

05

**COMO CONSTRUIR
UNA CULTURA DE
SERVICIO**





Definir una propuesta de valor

En la propuesta de valor se debe encontrar el **mercado objetivo** y conocer sus **necesidades**, Además de cómo la propuesta puede cubrirlas y hace destacar de la competencia.

Al tener todo esto claro, se podrá tomar las mejores decisiones fácilmente, incluidas las relacionadas con el servicio al cliente.



Revisar los procesos, políticas y sistemas

Podrías tener las personas más agradables del mundo, pero si tienes horarios inconvenientes, reglas no favorables o procedimientos obsoletos que irriten a los clientes más que crearles gran conveniencia, entonces hay que hacer cambios.

El servicio al cliente es un ecosistema. Más aun en este tiempo de toque de queda y horarios traumáticos.



Empoderar al equipo

Cada colaborador debe poder tomar decisiones rápidas y oportunas en el instante que sea necesario, y es mejor que estén a favor del cliente. .



4

Ser selectivo en tu proceso de contratación.

Los líderes de servicio contratan a uno de cada 50 solicitantes, a veces uno de cada 100, y luego lo capacitan constantemente. Se debe buscar la crema, lo mejor de lo mejor, los jugadores A, en lugar de traer jugadores B y C a cuidar de tu activo más importante: los clientes..



5

Formar y capacitar

Con algo nuevo y fresco cada cuatro o seis meses. No importa si tienes 5, 100, 1,000 o 10,000 empleados; es mejor que tengan algo nuevo y fresco constantemente frente a ellos, que escale sus competencias, de modo que cuando vayan a trabajar estén preparados para ofrecer el servicio que quieres que reciban tus clientes.



Medir resultados financieros

Para saber el impacto que tiene el servicio al cliente en los ingresos, las ganancias y la participación de mercado. Debes realizar un seguimiento de los números para comprender que vale la pena el tiempo y el esfuerzo.



Cumplir las promesas

Sea lo que sea que se diga al cliente, se convierte en una promesa tan pronto sale de la boca, cuando lo dice la publicidad o cuando el cliente anticipa la promesa de marca.