uno de los protocolos de servicios y atención al cliente, existen diversos factores los cuales se representan como: indicadores y observaciones, los cuáles veremos a continuación:

El primer indicador que veremos es el de "bienvenida y recepción del cliente": Para este indicador debemos de tomar en cuenta las siguientes observaciones:

1. Estar completamente uniformado dígase: ropa y zapatos limpios, cordón, portar carné debidamente colocados.
2. Saludar con una cálida sonrisa acompañada de una frase de acogida.
3. Invitarle a pasar y acomodarse en los inmuebles que estén disponibles.
4. Ofrece a los clientes ya sea café, agua, té o algún otro brindis.

El próximo indicador que veremos es el de "atención y sondeo del cliente": Este indicador tiene observaciones distintas al del indicador anterior, y esto lo 1.

1. Responderles preguntas con tacto y respeto, para que se sienta acogido por nuestra empresa.
2. Hacer les preguntas sobre cómo ha sido su experiencia con nuestros servicios.
3. Disponer de todos los conocimientos posibles a la hora de responder todas las dudas y/o preguntas que tengan nuestros visitantes.
4. Compartir ciertas actividades con nuestros visitantes.

El siguiente indicador que veremos es el del "gestión de servicios": Este indicador dispone de sus propias observaciones y también se distingue de los demás indicadores como podremos ver:

1. Invitarlo a que dé un recorrido por las instalaciones para que de esta manera pueda conocernos mejor.
2. Invitarlo a disgustar de los distintos productos que se encuentren en las distintas áreas por las que pase.
3. Tomar en cuentas las sugerencias y recomendaciones que suelen tener.

El último indicador que veremos es el de "despedida del cliente": Este cuenta con las siguientes observaciones:

1. Agradecerle con un gran gesto y cariño por haber visitarnos.
2. Mirarlos siempre a los ojos y ser amables.
3. Al realizarse algún regalo, ofrecernos para que se lo pruebe lo más pronto posible.
4. Despedirlo con un saludo de manos y siempre sonriente.

#### 4.3 Protocolo de servicio y atención al cliente modalidad telefónica.

El primer indicador que veremos es el de "bienvenida y recepción del cliente": Para este indicador debemos de tomar en cuenta las siguientes observaciones:

1. Mantener un tono de voz agradable, sin importar el estado de ánimo que tenga el cliente.
2. Ser respetuoso y darles las respuestas a sus inquietudes.
3. Al tomar la llamada debemos mencionar nuestro nombre, y si el cliente lo permite, preguntar por su nombre también.

El próximo indicador que veremos es el de “**atención y sondeo del cliente**”: Este indicador tiene observaciones distintas al del indicador anterior, y esto lo podemos notar viendo las siguientes observaciones:

1. Agradecerle por las opiniones que tenga sobre nuestros servicios.
2. Hacerles preguntas de interés personal a nuestros clientes.
3. Invitarlos a que por medio de videos puedan solucionar sus dificultades por ellos mismos.

El siguiente indicador que veremos es el del “**gestión de servicios**”: Este indicador dispone de sus propias observaciones y también se distingue de los demás indicadores como podremos ver:

1. Con gran paciencia, decirles que pueden ver ciertos videos para que puedan ver como son los trabajos que solemos realizar.
2. Darles seguimiento a la hora en que pidan cierta cotización o algún otro documento que sea de sus intereses.

El último indicador que veremos es el de “**despedida del cliente**”: Este cuenta con las siguientes observaciones:

1. Con voz sumisa, agradecerle por haber llamado y disipar las dudas e inquietudes de estos.
2. Ponernos a las órdenes para cualquier duda.
3. Demostrarle que nuestras intenciones son siempre ayudar a nuestros clientes.
4. Desearles feliz resto del día.

#### 4.4 Protocolo de servicio y atención al cliente modalidad virtual



El primer indicador que veremos es el de “**bienvenida y recepción del cliente**”: Para este indicador debemos de tomar en cuenta las siguientes observaciones:

1. Dar una acogedora bienvenida con una agradable sonrisa.
2. En caso de que la asistencia sea por video llamada, el colaborador debe de tener su uniforme completo, arreglado y con todos los accesorios de este, para proyectar buena imagen.
3. Debe de buscar un fondo o un lugar que no distraiga al cliente.



4. Usar un tono de voz que no sea ni muy alto, ni tampoco muy bajo, para que todas las informaciones sean captadas por el o los clientes.

El próximo indicador que veremos es el de "atención y sondeo del cliente": Este indicador tiene observaciones distintas al del indicador anterior, y esto lo podemos notar viendo las siguientes observaciones:

1. Demostrar el interés por clientes, en cómo piensan, y en como pueda haber mejorías.
2. Ayudar a los mismos a poder comprender los beneficios que tienen al pertenecer a nuestra empresa.
3. Siempre utilizar gestos y ademanes correctos, para reflejar confianza y convencimiento sobre el tema

El siguiente indicador que veremos es el del "gestión de servicios": Este indicador dispone de sus propias observaciones y también se distingue de los demás indicadores como podremos ver:

1. Grabar un video de nuestras instalaciones, y mostrárselos a nuestros consumidores. Al mismo tiempo, que el colaborador presente el video, también vaya hablando sobre el mismo.
2. Estar en un lugar tranquilo donde exista el menor ruido posible.
3. Mostrar vía pantalla las recomendaciones y las mejoras que se han hecho por parte de los clientes, y de ser posible, poner sus nombres al lado de las idas que ellos dan

El último indicador que veremos es el de "despedida del cliente": Este cuenta con las

siguientes observaciones:

1. Mostrar un video en el que muestre la satisfacción de nuestros clientes y empleados.
2. Concluir con palabras sabias y animadoras, y sobre todo agradecer.





## SECCIÓN 5: POLÍTICAS Y ESTRATEGIAS CLAVES EN EL SERVICIO Y ATENCIÓN AL CLIENTE EMPRESARIAL

- Conceptualización política y estrategias claves en el servicio y atención al cliente.
- Políticas y estrategias claves en el servicio y atención al cliente modalidad presencial.
- Políticas y estrategias claves en el servicio y atención al cliente modalidad telefónica.
- Políticas y estrategias claves en el servicio y atención al cliente modalidad virtual.

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

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

Podemos definir que las políticas y estrategias en el servicio y atención al cliente, son aquellos parámetro o directrices que deben de seguir los colaboradores o empleados en distintos escenarios dentro de una determinada empresa. Las políticas y estrategias en el servicio y atención al cliente sirven para que los colaboradores de una empresa puedan vencer objeciones, mantener convencidos a los clientes, y fidelizar a los mismos a la hora de ofrecerles asistencias.

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

#### Características del servicio al cliente presencial

- Es directo
- Mayor facilidad de abordar al cliente
- Aspectos externos visibles para el cliente que permitan ver las cualidades que tiene el servicio.

#### Ventajas

- La comunicación con el cliente es cara a cara
- Se puede satisfacer la expectativa del cliente, mediante otros factores físicos ambientales que pueden cooperar en la entrega del servicio
- Mejor comunicación
- Contacto Visual

#### Desventajas

- Puede ser extenso
- El cliente tiene que trasladarse a un local
- Mayor consumo de tiempo

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

#### Características

- La comunicación sincrónica
- Serenidad
- La empatía

#### Ventajas

- Fácil acceso para el cliente



- No requiere traslado a oficina
- El servicio se brinda de una manera más rápida
  
- No requiere de citas previas

### Desventajas

- Se requiere de mayor grado en la capacidad de comunicación
- No todo el mundo tiene la capacidad para escuchar y hacer pausas, así que esto puede ser un problema en el servicio telefónico
- Tiempo en espera en línea puede ser molesto para algunos así que esta modalidad posee esta desventaja.

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

### Características

- Fácil acceso
- Da una solución rápida a los problemas
- Comunicación bidireccional

### Ventajas

- Se puede dar desde cualquier lugar que se encuentre el cliente
- Permite explicaciones con más detalle y personalizadas
- Es flexible para el cliente

### Desventajas

- En ocasiones Genera malentendidos al cliente
- No es un buen canal para dar primera impresión
- Se requiere de un buen grado de comunicación escrita
- Carlos con descuentos dependiendo de la magnitud del trabajo.

## Conclusiones



Este manual de servicios y atención al cliente está diseñado para la empresa Chavinza Industrial, la empresa se encuentra en una fase de desarrollo y crecimiento, por tanto, está en constante encuentro con episodio de grandes retos para la entrega de un servicio y a atención

al cliente altamente posible, se espera que las grandes fortalezas que tiene esta empresa sirvan como ejemplo para la mejora continua de sus debilidades. Consciente que los resultados de brindar un servicio con excelencia es un trabajo arduo, que enmarca una serie de complementos para que este sea de satisfacción para la cartelera de clientes, esto precisamente harán de esta empresa una empresa grande en los próximos años, ya que, el buen servicio y atención al cliente es la clave para el crecimiento de cualquier negocio.



Se espera que este documento sirva de mucho a la hora de educar a las personas que colaboran con la empresa, usando este manual como referencia para brindar un servicio y atención al cliente óptimo. Este manual de servicios y atención al cliente ha sido diseñado para dar a conocer todo lo referente de brindar un servicio en la atención al cliente con excito y que satisfaga las necesidades de los clientes todo lo referente de brindar un servicio en la atención al cliente con excito y que satisfaga las necesidades de los clientes.



### **Cristhian Leonardo García Lora**

Nací el 5 de diciembre del año 1995 en la ciudad de Santiago de los Caballeros, República Dominicana. Soy el segundo hermano, de tres que somos. Al igual que todo sueño de un padre, deseaban un barón y aquí estoy.

Tuve una infancia como todos los niños. A la edad de 5 años mis padres me inscribieron a una escuela de béisbol donde allí pase 10 años de mi vida. Cuando cumplí 17 años salí de la secundaria y me inscribí en INFOTEP donde estude Técnico en electricidad y me he dedicado a ellos hasta la fecha. Siempre he sido un estudiante promedio, nunca me he destacado tanto, porque no es lo mío, más bien, me gusta entender mis quehaceres y comprender lo más que pueda de cómo se hacen las cosas, en vez de preocuparme por sacar excelentes calificaciones.

Con cada día que pasa me preocupo por hacer las cosas bien y de estar siempre aprendiendo. No siempre estoy conectado en mis redes sociales porque soy de las personas que considera que las redes sociales solamente son para un momento, debido a que te roban mucho tiempo y te hacen perder tiempo muy valioso, y como todos sabemos el tiempo se va y no vuelve. Por eso trato de mantener la tecnología en su debido lugar. Me gusta siempre estar informado sobre las últimas tendencias mundiales, me gustan los videos de podcast, mesas de debates y leer muchos libros de manera física.

Algo que me gustaría en un futuro es poder ser docente para que más personas puedan descubrir lo bonita que es el área de Mercadeo y tratar de que cambien las expectativas que tienen las personas de los mercadólogos, ya que consideran que solo sabemos vender. Y la mercadotecnia va mucho más que eso.

Actualmente tengo 27 años y gracias a Dios tengo un amplio conocimiento en diversas áreas, sobre todo en las construcciones y la más reciente que es sobre la mercadotecnia.

Ya para finalizar, pienso seguir fumándome en el área de negocios y tal y como mencioné anteriormente, para hacer que las personas puedan entender y adquirir una percepción más amplia sobre lo que es el Mercadeo.



### **Digna García Aquino**

Una mujer emprendedora, soñadora, madre de Sherlina y Adrian Marcos. Nacida en un hogar grande el 18 de julio de 1983 al sur de la República Dominicana. Desde niña ver a mi madre ser emprendedora luchar y trabajar para sacar sus hijos a delante. La vi ser una economista, vendedora, publicista y sobre todo una gran Administradora de los recursos que contaba para echar adelante su emprendimiento. Algo que me motivó de ella mi madre, es que nunca se daba por vencida, una palabra clave que ella nunca la había estudiado en ningún libro porque todo lo anterior lo tuvo de manera natural, fue la palabra “persistencia”. Tuve estudios técnicos que incluye Visitador a médico profesional, vendedor profesional y cajero bancario.

Una experiencia vivida de niña me hizo descubrir que yo amaba los negocios y que administrar los recursos para que el negocio crezca era mi pasión. A la edad de 11 años un verano específicamente, yo pedía a mi madre útiles escolares y demás muy particulares de una niña de 11 años, ella tuvo una idea y fue usar el dinero que yo tenía en ese entonces que fueron unos RD20.00 para la compra de materia prima para fabricar helados y que estos helados fueran vendidos por mí en la feria de verano de mi comunidad, una niña de once años le pareció ir acompañada de su padre muy emocionada a vender los helados a la feria de verano de mi escuela y poder general ingresos con mi pequeño capital.

Otros de mis compañeros hacían lo mismo que yo, ellos vendían helados, entonces esa niña de 11 años se preguntó, ¿cómo hago yo para que me compren mis helados todos nosotros vendemos helados? ¿Pues surgió una gran idea y fue poner un helado de cada sabor en la tapa de mi termo y todos puedan ver que yo estoy vendiendo helados. Después de esa idea como una hora pasó para yo vender mis helados. Ahí supe que sería buena opción estudiar sobre negocios, es de ahí que a finales del 2018 decidí ingresar a estudiar la carrera de Administración de empresas en la universidad abierta para adultos (UAPA) y hoy poder obtener mi título en Administración de empresas.

## DESCRIPCION DEL PROYECTO DE INTERVENSION DE CFG UAPA

El presente proyecto se ha realizado para una empresa de servicios la cual tiene como nombre "Chavinza Industrial". Chavinza Industrial es una empresa de servicios a la que puedes acudir a la hora de mejorar, modificar o innovar tu espacio ya sea laboral u hogareño. Dicha empresa está localizada en Hato Mayor, Santiago, República Dominicana.

Este proyecto ha sido creado para que la empresa Chavinza Industrial pueda tener u optimizar sus servicios y atención a los clientes. Por tal razón, es que hemos dedicado tanto tiempo y esfuerzo para que dicha empresa pueda hacer las mejoras que sean necesarias y de esta manera fidelizar a los mismos.

Como podemos apreciar en el presente proyecto, hemos implementado mejoras, estrategias, señalizaciones, sugerencias y apoyo en las distintas modalidades en la que opera Chavinza Industrial. Si notamos hemos una recopilación de todas las tareas que hemos realizado desde el inicio de este diplomado. Con cada semana que pasaba, íbamos incrementando nuestros conocimientos y a su vez conociendo más profundamente la empresa que habíamos escogido. Ya a esta altura de juego solo tuvimos que hacer las modificaciones, ediciones y recopilaciones necesarias para darle forma a este magnífico manual de servicio y atención al cliente.

Para finalizar, aunque este manual de servicios y atención al cliente fue creado para la empresa Chavinza Industrial, también puede ser útil para otras empresas que se dediquen a brindar servicios y atención a sus clientes de manera directa. Por lo que, pueden tomar este manual como referencias para realizar las modificaciones que deseen hacer en sus respectivas empresas, industrias, instituciones o alguna otra entidad del área de servicios.