

 **AvalTotal**
Garantías para alquilar

 **CONSULTORA
COMERCIAL**


Calidad



Momento de la Verdad

Es aquel en el que el cliente entra en contacto con la empresa en forma personal, telefónica, mail o por correspondencia, y percibe la calidad del servicio.



Momento de la Verdad

Todos los momentos de la verdad que experimenta el cliente, forman un **“ciclo de servicio”** .



Calidad de servicio

Es superar las expectativas de cada cliente en cada situación específica de servicio.

Es ajustarse a las especificaciones del cliente y no especificaciones generales



Expectativas de los clientes

Las expectativas son las "esperanzas" que los clientes tienen por conseguir algo, y se producen por el efecto de una o más de éstas cuatro situaciones.

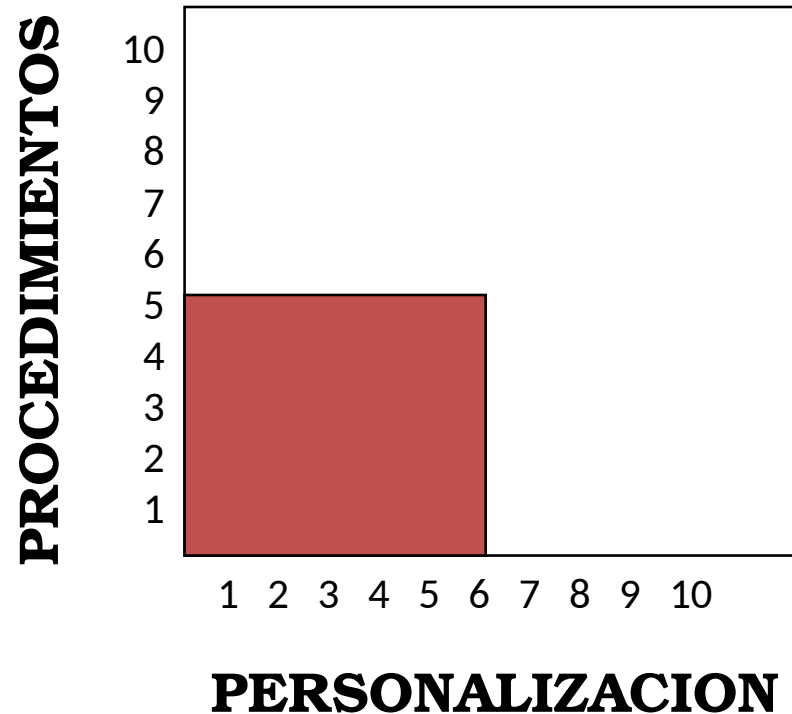
1. Promesas que hace la misma empresa acerca de los beneficios que brinda el producto o servicio.
2. Experiencias anteriores.
3. Opiniones de amistades, familiares, conocidos y líderes de opinión.
4. Promesas que ofrecen los competidores.

Expectativas de los clientes

- Ausencia de problemas.
- Servicio en el momento justo.
- Servicio competente.
- **Calidad y calidez en el contacto.**

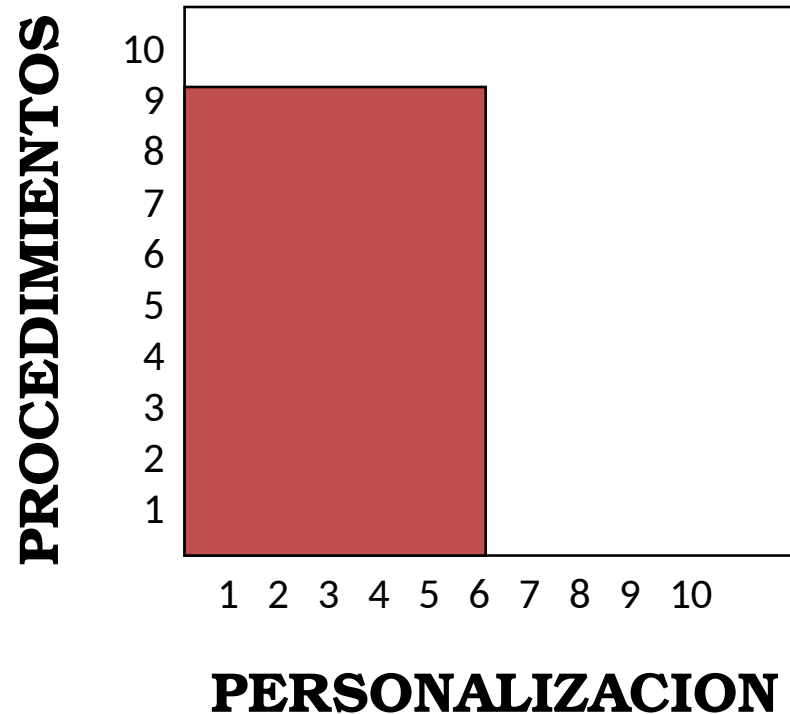


La percepción del cliente



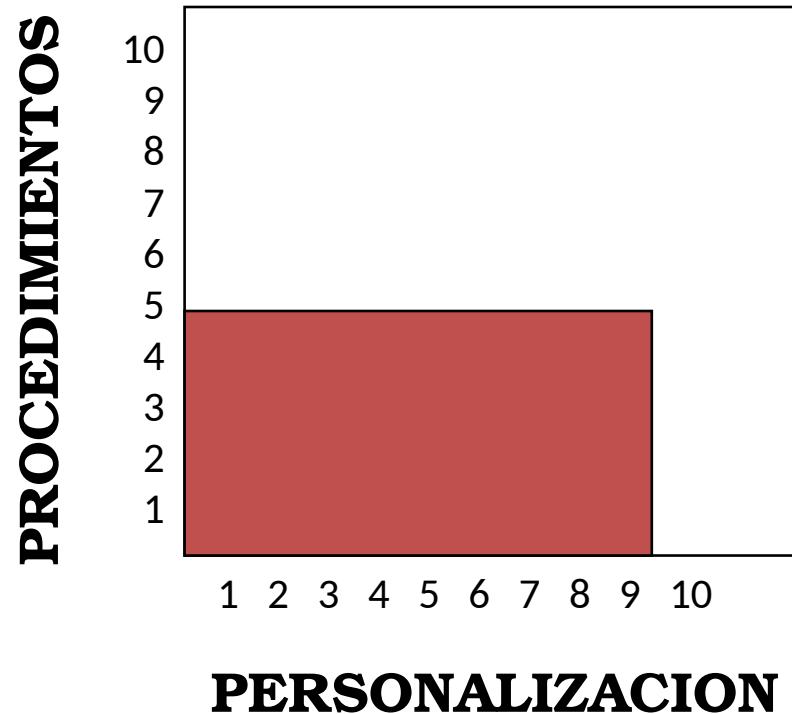
“USTED NO NOS IMPORTA”

La percepción del cliente



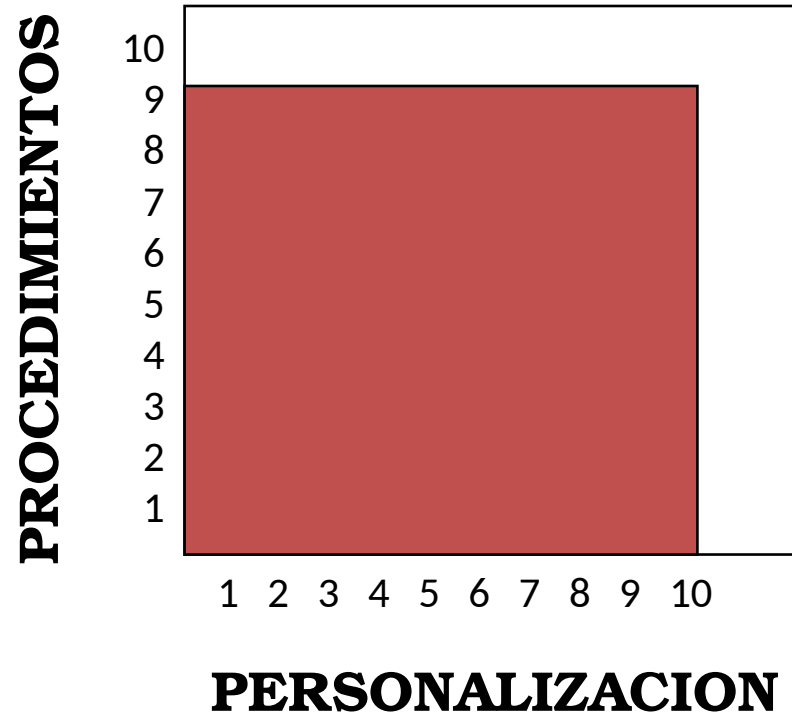
“USTED ES UN NUMERO”

La percepción del cliente



“HACEMOS LO QUE PODEMOS”

La percepción del cliente



“USTED NOS INTERESA”

Cuando hay calidad ...

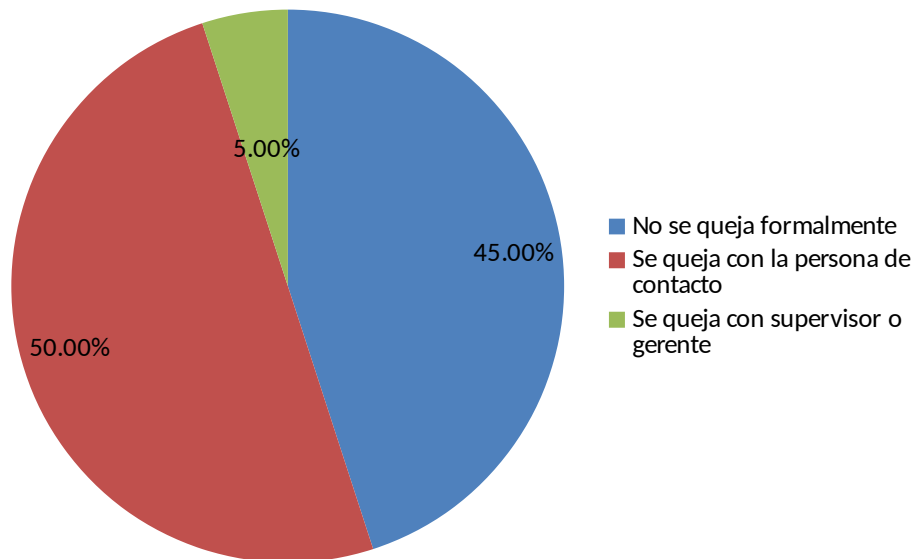
- ✓ *Menos errores.*
- ✓ *Menos trabajo repetido.*
- ✓ *Menos demoras.*
- ✓ *Mejor uso del tiempo.*
- ✓ *Menores costos.*
- ✓ *Fidelidad de los clientes.*
- ✓ *Mayor productividad.*
- ✓ *Mejor participación de mercado.*
- ✓ *Mayor satisfacción laboral.*

Efectos de una mala calidad

- ✓ *Malestar de los clientes.*
- ✓ *Negocios y clientes perdidos.*
- ✓ *Errores de precio / facturación.*
- ✓ *Horas extras no programadas.*
- ✓ *Tiempo para dar explicaciones a los clientes.*
- ✓ *Pérdida de rendimiento.*
- ✓ *Trabajo rehecho.*
- ✓ *Rotación laboral.*
- ✓ *Multas, penalizaciones, demandas judiciales.*

Cuando no hay calidad de atención

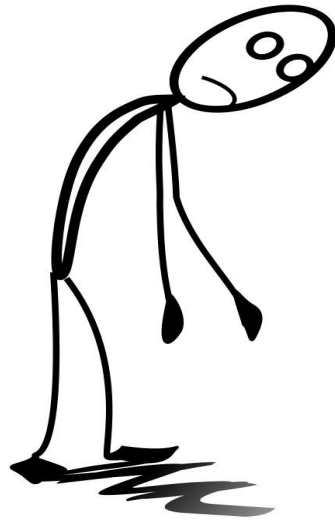
- El 45 % no se queja formalmente.
- El 50 % se queja al personal de contacto.
- El 5 % se queja a la gerencia.



*La mitad de
nuestros
clientes no se
quejan...solo
NO REGRESAN!*

¿Por qué no se quejan los clientes?

1. Creen que la queja de nada servirá.
2. Quejarse es difícil.
3. La gente se siente incómoda en ese papel.
4. Es más fácil cambiar por otra alternativa.



Personas que actúan con calidad

- Son flexibles
- Son tolerantes
- Saben comunicarse
- Inspiran confianza
- Tienen espíritu de servicio
- Tienen estabilidad emocional
- Trabajan en equipo
- Tienen actitud positiva
- No prejuzgan

Calidad vs. Tiempo



Procedimiento para establecer prioridades

Fije sus objetivos para el periodo considerado

- Formule objetivos verificables

Haga una lista de actividades a prever

- Haga una lista exhaustiva

Determine el grado de prioridades de cada actividad

- Determine las prioridades de grado 1,2,3

Urgente Vs. importante

Matriz de 4 VARIABLES

	URGENTE	NO URGENTE
IMPORTANTE	HACER YA	PLANIFICAR Y HACER
NO IMPORTANTE	DELEGAR	DEJARLO DE MOMENTO

Para terminar

- Los clientes de hoy, saben mas y exigen mas.
- Cada vez es mas difícil diferenciarse de la competencia.
- Cada momento de la verdad , define a nuestro servicio.
- La calidad de servicio consiste en superar las expectativas del cliente.
- Nuestras promesas y las del mercado definen las expectativas de los clientes.
- El cliente no se queja, NO VUELVE.
- La ausencia de calidad perjudica a la empresa (sube costos, genera retrasos, etc.).

Conclusión

La calidad en el servicio nos diferencia de la competencia, nos otorga publicidad positiva, baja costos, mejora el entorno laboral y practicarla es totalmente gratis.



**Si nada más lo
ayuda, recuerde
que se le paga
por sonreír!!**

*Walt
Disney*

i Gracias!

