



FACULTAD DE INGENIERÍA UNAM
DIVISIÓN DE EDUCACIÓN CONTINUA

CURSOS INSTITUCIONALES

ATENCIÓN AL PÚBLICO

Del 09 al 13 de Abril de 2007

APUNTES GENERALES

CI-007

Instructora: Lic. María de los Ángeles Solís Flores
SERVICIOS DE SALUD PÚBLICA DEL GOBIERNO DISTRITO FEDERAL
ABRIL DE 2007

ATENCIÓN AL PÚBLICO

Un cliente es un ser humano. Viene en todos los tamaños y colores. Un cliente es un niño que pide ayuda para alcanzar un juguete que está muy alto. Un cliente es un anciano que se ha extraviado en el laberinto de los corredores de un hospital. Un cliente es una mujer que no habla bien el idioma y que está tratando de hacer entender sus necesidades en la mejor forma posible. Un cliente es un compañero de trabajo que nos pide ayuda para poder atender al público que está pagando. El contribuyente, el paciente, el parroquiano, el socio, todos son sinónimos del activo más valioso que tiene un negocio: el cliente que llega y paga dinero por el servicio o producto. ¿Quién es un cliente? Un cliente es la razón de existir de nuestra organización.

- **Hay que meterse en la cabeza del cliente y ver la organización como él la ve, no como nosotros la vemos o como imaginamos que es.**
- **Haz a los demás lo que quieres que hagan contigo.**
 - **Si queremos crear una organización orientada al servicio, tenemos que llegar a ser expertos en clientes.**

- lento
- poco coherente
- desorganizado
- caótico
- inconveniente

PROCEDIMIENTOS

ATENCIÓN AL PÚBLICO

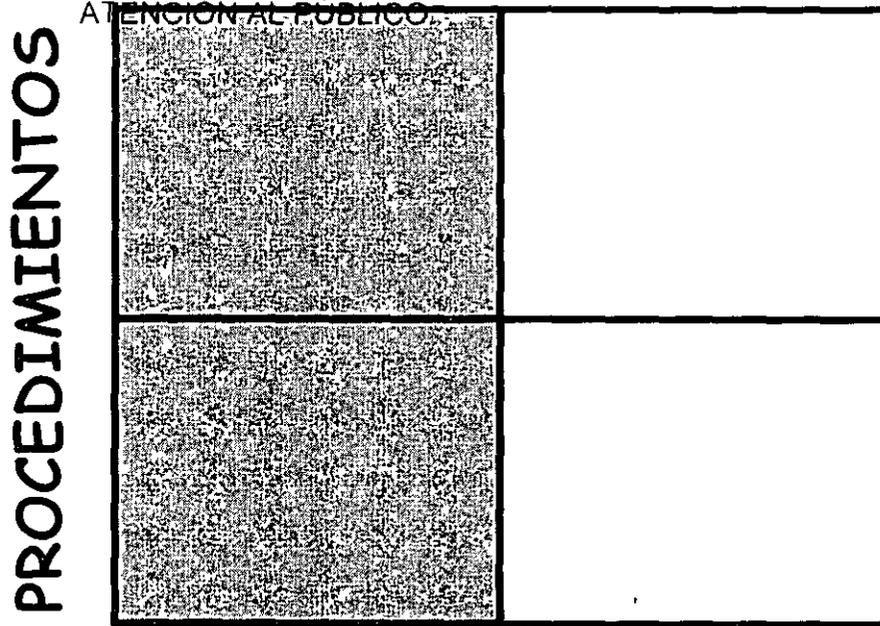
PERSONAL

- insensible
- frío o impersonal
- apático
- distante
- sin interés

EL CONGELADOR

MENSAJE: "No nos importa"

- puntual
- eficiente
- uniforme



LA FÁBRICA

MENSAJE: "Usted en un número. Nosotros estamos aquí para procesarlo"

PERSONAL

- insensible
- frío o impersonal
- apático
- distante
- sin interés

ATENCIÓN AL PÚBLICO

- lento
- poco coherente
- desorganizado
- caótico
- inconveniente

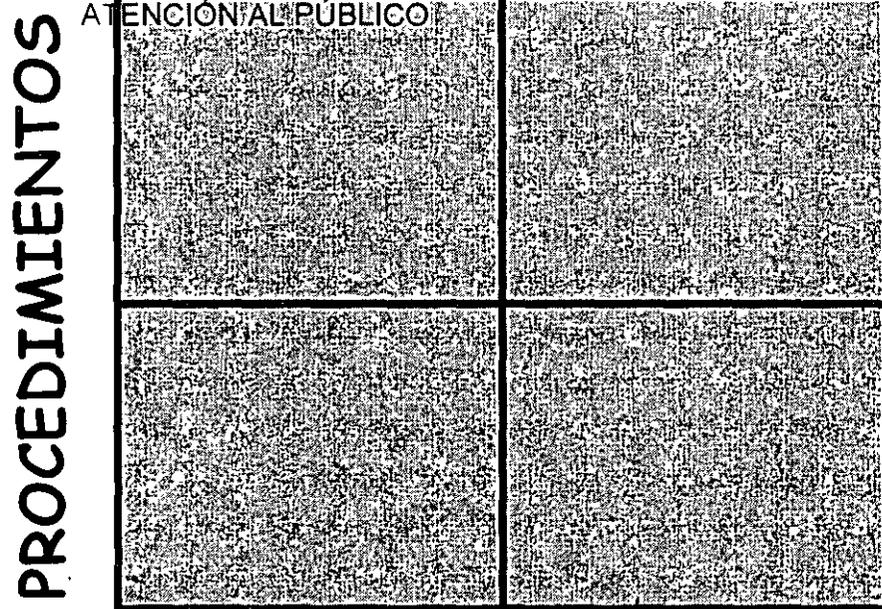
PROCEDIMIENTOS

EL ZOOLOGICO AMISTOSO

PERSONAL

- amistoso
- personal
- con tacto
- con interés

- puntual
- eficiente
- uniforme



PERSONAL

- amistoso
- personal
- con tacto
- con interés

CALIDAD EN EL SERVICIO AL CLIENTE

MENSAJE: "Usted nos interesa y le cumplimos"

Momentos de verdad

Un episodio en el cual el cliente entra en contacto con cualquier aspecto de la organización y tiene una impresión sobre la calidad de su servicio.

ATENCIÓN AL PÚBLICO

El ciclo del servicio

- Un ciclo del servicio es un mapa de los momentos de verdad, a medida que los experimentan los clientes.
- Nos permite mirar a través de los ojos de los clientes y ver el negocio desde el punto de vista de ellos.

Los diez mandamientos de la gestión de empresas de servicios: el establecimiento

1. Deberás de hacer transparentes todas las fases del proceso.
2. Deberás cuidar todo indicador y hacer desaparecer aquellos que desmerezcan al establecimiento.
3. Deberás respetar el horario de trabajo y mantener el establecimiento abierto al público por lo menos el horario habitual, sino más horas.

Los diez mandamientos de la gestión de empresas de servicios: el cliente

4. Habrás de respetar la "intimidad" de tu cliente.
5. Deberás respetar y hacer respetar la "ley de la cola" en las esperas de los clientes.
6. Habrás de reconocer que no todos tus clientes han sido creados iguales.

Los diez mandamientos de la gestión de empresas de servicios: el empleado

7. Deberás creer que la única razón por la cual vale la pena tener al cliente en el establecimiento, es para venderle nuevos servicios.
8. Deberás dividir a tus empleados en "gente de gente" y "gente de papel" y asignarles trabajos en consonancia.

Los diez mandamientos de la gestión de empresas de servicios: el empleado

9. Deberás de prohibir que los empleados tomen descansos, coman bocadillos mastodónticos o hablen por teléfono con la novia(o) en presencia de clientes.
10. Habrás de emplear a tu mejor gente en el frente de batalla: en contacto con tus clientes.

DIMENSIONES TOTALES DEL FUNCIONAMIENTO DEL SERVICIO

- LOS TANGIBLES
- LA FIABILIDAD
- LA RESPONSABILIDAD
- LA SEGURIDAD
- LA EMPATÍA

DIMENSIONES TOTALES DEL FUNCIONAMIENTO DEL SERVICIO

➤ **LOS TANGIBLES:** son la parte visible de la oferta de servicio (instalaciones, equipos y apariencia del personal) que dan indicación de la naturaleza del servicio mismo.

➤ **LA FIABILIDAD:** implica la realización del servicio prometido con formalidad y exactitud, o sea, mantener la promesa de servicio.

DIMENSIONES TOTALES DEL FUNCIONAMIENTO DEL SERVICIO

- **LA RESPONSABILIDAD:** es estar listo para servir, es el deseo de servir a los clientes pronta y eficazmente, implica hacer patente al cliente que sus negocios se aprecian y quieren.

- **LA SEGURIDAD:** se refiere a la competencia y cortesía del personal de servicio que infunde confianza en el cliente; es el resultado de poner a la gente adecuada en el ambiente adecuado.

DIMENSIONES TOTALES DEL FUNCIONAMIENTO DEL SERVICIO

✓ **LA EMPATÍA:** es un compromiso con el cliente, es el deseo de comprender las necesidades precisas del cliente y encontrar la respuesta más adecuada. La empatía es un servicio esmerado, individualizado, que satisfaga necesidades.

Manejar efectivamente las quejas de los clientes

- Tan sólo 4 de cada 100 clientes descontentos se quejan.
- Cuando un cliente tiene un problema de servicio, lo comenta por lo menos con 9 ó 10 personas.
- Por cada queja recibida, la compañía tiene 25 clientes con problemas y por lo menos seis de ellos son problemas "serios".
- Si se maneja satisfactoriamente la queja de un cliente, hasta un 70% vuelve a solicitar servicios en la empresa. Si la queja también se resolvió muy rápido, el 95% regresará a hacer negocios.
- Los clientes cuyas quejas se resolvieron satisfactoriamente le hablarán hasta cinco personas más sobre el tratamiento positivo que recibieron.

MANEJO DE LAS QUEJAS

Acción inmediata que se requiere para pacificar al cliente y resolver o mitigar el asunto.

APROVECHEMOS LAS QUEJAS

- **Generalmente las consideramos como una cuestión personal y tratamos de probar que el quejoso está equivocado.**
- **Hacemos todo menos escuchar verdaderamente.**
- **El hábito de escuchar es un valiosa herramienta de trabajo.**
- **Escuche las quejas de sus clientes como una oportunidad de ayudar y los reclamos de sus colaboradores como un deseo de mejorar.**

LOS CLIENTES DISGUSTADOS NO VUELVEN

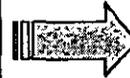
- ☹️ 1% muere
- ☹️ 3% cambia de residencia
- ☹️ 5% adquiere otros intereses
- ☹️ 9% por razones de competencia
- ☹️ 14% debido a insatisfacción con el producto
- ☹️ 68% porque alguien fue desatento, indiferente o descortés con ellos

MANEJO DE CONFLICTOS

actitud tradicional

Actitudes conflictivas del cliente

- molesto por el trato recibido
- molesto por el tiempo esperado
- exigente ya que está pagando por el servicio
- disgustado ya que no se le brinda información sobre el servicio



Actitudes tradicional del personal

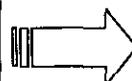
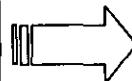
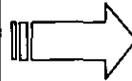
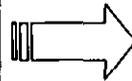
- cliente es delicado y se molesta por cualquier cosa
- el cliente es exagerado
- el cliente paga cualquier cosa
- los que debemos conocer cómo se hacen las cosas somos los funcionarios

MANEJO DE CONFLICTOS

el cliente como razón de ser de la organización

Actitudes conflictivas del paciente

- molesto por el trato recibido
- molesto por el tiempo esperado
- exigente ya que está pagando por el servicio
- disgustado ya que no se le brinda información sobre el servicio



Nueva Actitud del personal

- brindarle un trato cordial y agradable
- brindarle un ambiente agradable
- escuchar su opinión sobre el servicio que ha recibido
- informarle sobre las características del servicio

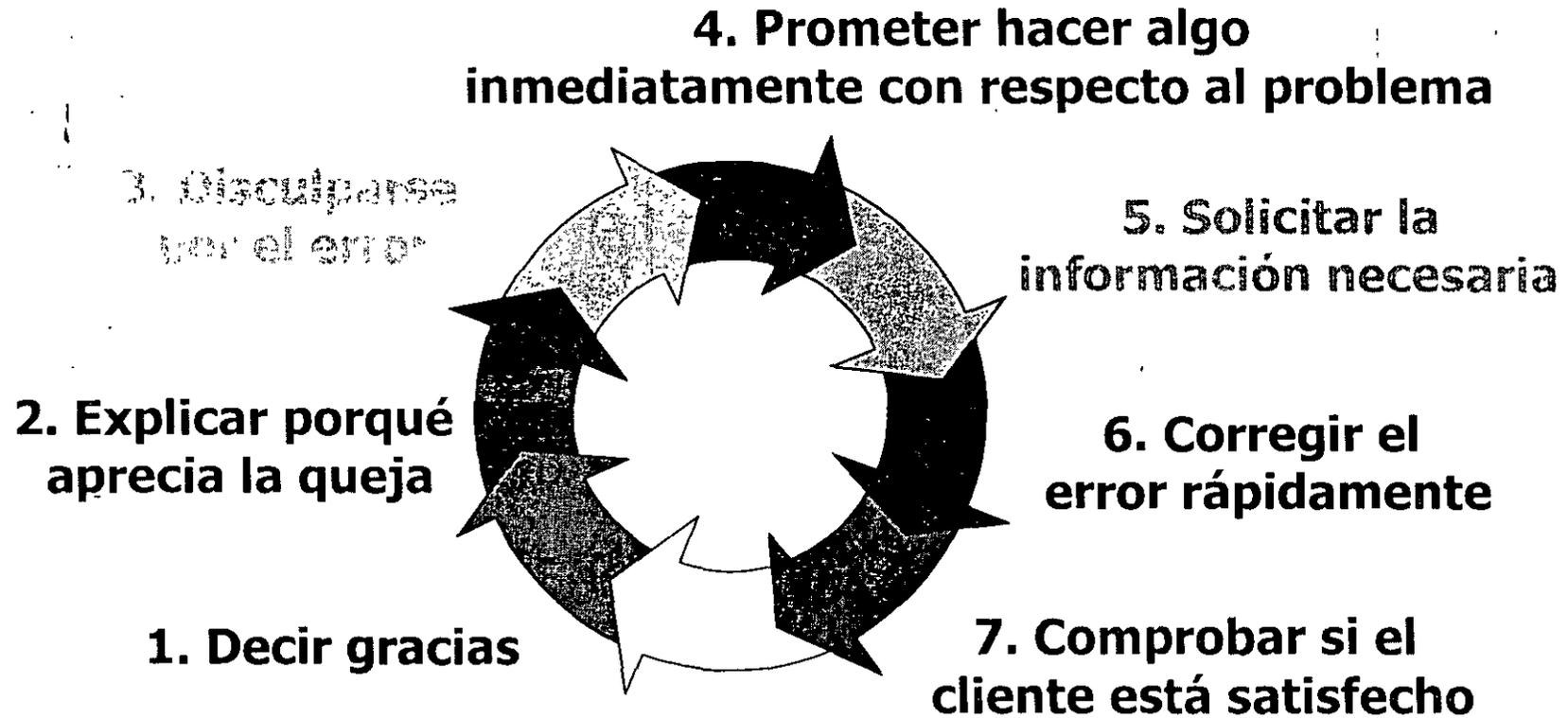
El cliente podría estar alterado porque:

- **Usted o alguna otra persona le prometió algo y no lo cumplió**
 - *la mayoría de nosotros nos disgustamos cuando una persona nos promete actuar y no lo hace, cumplamos lo que ofrecemos*
- **Usted o alguna otra persona fue indiferente, desatento o descortés con él**
 - *cuando nos dirijamos a clientes en conflicto debemos entender sus intereses y ponernos en los zapatos de él, para llegar a una negociación*

El cliente podría estar alterado porque:

- **No cree haber sido escuchado**
 - *las personas desean que se les escuche, no quieren tener que repetir lo que ya han dicho*
- **Se le dijo que no tiene derecho a estar encolerizado**
 - *todo el mundo tiene derecho a expresar sus emociones, no tiene impacto positivo deslegitimizarlo*
- **Le contestaron a la ligera o de manera insolente**
 - *los comentarios sarcásticos sólo sirven para intensificar la cólera*

La queja como un favor



ATENCIÓN AL PÚBLICO

PRINCIPIOS PARA CONVERTIR AL CLIENTE DÍFICIL EN SOCIO

- **Contención de la energía de la cólera**
- **Sintonizar con el cliente**
- **Valorar el lenguaje y el tiempo**
- **Formar asociaciones**
- **Personalizar**