

INSTITUTO DE PREVISIÓN SOCIAL DE LA FUERZA ARMADA



METODOLOGÍAS DE ATENCIÓN AL CLIENTE



GERENCIA DE PRESTACIONES

UNIDAD DE DESARROLLO ORGANIZACIONAL

2018





Contenido

I. OBJETIVOS	1
II. CONCEPTOS A CONSIDERAR	1
A. Elementos para brindar servicios con calidad	1
B. Lenguaje corporal	2
C. Movimiento corporal	3
D. Contacto visual	3
E. Tono de voz.....	3
F. La expresión debe reflejar	4
G. Gestos en el rostro	4
H. Presentación personal	5
I. Comunicación Verbal	5
III. ATENCIÓN TELEFÓNICA	6
IV. ATENCIÓN AL CLIENTE	7
V. MISCELÁNEOS.....	8
A. Disposiciones finales	8
B. Bitácora de cambios.....	9
C. Bitácora de actualización	10

I. OBJETIVOS

A. GENERAL

Dotar al personal del Departamento de Servicio al Cliente y a la Unidad de Negocios IPSFACRÉDITO, de herramientas que faciliten y mejoren la calidad en la atención de los clientes, a través de la estandarización de formas y comportamientos que refuercen nuevas conductas y destrezas en el trato al cliente.

B. ESPECÍFICOS

- Establecer para el personal del Departamento de Servicio al Cliente y a la Unidad de Negocios IPSFACRÉDITO una guía de comportamiento elemental y práctica de valores éticos y morales con nuestros clientes
- Inculcar en el personal del Departamento de Servicio al Cliente y a la Unidad de Negocios IPSFACRÉDITO el buen uso de las formas verbales y no verbales en la atención al cliente.

II. CONCEPTOS A CONSIDERAR

A. Elementos para brindar servicios con calidad

1. **Cultura del Servicio:** Es como debe comportarse y relacionarse con métodos orientados hacia la búsqueda de la excelencia en el servicio, colocando la satisfacción al cliente en primer lugar.
2. **Proactividad:** Asumir el pleno control de sus actos. Es la toma de iniciativa en el desarrollo de acciones creativas y audaces para generar mejoras.
3. **Seguridad:** Capacidad y deseo de actuar de manera adecuada en una determinada situación, con el fin de eliminar problemas.
4. **Credibilidad:** Confianza y seguridad de conocimientos que se demuestran ante el cliente y que incide en que este crea la información que se da.
5. **Comprensión del cliente:** Actitud que permita identificar qué desea, cuándo lo desea y cómo lo desea.

6. **Cortesía:** Demostración o acto con que se manifiesta la atención, respeto o afecto que tiene una persona a otra, amabilidad, educación, buenas maneras y un excelente trato. Comportamiento en el que hace uso de buenas costumbres y maneras ante el cliente.
7. **Profesionalismo:** Aquellas prácticas, comportamientos y actitudes que se rigen por las normas preestablecidas del respeto, la mesura, la objetividad y la efectividad en la actividad que se desempeña.
8. **Fiabilidad:** Confianza o seguridad que una persona proporciona a otra.
9. **Capacidad de respuesta:** Disposición de ayudar a los clientes proveyendo un servicio rápido, oportuno y confiable.
10. **Ética:** Principios que norman los pensamientos, las acciones y las conductas humanas y que las orientan al correcto, honorable y adecuado cumplimiento de las funciones públicas.
11. **Comunicación:** Es un fenómeno inherente a la relación que los seres vivos mantienen cuando se encuentran en grupo.
12. **Conflicto:** Situación de antagonismo u oposición que resulta problemática y de difícil gestión.
13. **Situación conflictiva:** Suele ser aquella en la que se puede ver en peligro la sensibilidad de alguna de las partes, (conflicto Inter-personal), o aquellas a las que nos cuesta enfrentarnos (conflicto intra-personal).

B. Lenguaje corporal:

1. Se debe tener en mente su expresión facial al hablar. El rostro puede transmitir emociones que pueden ser mal interpretadas.
2. Se debe proyectar una expresión calmada, interesada, sincera y consciente del problema de su cliente.
3. Se debe demostrar interés hacia un cliente teniendo una postura física y mental adecuada, cuide el uso excesivo de manos y brazos.
4. La postura es reveladora, inconscientemente se demuestra cuando se está relajado y bajo control.

5. Se aconseja mantener una posición erguida.

C. Movimiento corporal:

1. Demuestre seguridad y determinación. Si usted se mueve muy lento, reflejará un desinterés hacia los problemas de su cliente. Si se mueve muy rápido, puede parecer que entró en pánico, dando a entender que no puede con tanta carga de trabajo.
2. Espacio: Se debe mantener una distancia con su cliente que brinde un nivel de comodidad apropiada para ambos.

D. Contacto visual:

1. El Contacto visual le permite una “conexión” con el cliente, le brinda la oportunidad de ver los movimientos corporales de su cliente y observar si está de acuerdo o comprendiendo lo que usted está diciendo.
2. Evitar llevar la mirada de arriba abajo, ya que lo haremos sentir que le estamos haciendo una radiografía.

E. Tono de voz:

1. Hable en un tono calmado, firme, confortable y demostrando interés.
2. El tono de voz estará dado por la modulación, la entonación y las pausas.
3. El hablar en un tono más bajo, puede ayudar con algunos clientes. Puede calmar la tensión en cualquier situación.
4. El tono de voz y la pronunciación que se mantenga refleja en gran medida el estado de ánimo.
5. Con la voz se puede persuadir, tranquilizar u ofrecer confianza; ofender o preocupar, por tanto, se debe evitar a toda costa expresar monotonía, cansancio o desinterés.
6. Nunca se debe interrumpir a un cliente que hable, es mejor dejar que termine antes de intervenir, si está molesto practique la misma técnica y se debe hablar con tono tranquilo.

F. La expresión debe reflejar:

1. **Cortesía:** utilizar una serie de elementos corteses. La persona con quien se habla, percibirá inmediatamente una sensación de bienestar.
2. **Amabilidad:** Sonreír de forma honesta cuando se habla, se refleja en la voz. Por ello, es importante ser correcto, amable y agradable. Siempre gusta escuchar más a una persona agradable que a una que no lo es.
3. **Interés:** Se trata de hablar con la persona. Es necesario que al hablar se haga con un cierto entusiasmo, pero sin exagerar. Es imprescindible pedir disculpas por errores, equivocaciones o demoras y dar explicaciones siempre que sean necesarias, de forma completa y exacta. Es mejor perder varios segundos buscando una información que perder para siempre la confianza de un cliente.
4. **Confianza:** Es evidente que un tono de voz seguro refleja conocimiento y experiencia en el tema. No hay que demostrar lo que no se sabe, así como nunca se deben dar datos equivocados o adivinar una información que podría estar alejada de la realidad.

G. Gestos en el rostro:

1. Son los que realmente permiten leer el estado de ánimo de una persona.
2. Mostrar una sonrisa amigable, amplia no cerrada, ya que en ocasiones pierde su encanto o puede dar sensación de ser falsa. No confundir la sonrisa con la risa abierta o carcajada.
3. No fruncir el entrecejo, ya que da sensación de desconfianza.
4. El rostro transmite información de tipo emocional. Las emociones básicas tienden a representarse de la misma forma en todas las culturas.
5. Las manos pueden ser las grandes deladoras del cuerpo, se encargan de exteriorizar el estado de ánimo, ya que expresan fácilmente los estados del inconsciente del individuo.
 - i. Se debe evitar frotarse las manos sin cesar o manipular objetos (un bolígrafo, un catálogo, etc.), pues el cliente notará nerviosismo.

- ii. Se aconseja relajar el movimiento de las manos para enfatizar, nunca señale a menos que se trate de una orientación.

H. Presentación personal:

1. Se debe proyectar una imagen agradable al cliente. El orden y la limpieza personal son importantes.
2. Para todo el personal, los zapatos deben lucir siempre bien lustrados.
3. El personal debe presentarse vestido con ropa limpia, planchada, todos los botones en su lugar.
4. Si usa medias, debe cuidar que no estén rotas.
5. El cabello debe siempre lucir con una apariencia de limpieza, tanto para hombres como mujeres. Un buen corte de cabello refleja una buena apariencia.
6. Los caballeros deben considerar el cuidado con esmero en la afeitada diaria. Si usa barba o bigote, este debe ser recortado en forma ordenada y aseado diariamente.
7. Evitar el uso excesivo de accesorios y maquillaje.
8. Si se tiene asignado uniforme, hacer uso correcto de ello.

I. Comunicación Verbal:

1. Saludar y tratar al cliente con calidez (Sonría).
2. Consulte en qué le puede servir.
3. Ser precisos, evitar tecnicismos, lenguaje coloquial, y hacer bromas aunque el cliente sea conocido.
4. No omitir detalles en la información requerida.
5. No expresar sentimientos negativos (verbales o corporales); opiniones contrarias; evitar decir “No” y omitir críticas destructivas
6. Evitar en la medida de lo posible hablar de temas que no tienen relación con el trámite a realizar.
7. Pensar antes de hablar.
8. Tratar que el cliente sea concreto.

9. Escuchar con atención lo que el cliente exprese e identificarlo, solicitándole información que se pueda verificar de acuerdo a normativa vigente.
10. Explicar al cliente con detalle y paciencia sobre los servicios, trámites o documentación a presentar (no asumir que el cliente los conoce).

III. ATENCIÓN TELEFÓNICA

1. Para las consultas telefónicas de afiliados y beneficiarios relacionadas a trámites de prestaciones y préstamos se – se le solicitara uno de los siguientes datos:

- a) Número de afiliación.
- b) Numero de Identidad Personal (DUI).
- c) Nombre completo.

Por ser la información de tipo confidencial y personal, no se proporcionará información a terceros.

2. Cualquier llamada debe ser contestada rápidamente sin hacer esperar demasiado tiempo a la persona que llama. Se debe:

- a) Hablar con voz clara, pausada, natural, ser espontáneo y amable.
- b) Saludar con cortesía y presentarse por nombre del Departamento o Unidad de Negocio, ejemplo: “Buenos días, Servicio al Cliente, en qué puedo servirle?”.
- c) Responder siempre con algunas palabras o frase amable, sencilla y directa.
- d) Siempre debe tratar a las personas de usted, como un gesto de respeto hacia ellas.
- e) Evitar hacer esperar mucho tiempo al cliente (o persona que llama) al teléfono.
Si considera que va a demorar mucho en atender a la persona, solicitarle que proporcione sus datos para corresponderle a la brevedad posible.
- f) Si trata con personas de otros países, ponga mucho cuidado en hablar despacio y claro, para poder dar a entenderse lo mejor posible.
- g) Escuchar con atención lo que el cliente exprese e identificarlo, solicitándole información que podamos verificar de acuerdo a normativa vigente.
- h) Tener paciencia a todo tipo de personas y nunca perder los buenos modales.



Enero de 2018

- i) Si la consulta telefónica se torna muy complicada, puede optar por avisar y pasar la llamada a su Jefe inmediato, según sea el caso.
- j) Si se traslada una llamada, se deberá explicar el caso previamente para evitar que el cliente tenga que repetirlo.

IV. ATENCIÓN AL CLIENTE

A. Aspectos elementales a seguir

1. Saludar e invitar al cliente a tomar asiento.
2. Anunciar al cliente (cuando busque a un compañero en particular).
3. Cuando no se puede resolver el problema y se requiera la opinión o que sea atendido por otro compañero, proporcionar toda la información (sin desplazar al cliente).
4. Evitar al 100% la música fuerte, sonidos despectivos y bromas, cuando haya presencia de clientes (interno y externo).
5. No utilizar teléfonos celulares en presencia de los clientes y evitar en la medida de lo posible su uso en el resto de la jornada laboral.
6. No utilizar audífonos cuando haya presencia de clientes en el departamento.
7. No atender al cliente a distancia, sino acercarse a él, y preguntar que necesita o en qué se le puede ayudar.
8. Evitar las pláticas largas entre compañeros (cuando no se trate de trabajo) cuando haya presencia de clientes.
9. Evitar atender llamadas personales en línea fija ante el cliente.

V. MISCELÁNEOS

A. Disposiciones finales

1. El presente documento entrará en vigencia a partir de la fecha de su aprobación, dejando sin efecto cualquier anterior a éste.
2. Toda modificación a su contenido, deberá ser canalizada a través de la Unidad de Desarrollo Organizacional.
3. La aprobación de cualquier cambio a los procesos de trabajo establecidos, será responsabilidad exclusiva del Jefe del Departamento respectivo o Gerente de Área. Así mismo, todo cambio deberá quedar debidamente documentado.



Enero de 2018