

Arabia Saudita
Argentina
Australia
Bolivia
Brasil
Camerún
Canadá
China
Colombia
Corea del Sur
Costa Rica
Ecuador
El Salvador
Estados Unidos
Filipinas
Guatemala
Holanda
Honduras
Hong Kong
India
Indonesia
Israel
Kenia
Kuwait
Malasia
Maldivas
México
Nicaragua
Nueva Zelanda
Panamá
Paraguay
Perú
Puerto Rico
Reino Unido
República Dominicana
Singapur
Sudáfrica
Surinam
Tailandia
Tanzania
Trinidad
Uganda
Uruguay
Venezuela

“Servicio al Cliente en Tiempos de Crisis”

Consejos de sentido común para ejecutivos que aspiren a alcanzar categoría mundial

Por John Tschohl & Sergio E. Flores

La economía alrededor del mundo está disminuyendo su velocidad. Son estos tiempos en que las empresas tienen que trabajar con más inteligencia que nunca antes.

A través de nuestros libros, seminarios y de los programas del Service Quality Institute, compartimos ideas sobre cómo usted puede dirigir una estrategia de servicio para, de manera muy rápida, construir participación en el mercado, elevar las ventas y hacer más utilidades. El propósito de este artículo es presentar, en pocas páginas, algunas ideas relevantes que usted pueda convertir en acción inmediata.

La competencia por sus clientes más rentables viene de todos los rincones del mundo. La amenaza de competencia no es el vecino de al lado

u otra firma en su país, sino alguna compañía agresiva que ha alcanzado la maestría en las dimensiones de servicio, precio y tecnología. Podría ser de México, Canadá, China, los Estados Unidos, Brasil, Europa, la India o cualquier otro país. Internet ha nivelado el campo de juego y le ha devuelto al consumidor el poder de decidir. Le permite buscar literalmente en el mundo entero por los mejores precios, productos y servicio. Los días en que el servicio mediocre era aceptable están desapareciendo rápido.

La competencia viene de todas partes

El consumidor de hoy demanda velocidad. Quiere satisfacción ahora. Tardarse en proveer un servicio o

© MMI - MMX por Service Quality Institute Latin America. Todos los derechos reservados.

www.servicequality.net * www.servicemastery.com

Para información sobre nuestros productos y servicios, contacte con **Cristina Torres**, de nuestra sede para el mundo de habla hispana en Guatemala: (502) 4112-5309, e-mail: cristina@servicequality.net

Arabia Saudita

Argentina

Australia

Bolivia

Brasil

Camerún

Canadá

China

Colombia

Corea del Sur

Costa Rica

Ecuador

El Salvador

Estados

Unidos

Filipinas

Guatemala

Holanda

Honduras

Hong Kong

India

Indonesia

Israel

Kenia

Kuwait

Malasia

Maldivas

México

Nicaragua

Nueva

Zelanda

Panamá

Paraguay

Perú

Puerto Rico

Reino Unido

República

Dominicana

Singapur

Sudáfrica

Surinam

Tailandia

Tanzania

Trinidad

Uganda

Uruguay

Venezuela

producto semanas o meses ya no funciona más. Los líderes de clase mundial han dominado la velocidad y pueden entregar sus productos más velozmente que cualquier otro.

Amazon.com es un excelente ejemplo. Su orden será confirmada en 60 segundos o menos y en pocos días recibirá su pedido, sea un libro o casi cualquier cosa que pueda imaginar, con un descuento mucho más grande de lo que hubiera conseguido en una tienda local. En 1995 Amazon tenía ventas por \$511,000; en el 2009 cerró con ventas de \$24.51 millardos.

Recientemente impartimos un seminario para E. Wong, el "Nordstrom del Perú", la mayor cadena de supermercados y tiendas minoristas del Perú y un líder de clase mundial. Amazon.com vende más libros en Perú que lo que ellos venden en sus 25 supermercados, cada uno de los cuales tiene una librería. Para E. Wong de Perú, Amazon.com es un competidor.

En Latinoamérica Internet no está a aún tan desarrollada ni tiene la penetración que existen en Estados

Unidos o en Europa. Sin embargo, aquellos con dinero (sus mejores clientes), están todos en Internet. Y buscan precio, velocidad y servicio. Si usted no puede proveerlo, no tendrán problema en encontrar un reemplazo.

Inteligencia de costos

Todo líder en servicio es remarcablemente cuidadoso con los costos, lo que significa que es frugal y está en permanente búsqueda de maneras de eliminar costos tan agresivamente como sea posible. John Chambers, el fundador y CEO de Cisco, vuela en clase económica. Jeff Bezos, de Amazon.com, continúa instalando (como en sus primeros días de operación en un garage), escritorios contruidos a partir de una puerta de 2 x 4 pies, colocada sobre soportes para detenerla. Es crítico que mantenga a cada empleado agresivamente involucrado en buscar maneras de eliminar el desperdicio.

El consumidor demanda no sólo servicio impecable, sino también el menor precio posible. Al reducir

Arabia Saudita
Argentina
Australia
Bolivia
Brasil
Camerún
Canadá
China
Colombia
Corea del Sur
Costa Rica
Ecuador
El Salvador
Estados Unidos
Filipinas
Guatemala
Holanda
Honduras
Hong Kong
India
Indonesia
Israel
Kenia
Kuwait
Malasia
Maldivas
México
Nicaragua
Nueva Zelanda
Panamá
Paraguay
Perú
Puerto Rico
Reino Unido
República Dominicana
Singapur
Sudáfrica
Surinam
Tailandia
Tanzania
Trinidad
Uganda
Uruguay
Venezuela

costos y eliminar el desperdicio, le será más fácil mantenerse competitivo en el mercado.

La verdadera riqueza de las naciones

La rapidez debería ser simple de comprender. La gente quiere las cosas en una fracción del tiempo que tomaban antes. En los países de habla hispana, el gobierno necesita desesperadamente aprender este mensaje. Singapur es la segunda mayor fuerza competitiva del mundo (justo detrás de los Estados Unidos), gracias a que comprenden que su activo más valioso es la fuerza de trabajo. El gobierno maneja la educación y capacitación de la totalidad de la fuerza laboral – y la financia agresivamente. Sospecho que sólo una fracción de los participantes en nuestros seminarios en Latinoamérica trabajan para el gobierno. En Singapur, un tercio de la audiencia normalmente procede del gobierno. El punto es, la verdadera ventaja comparativa de una nación es su gente. Educar y capacitar a la gente

es la vía para el desarrollo económico y social, para el mantenimiento de la paz y para elevar los índices de seguridad.

El uso estratégico de Internet

Internet abre avenidas de tecnología de las que usted necesita tomar ventaja. Encuentre proveedores que puedan hacer el trabajo con gran eficiencia de costos. Demasiadas compañías se gastan el dinero en firmas consultoras incompetentes que no tienen la menor idea de lo que están haciendo. La tecnología por sí sola no funcionará. Tal es la razón por la que tantas empresas 'punto com' han desaparecido durante los últimos pocos años. Las armas de rapidez, tecnología y precio en su empresa deben construirse alrededor del servicio. Un servicio de calidad, junto con el compromiso fanático de entregar valor ilimitado al consumidor, es el pegamento que le ayudará a conservar a sus clientes.

La estrategia que predicamos

Existen 6 herramientas estratégicas que hemos compartido por años con empresas

Arabia Saudita

Argentina

Australia

Bolivia

Brasil

Camerún

Canadá

China

Colombia

Corea del Sur

Costa Rica

Ecuador

El Salvador

Estados

Unidos

Filipinas

Guatemala

Holanda

Honduras

Hong Kong

India

Indonesia

Israel

Kenia

Kuwait

Malasia

Maldivas

México

Nicaragua

Nueva

Zelanda

Panamá

Paraguay

Perú

Puerto Rico

Reino Unido

República

Dominicana

Singapur

Sudáfrica

Surinam

Tailandia

Tanzania

Trinidad

Uganda

Uruguay

Venezuela

de todo tamaño y de todo el mundo, en todas las industrias imaginables, que usted tiene que hacer suceder en su compañía, en caso pretenda seguir en el mercado a largo plazo. Todo gira en torno a construir y desarrollar una Cultura de Servicio.

1. El servicio es marketing

El concepto completo debe ser dirigido estratégicamente por el máximo líder, y su corte cercana de altos directivos. La Cultura de Servicio no es "recursos humanos" ni "entrenamiento". Es una poderosa estrategia de marketing. Más rentable de cualquier anuncio de prensa, radio o TV que su empresa pueda comprar. Tan pronto como sea vista como simple "capacitación" (o algo bueno y divertido que hacer para callar la conciencia de pagar poco a sus empleados y haber descuidado a los clientes), el impacto y el interés de los ejecutivos desaparecerá rápidamente. Nuestros conceptos representan una manera de elevar dramáticamente su market-share, escalar (o asegurar) a la posición dominante y burlar a la competencia. Usted necesita salir y

arrancarle el corazón a sus competidores a través de una Cultura de Servicio. Se trata de comer o ser comido. No hay venta más dulce que la que se hace al cliente de la competencia. Más vale que se asegure que sea su empresa la que ejercita los dientes. No existe ningún líder de clase mundial que deje de comprender la estrategia de servicio, que practique lo que predique y deje de aplique al concepto con fanática religiosidad. Ultimadamente (y por desgracia) la mayoría de empresas predicán y no practican, porque es más fácil y simple. He aquí la oportunidad dorada para usted.

2. Elimine políticas estúpidas

Todas las políticas, procedimientos y sistemas que tenga en marcha en su organización necesitan ser revisados y actualizados para que la operación pueda fluir con enfoque al cliente. A las empresas les encanta instaurar políticas para protegerse de sus empleados y clientes. Pero, ¿qué es lo peor que podría pasar? Sospechamos que usted tendrá por allí un buen

Arabia Saudita

Argentina

Australia

Bolivia

Brasil

Camerún

Canadá

China

Colombia

Corea del Sur

Costa Rica

Ecuador

El Salvador

Estados

Unidos

Filipinas

Guatemala

Holanda

Honduras

Hong Kong

India

Indonesia

Israel

Kenia

Kuwait

Malasia

Maldivas

México

Nicaragua

Nueva

Zelanda

Panamá

Paraguay

Perú

Puerto Rico

Reino Unido

República

Dominicana

Singapur

Sudáfrica

Surinam

Tailandia

Tanzania

Trinidad

Uganda

Uruguay

Venezuela

manejo de políticas y procedimientos que, si fueran eliminados, dejarían el campo libre para que sus empleados puedan cuidar de los clientes – y la consecuencia sería un tremendo volumen de clientes súper-satisfechos. ¿Horrible? No lo creo.

Recientemente quisimos usar una empresa de mensajería para enviar paquetes entre Minnesota y México. El asistente que se nos asignó tenía obligatoriamente que contar con tres ítems “importantes” antes de que pudiera tomar ninguna acción y aceptara trabajar con nosotros. Cada uno de los tres “requisitos” era ridículo, innecesario e irrelevante. Originalmente pensamos que iban a darse cuenta de que se trataba de una oportunidad multimillonaria para ellos de hacer negocios en los Estados Unidos, pero pronto nos percatamos de que con sus políticas y procedimientos quedaba poca probabilidad de ninguna empresa inteligente hubiera aceptado hacer negocios con ellos. Algún burócrata atrincherado tras su escritorio pensó

que estaba en el negocio de los envíos, sin saber que realmente su negocio era el servicio.

Usted necesita armarse de escoba y trapeador, de un hacha (o si es necesario de una trituradora de basura), para recorrer su empresa de arriba a abajo destrozando y erradicando las políticas estúpidas, los procedimientos tediosos y toda la burocracia que pueda limpiar. Piense cómo le gustaría que fueran las cosas si usted fuera el cliente. Las empresas exitosas son convenientes para el cliente, no para sí mismas.

3. **No contrate empleados que odien a los clientes**

Contratar a la gente correcta es factor crítico para su éxito. Toda nuestra investigación demuestra que los líderes mundiales son extremadamente cuidadosos acerca de a quién contratan. Frecuentemente es 1 de cada 35, pero nunca menos de 1 de 10 candidatos. ¿Cuánta gente entrevista usted en su empresa antes de tomar una decisión? Es más fácil enseñar a la

Arabia Saudita

Argentina

Australia

Bolivia

Brasil

Camerún

Canadá

China

Colombia

Corea del Sur

Costa Rica

Ecuador

El Salvador

Estados

Unidos

Filipinas

Guatemala

Holanda

Honduras

Hong Kong

India

Indonesia

Israel

Kenia

Kuwait

Malasia

Maldivas

México

Nicaragua

Nueva

Zelanda

Panamá

Paraguay

Perú

Puerto Rico

Reino Unido

República

Dominicana

Singapur

Sudáfrica

Surinam

Tailandia

Tanzania

Trinidad

Uganda

Uruguay

Venezuela

gente habilidades que tratar de cambiar actitudes. Si bien es cierto que creemos con firmeza que todo el mundo puede cambiar sus actitudes, su vida será mucho más fácil si trabaja con la crema de la crema. Mientras implementa y lidera su estrategia de servicio, asegúrese de estar en permanente búsqueda de gente que no sólo no odie a los clientes, sino que practique lo que predica en términos de servicio superior. Gente que además posea energía, entusiasmo, tenga una sonrisa contagiosa y que, sobre todo, posea una buena autoestima, habilidades de comunicación y que ame tratar con otras personas.

4. Comparta el poder

El empowerment o facultamiento es una destreza crítica. Significa que cada empleado debe ser capaz de tomar una decisión instantánea para asegurar el cuidado de las expectativas del cliente. Si el cliente pierde, usted pierde. Una fuerza de trabajo facultada es en extremo difícil de lograr. La mayoría

de empleados no actúan facultadamente porque temen ser despedidos. Con las tasas de desempleo tan altas como la mayoría de los países hispanos, es fácil entender por qué ésta es una amenaza real. En segundo lugar, muchos se preocupan de que se les obligará a pagar cualesquiera descuentos o concesiones que ofrezcan a un cliente. Pero una fuerza de trabajo facultada es crítica para su éxito. Sólo los empleados que están en la línea de fuego conocen la situación y tiene la oportunidad irreplicable de responder inmediatamente a un problema. En Ritz-Carlton, la cadena hotelera, cada empleado está facultado para gastar hasta US\$2,000 en cualquier cosa que impacte a un cliente. Ahora, la figura específica de \$2,000 por supuesto no es universal para toda industria. Para algunas se necesitará más, para otras resultaría demasiado. Todo depende de calcular y conocer el valor vitalicio de un cliente. Nuestro libro "Servicio al cliente: el arma secreta de la empresa que alcanza la excelencia", proporciona herramientas para hacer

Arabia Saudita
Argentina
Australia
Bolivia
Brasil
Camerún
Canadá
China
Colombia
Corea del Sur
Costa Rica
Ecuador
El Salvador
Estados Unidos
Filipinas
Guatemala
Holanda
Honduras
Hong Kong
India
Indonesia
Israel
Kenia
Kuwait
Malasia
Maldivas
México
Nicaragua
Nueva Zelanda
Panamá
Paraguay
Perú
Puerto Rico
Reino Unido
República Dominicana
Singapur
Sudáfrica
Surinam
Tailandia
Tanzania
Trinidad
Uganda
Uruguay
Venezuela

este cálculo. Para mientras, especulo que unos US\$500 podría ser una cifra funcional para la mayoría de empresas. No necesariamente debe ser caro.

Todas las empresas tienen algo que, sin costarles mucho, tiene una alta percepción de valor. Estos son los ítems idóneos para compensar a un cliente a la hora de recuperar el servicio.

Aunque nos queda la sospecha de que usted aún tendrá problema para lograr que su gente realmente use el poder de gastar ese dinero, pues temerán que los clientes estén mintiendo o tratando de tomar ventaja de la empresa. Esta reacción es natural y sólo se logra superar con capacitación. Sus gerentes y mandos medios deben capacitarse también, para aprender a delegar, dar poder y premiar las conductas heroicas.

La meta es sencilla: tener clientes excesivamente-satisfechos. Y sí, un pequeño porcentaje de clientes se aprovechará de su fuerza de trabajo facultada. Pero qué demonios. A la larga usted siempre saldrá ganando.

Un cliente ultra-feliz nunca será una amenaza.

5. Enséñeles a pescar

Es crítico que cada empleado sea entrenado a un ritmo permanente y consistente. Educar y capacitar a sus colaboradores una vez cada diez años no servirá de nada. Sería lo mismo que pasar su comercial de T.V. una vez por década. La mayoría de empresas, frente a una economía que pierde velocidad, lo primero que recortan es el desarrollo de la fuerza de trabajo. Defienden su presupuesto de publicidad (en el mejor de los casos), para atraer nuevos clientes al negocio, pero le patean el trasero a todos (regulares y nuevos) con mal servicio. Ahora, esto no es problema cuando se cuenta con ilimitado número de clientes, gordas cuentas de banco y la capacidad de producción topada al máximo. Pero la mayoría de empresas no están en una situación tan dulce, así que piénselo dos veces la próxima vez que vaya a dejar marchar a un cliente insatisfecho. Quizá nunca volverá.

Arabia Saudita
Argentina
Australia
Bolivia
Brasil
Camerún
Canadá
China
Colombia
Corea del Sur
Costa Rica
Ecuador
El Salvador
Estados Unidos
Filipinas
Guatemala
Holanda
Honduras
Hong Kong
India
Indonesia
Israel
Kenia
Kuwait
Malasia
Maldivas
México
Nicaragua
Nueva Zelanda
Panamá
Paraguay
Perú
Puerto Rico
Reino Unido
República Dominicana
Singapur
Sudáfrica
Surinam
Tailandia
Tanzania
Trinidad
Uganda
Uruguay
Venezuela

Cada empleado, a pesar de la rotación, tiene que ser entrenado en el arte del servicio. Si pretende desarrollar una cultura de servicio, más vale que haga planes para usar material fresco cada 4 a 6 meses. Si hace una pequeña revisión de su presupuesto de publicidad, encontrará que al menos 10% se gasta en producción de nuevos contenidos. Sospechamos además que usted no transmite el mismo anuncio mes tras mes y año tras año. Podrá mantener el tema central y algo de la música original, pero el material habrá cambiado. Si desea cambiar los comportamientos y actitudes de la fuerza laboral completa, es crítico contar con herramientas que maximicen el desempeño de manera consistente. El más alto costo de capacitación es el tiempo. Si el botón de escuchar está apagado, habrá gastado sus esfuerzos. Si piensa que es caro entrenar a un empleado que de todos modos se irá algún día de su empresa, piense más bien en el costo que ese empleado sin entrenar tendrá para usted en términos de los clientes

que logre espantar.

6. Medir, medir, medir

Los sentimientos positivos son buenos. Pero de poco sirve sentarse a discutir cuán ameno y entretenido fue su programa de servicio. Para la alta dirección lo que cuenta son números duros. Si no rastrea los resultados del programa, garantizo que otros elementos dentro de su compañía reclamarán el mérito de los resultados – y el presupuesto que era suyo. En SQI recomendamos medir el impacto de su programa de servicio en 16 variables diferentes. Para un PowerPoint® GRATIS sobre el tema envíe hoy un e-mail a Cristina Torres, de SQI Latin America, a: cristina@servicequality.net

El poder de retener clientes

Si logra reducir su tasa de deserción de clientes en 50%, habrá duplicado el crecimiento de su empresa. Si la reduce en sólo un 5% lo que tendrá entre manos será un salto del 25 al 100% en sus utilidades. Muy pocas

Arabia Saudita
Argentina
Australia
Bolivia
Brasil
Camerún
Canadá
China
Colombia
Corea del Sur
Costa Rica
Ecuador
El Salvador
Estados Unidos
Filipinas
Guatemala
Holanda
Honduras
Hong Kong
India
Indonesia
Israel
Kenia
Kuwait
Malasia
Maldivas
México
Nicaragua
Nueva Zelanda
Panamá
Paraguay
Perú
Puerto Rico
Reino Unido
República Dominicana
Singapur
Sudáfrica
Surinam
Tailandia
Tanzania
Trinidad
Uganda
Uruguay
Venezuela

empresas conocen su tasa de deserción de clientes o cuánto les cuesta un cliente que se marcha. No nos sorprendería si cada quien leyendo este reporte ha perdido (sin saberlo), millones de dólares por culpa de las deserciones.

¿Está listo para la acción?

Lo retamos a que corte su tasa de deserción de clientes en un 5% dentro de los próximos 12 meses. El camino es su gente. La inversión más segura que puede hacerse es en su fuerza laboral. Se han ido los días en que los empleados regresaban a casa dejando en el lugar de trabajo los activos productivos. El valor de las empresas del siglo XXI está contenido dentro de la mente de sus empleados. En el mercado de hoy sus activos van a casa de regreso cada noche.

Herramientas como las de Service Quality Institute facilitan la tarea. Puede conocerlos en nuestro sitio web www.servicequality.net

Pero al final la responsabilidad es suya. Todo empieza con la decisión de

alcanzar la categoría mundial. Tal vez nunca lo logre, pero en el intento superará a sus competidores – y superará sus propios límites.

Si aspira a ser un líder mundial (y poder contender en actitud no sólo de defensa sino de ataque con otros líderes mundiales), nuestro reto para usted es que se enfoque en dominar estos seis pasos. Parece simple, ¿no? Pero garantizamos que aquellos que lo pongan en práctica serán los líderes de hoy de del mañana.

Los otros no tendrán un mañana.

John Tschohl es fundador de Service Quality Institute, el líder global en servicio al cliente. Sergio Flores es presidente de Service Quality Institute Latin America. Service Quality Institute se dedica a ayudar a las empresas a conservar a sus clientes y dominar el mercado desarrollando una Cultura de Servicio. Para más información:

www.servicequality.net
www.servicemastery.com

Presentando:

SERVICE FIRST®

**La videoteca
de servicio al cliente
en español**

**Enseñe a
todo su
personal
el arte del
servicio
al cliente
con un
nuevo
video cada
semana o
cada mes.**

**Con John Tschohl,
gurú mundial del servicio al cliente**



Service Quality Institute Latin America

El líder global en servicio al cliente

Un Arma Estratégica

Service First, la videoteca de servicio al cliente, es una poderosa herramienta que le permitirá enseñar fácilmente a cualquier número de empleados (*sin límite*) el arte del servicio excepcional, con un nuevo video cada semana o cada mes.

“Los Héroes del Servicio No Nacen: Se Educan”

Son 12 videos en español, breves y entretenidos, que sirven de base para sesiones de 1 hora de duración, cada una enfocada en practicar y desarrollar una destreza diferente de servicio.

Usados como secuencia estructurada, los videos de Service First ofrecen hasta **un año entero** de educación continua de calidad mundial, a costo tan bajo que es fácil adquirir videotecas adicionales para sus diferentes oficinas, locaciones o sucursales.

Aprendizaje y cambio de conductas quedan garantizados a través de repetición y seguimiento, pues cada sesión no sólo presenta el material fresco y nuevo, sino que refuerza los principios fundamentales trabajados en los módulos anteriores.

Entrenamiento Ilimitado en los Secretos del Servicio

Los videos son suyos para siempre. Puede usarlos sin costo adicional para entrenar a *toda* su fuerza de trabajo actual y a los colaboradores que contrate en el futuro. No hay costos recurrentes.

Service First puede usarse con éxito en cualquier tipo de organización, con resultados inmediatos y gran eficiencia en el uso del tiempo. El programa es tan fácil de usar que cualquier persona, con o sin experiencia, puede conducir las sesiones.

Sistema Completo y Fácil de Usar

La Videoteca Service First viene completa con 12 modernos videos en español en formato DVD, de 15 minutos cada uno, que se trabajan en sesiones de 1 hora cada semana o cada mes, más los materiales complementarios del Set del Facilitador, que usted podrá descargar gratis de nuestro sitio web a través de una página secreta que activaremos con su compra:

- **Manual del Instructor** de 121 páginas, con consejos fáciles de seguir para sacar máximo provecho del programa.
- **12 Guías de Discusión** de 2 páginas cada una
- **12 Claves de Respuestas**
- **12 sesiones en PowerPoint**
- **Diplomas** personalizables para imprimir y **graduar** a quienes completen el programa



Cómo hacer que sus clientes regresen una y otra vez (y no se vayan con la competencia)

- 5 principios para dar un servicio fuera de serie.
- 6 pasos para calmar a un cliente furioso.
- 4 técnicas para descubrir las necesidades y expectativas de los clientes.
- 9 ‘trucos’ infalibles para dar un gran servicio por teléfono, fax y correo electrónico.
- 5 pasos para usar correctamente el empowerment
- Cómo aprender a escuchar lo que realmente dicen los demás
- 4 habilidades para disparar la productividad trabajando en equipo.
- 6 reglas para exceder las expectativas del cliente, siempre y cada vez
- Cómo convertir a cada empleado en un vendedor activo (aún si no trabaja en el área de ventas)
- 3 pasos para resolver problemas sencillos y problemas complejos.
- 4 técnicas para comunicar calidad por teléfono y correo de voz.
- 7 reglas para “actuar con clase” y proyectar una alta imagen de su organización.
- 3 principios para dominar la recuperación del servicio y salvar el día cuando se ha cometido un error
- Cómo actuar usando el sentido común.
- Cómo manejar y dominar las quejas para evitar la pérdida de un cliente
- 5 cualidades para ser excelentes en el trabajo.
- Cómo convertir problemas y quejas en oportunidades de ganarse para siempre la lealtad de los clientes.

Entrega a domicilio en cualquier país.



John Tschohl, fundador del Service Quality Institute, está considerado como el “gurú del servicio al cliente”.

El líder global en servicio al cliente

Service Quality Institute es una firma multinacional con base en Minneapolis, Minnesota y oficinas en 39 países, considerada como el líder global en ayudar a las organizaciones a conservar a sus clientes a través de crear y desarrollar una Cultura de Servicio.

Durante 37 años nuestros sistemas de aprendizaje han alcanzado a millones de personas alrededor del mundo, a través de herramientas creadas a la medida de organizaciones tan exigentes como **Federal Express, Kodak, 3M, Miller Brewing, Bayer Corporation y las Fuerzas Armadas de los Estados Unidos**. Hoy, esta misma tecnología está a su alcance, por una fracción de su costo, con la nueva Videoteca Service First.

John Tschohl, nuestro fundador, ha sido calificado como el “Gurú del Servicio al Cliente” por publicaciones como **Time Magazine, Entrepreneur y el USA Today**. Es autor de la “biblia” de estrategia de servicio, el best-seller “**Servicio al cliente: el arma secreta**” (*Achieving Excellence Through Customer Service*), así como de “**Cosechando**” (*Cashing-In*), “**The Customer is Boss**”, “**e-Service: servicio al cliente en Internet**”, y “**Cómo conservar a sus clientes con un buen servicio**” (*Loyal For Life: How to Take Unhappy Customers From Hell to Heaven in 60 Seconds or Less*).

“Los 12 secretos del servicio excepcional”

Video 1: La clave para la satisfacción del cliente
Las bases del servicio excepcional. Los 5 principios de Service First.

Video 2: Desarrollo del trabajo en equipo
Destrezas para la integración de equipos orientados al cliente. Cómo unir esfuerzos con los compañeros de trabajo para ofrecer mejores soluciones y mejores experiencias a los clientes.

Video 3: Manejando quejas y clientes enojados
Habilidades para resolver problemas, atender quejas y tratar con clientes disgustados. Cómo resolver inmediatamente quejas sencillas y cómo manejar problemas complejos.

Video 4: El lenguaje de la comunicación positiva
Métodos para generar interacciones positivas con clientes y compañeros de trabajo. Ideas para energizar el ambiente laboral, elevar la moral y mejorar la productividad.

Video 5: Escuchar y preguntar activamente
Cómo detectar con precisión lo que necesitan y esperan los clientes. Destrezas para hacer preguntas, escuchar con precisión y confirmar haber comprendido plenamente.

Video 6: Exceder las expectativas de los clientes
Cómo hacer un esfuerzo extra para diferenciarse de la competencia. Cómo recorrer la “milla extra” del servicio. Cómo hacer más de lo que la gente espera para que su servicio sea no sólo bueno, sino extraordinario.

Video 7: Servicio con valor agregado
Claves para añadir valor al servicio: cómo ir más allá de las reglas para ofrecer lo inesperado. Cómo usar elementos de sorpresa positiva para obtener el aprecio y lealtad de los clientes.

Video 8: Técnicas telefónicas eficaces
Cómo atender bien a los clientes durante contactos por teléfono, fax y correo de voz. El video aborda todos los elementos de la comunicación: desde la expresión facial y los gestos corporales, hasta las pautas, tono y volumen de la voz.

Video 9: El arte de satisfacer a los clientes
Estrategias para conservar y hacer volver a sus clientes una y otra vez. Cómo convertir a los clientes satisfechos en ‘evangelizadores’ del mercado para atraer nuevos negocios a través de publicidad gratis de boca-en-boca.

Video 10: Recuperación del servicio
Cómo convertir los problemas de servicio y situaciones difíciles en experiencias positivas que **garanticen** que el cliente regresará. Técnicas para salvar la relación después de que se cometió un error o algo salió mal.

Video 11: Empowerment
Cómo facultar a todo el personal para poner al cliente por encima de las reglas y procedimientos internos. Lineamientos para asumir responsabilidad ante los problemas y resolver imprevistos de inmediato, usando el sentido común.

Video 12: Servicio de calidad total
Servicio cero-defectos. Revisión de las ideas esenciales de los once videos anteriores. Técnicas para hacer las cosas bien, siempre y desde la primera vez. Herramientas para administrar de manera eficaz el proceso de mejorar el servicio.

Doble garantía de satisfacción total

1. Garantía “Money-Back” Incondicional:
Sin peros ni condiciones: su satisfacción está garantizada o su dinero será devuelto. Ordene hoy mismo la Videoteca Service First y usela para enseñar a todos sus empleados el arte del excepcional servicio al cliente. Si después de entrenar a **toda** su fuerza de trabajo no mira una mejora **dramática** en la forma en que sus empleados tratan a los clientes, o si no está satisfecho por absolutamente cualquier razón, a su solo criterio, simplemente devuelva los videos dentro de los seis meses siguientes a su compra para un completo reembolso.

2. Protección Vitalicia:
Si uno de sus DVD llegara a dañarse o romperse **por cualquier causa o razón**, en cualquier momento durante toda su vida útil (no importa si se atora dentro del reproductor, si le botan el encima el café o si simplemente se desgasta por uso pesado), **lo reemplazaremos GRATIS por uno nuevo**, cobrando sólo el costo de envío.

Ordene en línea:
www.servicequality.net

La videoteca es perfecta para:

- Capacitar a todos sus empleados
- Inducción
- Organizar su propio diplomado interno de Servicio al Cliente.
- Conferencias, talleres y presentaciones.
- Sesiones semanales.
- Implementar un plan anual de capacitación.
- Estudio en casa.
- Reuniones de su equipo de ventas
- Desayunos de trabajo.
- Sesiones de motivación.
- Entrenamiento rápido y de emergencia.
- Enseñar servicio al cliente a toda la organización.
- Reforzar una Cultura de Servicio.
- Seguimiento y complemento para programas llevados a cabo anteriormente.
- Capacitar simultáneamente múltiples sucursales.

“La Píldora Mágica de Servicio al Cliente”



Service First, la videoteca de servicio al cliente

Service First es una poderosa herramienta basada en video e interacción de grupo, que hará fácil entrenar a *cualquier* número de personas - **sin límite** -, con resultados inmediatos y SIN ningún costo adicional a la hora de capacitar más empleados en el futuro. Son 12 DVD en español que le permitirán enseñar a toda su fuerza de trabajo el arte del servicio excepcional, con un nuevo video cada semana o cada mes.



Opciones de pago incluyen tarjeta de crédito, transferencia bancaria, Western Union y giros bancarios internacionales en US dólares. Entregamos domicilio, en su puerta, en cualquier país.



¡Ordene hoy!

www.servicequality.net
Para América Latina y el Mundo de Habla Hispana
contacte directo con Cristina Torres, en nuestra sede
regional en Guatemala:

e-mail: cristina@servicequality.net
+ (502) 4112-5309

¡GRATIS! Kit del Gerente

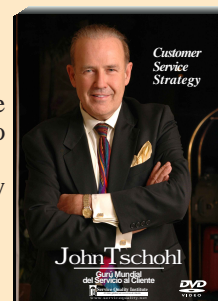
Regalo #1

La “biblia” de la estrategia de servicio: el libro *Servicio al cliente: el arma secreta de la empresa que alcanza la excelencia*, de 379 páginas, best-seller de John Tschohl que es un completo y detallado manual ejecutivo sobre cómo conservar a sus clientes y mejorar sus habilidades directivas para alcanzar la **dominación total del mercado**, a través de construir una cultura de servicio superior y memorable (un valor de US\$69.97).



Regalo #2

Video gerencial en DVD “*Customer Service Strategy*”, de edición limitada, lleno de ideas estratégicas, técnicas de servicio y tácticas para la alta gerencia. Casi una hora de entrevistas y conferencias sobre cómo ganar market share y share-of-customer a través de dar un servicio de clase mundial (un valor de US\$197.00)



Mientras la videoteca está 100% orientada a su fuerza de trabajo, sus 2 regalos del **Kit del Gerente**, son el componente perfecto para involucrar a sus líderes.

Ficha de pedido



quiero que mis clientes regresen una y otra vez. Envíenme la Videoteca Service First hoy mismo por courier, junto con mis 2 regalos gratis. Entiendo que si después de entrenar a **todos** mis empleados no estoy completamente deleitado(a) con los resultados, a mi solo criterio, puedo devolver el programa dentro de los seis meses siguientes a mi compra para un **completo** reembolso.

Escoja un plan:

☐

2 videos GRATIS (ahorre US\$293.00) -

Quiero ahorrar US\$293.00 haciendo un pago único al precio especial de sólo US\$1,497 (+\$79 de envío), que es como pagar nada más por 10 de los 12 videos, quedándome con los otros dos totalmente gratis.

☐

10 cómodas cuotas - prefiero el plan en 10 pagos

al precio normal de US\$1,790, sin recargo ni intereses. Carguen a mi tarjeta de crédito los primeros US\$179 (+ \$79 de envío) para despacharme la videoteca **completa**, y luego las otras 9 cuotas mensuales de US\$179 c/u.



Fax:

+ (502) 6634-5226



(502) 4112-5309



Otras opciones de pago:

☐

Transferencia bancaria

☐

Western Union

☐

Tarjeta de crédito #:

Vence:

Firma:

Banco emisor:

Ultimos 3 dígitos banda de la firma:

Datos de contacto y entrega:

Nombre:

Cargo:

Empresa:

Email:

Teléfono oficina:

Móvil:

Fax:

Dirección completa:

Ciudad, Estado, Código Postal y País:



(502) 4112-5309

Service Quality Institute Latin America, P.O. Box 02-5289 S. 1333/G, Miami, Florida 33102 - USA

Ordene en línea: www.servicequality.net

MMX-SSX-BREML

© MMII - MMX por Service Quality Institute Latin America. Todos los derechos reservados.

Retener a los Clientes Brindando Excelencia en el Servicio



El líder mundial
ayudando
a las empresas
y organizaciones
a retener a sus clientes,
mejorar su participación
en el mercado y desarrollar
entre sus empleados
la cultura de ofrecerle
a sus clientes,
un servicio de
calidad superior.

Productos & Servicios



Service
Quality
Institute

*El Líder Global en
Servicio al Cliente*

Estimado Ejecutivo:

¿Se ha dado cuenta de que sus clientes son ahora más demandantes que nunca?

Y también, ahora parece que el servicio a nivel mundial es peor. Las empresas invierten la mayor parte de su dinero para atraer nuevos clientes, pero virtualmente nada para mantenerlos. Si usted se acerca a Service Quality Institute, ¡nuestros programas lo ayudarán a mantener sus clientes!

La retención de clientes con máximo impacto y de alto valor demanda que usted le ayude a sus empleados a entender el valor de mantener a sus clientes y como pueden ellos contribuir en este proceso. Después necesita darles las habilidades para que tengan éxito.

Nuestra experiencia puede ayudarle: Durante los últimos 37 años, Service Quality Institute ha sido el líder global en ayudar a las organizaciones a mantener sus clientes, construir y ampliar su participación de mercado. Nuestros clientes también aprenden como mejorar su desempeño de toda su fuerza de trabajo para así poder desarrollar una cultura de servicio superior al cliente.

Somos una empresa internacional con más de 30 productos en 11 idiomas, y varios de estos en línea. Nuestros socios se encuentran en más de 40 países.

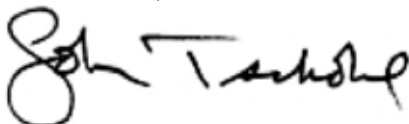
Nuestro enfoque y competitividad medular es cambiar actitudes y comportamientos con el fin de construir una cultura de servicio con nuestro “buffet de 3 años de cultura de servicio ilimitado”.

Esto requiere de compromiso, tiempo y algo de dinero. Construir un servicio de clase mundial y una cultura de servicio demanda que usted mantenga a sus empleados motivados y capacitados continuamente. El progreso de una sola etapa produce resultados de una sola etapa. Esto significa que usted necesita introducir un nuevo programa cada cuatro a seis meses para evitar los retrocesos o estancamientos. Nuestra experiencia muestra que es mejor algo nuevo, diferente y rediseñado para hacer que el mensaje previamente aprendido en el programa anterior sea efectivo y se mantenga el interés de sus empleados por aprender.

Podemos mejorar y medir el desempeño en 16 áreas de su organización (vea la página 4), a través de una serie de programas secuenciales de 8 pasos por tan solo unos cuantos dólares al año por empleado, dentro de nuestro plan de cultura de servicio de tres años.

Invierta en el mejor activo de su empresa que le traerá los mejores resultados por su dinero: Sus empleados.

Sinceramente,



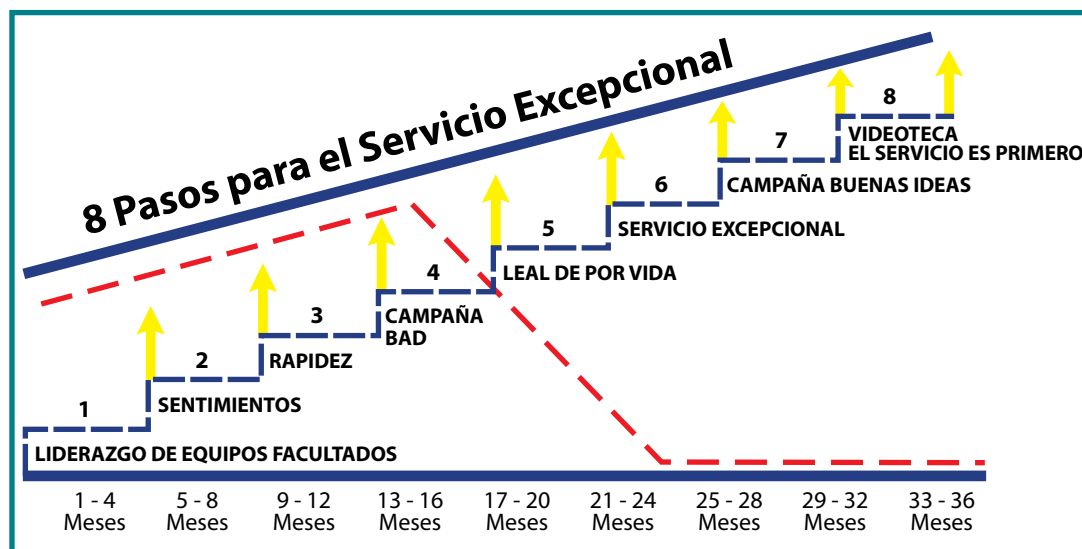
John Tschohl
Presidente



P.D. Actúe ahora para retener a sus clientes. Lo dice nuestra garantía de devolución de su dinero, Sin Peros, Ni Condiciones. “¡Sí Funciona!”

Creando una Cultura de Servicio

Plan Estratégico para el Cambio Cultural



Este es el plan que recomendamos de tres años de cultura de servicio. La secuencia y cada fase del mismo puede ajustarse a sus requerimientos. Cada 4-6 meses se debe lanzar una nueva fase. Recomendamos que entre las campañas de ideas BAD y Buenas Ideas haya un lapso de 12 meses, para lograr un mejor impacto.

Si la disponibilidad de recursos financieros es algo que lo puede limitar, le sugerimos que comience con la campaña de ideas BAD y utilice parte de los ahorros que le producirá para financiar los otros componentes del plan. Tenga en cuenta que este plan no tiene riesgos, es económico y le dejará grandes beneficios.

Servicio al Cliente

- 1. LIDERAZGO DE EQUIPOS FACULTADOS HACIA LA CALIDAD** - Un seminario de dos días diseñado para lograr que la gerencia se comprometa con el servicio de calidad excepcional y sea entrenado para reforzar las acciones facultadas (empowered) y mejore su desempeño. Se enfoca en el facultamiento (empowerment), trabajo en equipo, asesoramiento de los colaboradores (coaching), retroalimentación y el posicionamiento estratégico.
- 2. SENTIMIENTOS** - Un programa de nueve a doce horas, diseñado para afianzar los conceptos del servicio de calidad y fortalecer el compromiso en toda la organización. Los temas del entrenamiento incluyen la autoestima, la comunicación, saber escuchar, cumplir promesas, y manejar situaciones difíciles.
- 3. RAPIDEZ** - Este programa le proporciona a sus empleados el Marco Mental de la Rapidez y facultamiento (empowerment) para resolver situaciones con rapidez y calidad todas las veces. Es implementado en 2 sesiones de 3-4 horas cada una.
- 4. CAMPAÑA BAD (Un dólar al día)** - Una campaña de ideas de 30 días de duración diseñada para eliminar el desperdicio y reducir costos. Las campañas no son complicadas, involucran a todos los empleados de primera línea, fácil de implementar, despiertan el interés porque se utiliza el reconocimiento y están diseñadas para que sean divertidas.
- 5. LEAL DE POR VIDA** - Un seminario de 3-4 horas enfocado en recuperación del servicio y facultamiento (empowerment). Aprenda cómo llevar a un cliente del infierno al cielo en 60 segundos o menos.
- 6. SERVICIO EXCEPCIONAL** - Un programa de 2-4 horas diseñado para lograr que los empleados brinden a los clientes más que un servicio bueno, uno excepcional. El personal aprenderá cómo identificar las oportunidades - dentro y fuera de la empresa - así como la forma de capitalizar cada oportunidad para maximizar las ganancias.
- 7. CAMPAÑA BUENAS IDEAS** - Es una campaña de ideas para realizarse en 30 días, enfocada en la calidad y en la satisfacción del cliente. Es un programa emocionante que logra una amplia participación de los empleados, basado en la premisa de que quienes están más cerca de los problemas son los que pueden aportar las mejores soluciones. Introduce un cambio refrescante en la rutina de trabajo.
- 8. VIDEOTECA EL SERVICIO ES PRIMERO** - Doce videos que enseñan las habilidades necesarias para ofrecer un servicio de calidad. Cada tema está diseñado para mejorar la moral, la comunicación interpersonal y reducir las quejas de los clientes.

Evaluando Resultados Para Asegurar el Retorno de la Inversión

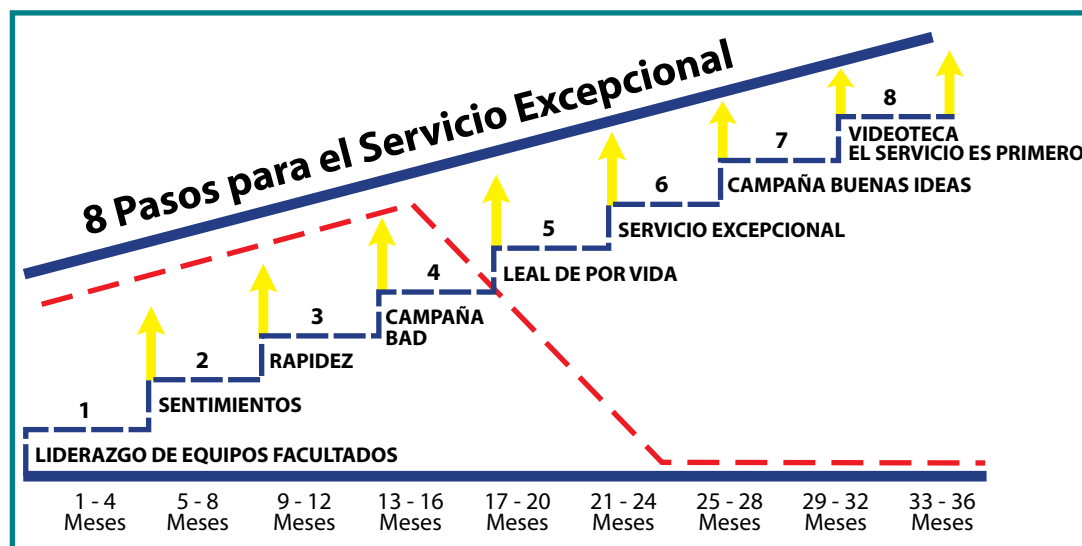
Medición / Benchmarking

Para que pueda evaluar el impacto de los sistemas de entrenamiento de Service Quality Institute, le sugerimos que mida las siguientes variables mensual, trimestral y anualmente.

1. Ventas	7. Satisfacción de Clientes	12. Ausentismo
2. Participación en el Mercado	8. Negocios que se Repiten	13. Reclamaciones de Compensación de los Trabajadores
3. Utilidades	9. Rotación de Empleados	14. Quejas
4. Índice de Deserción de Clientes	a. Rotación Actual	15. Reclamos
5. Cantidad de Clientes	b. Costo de Reemplazar un Empleado	16. Estándares de Desempeño en Servicio al Cliente
6. Quejas de Clientes	10. Pérdidas / Robos	
	11. Impuntualidad	

Para que las mediciones sean efectivas es necesario que:

1. Todos los empleados tomen el entrenamiento.
2. Los programas de entrenamiento de Service Quality Institute sean utilizados con los nuevos empleados y con aquellos que recibieron el entrenamiento pero no asimilaron los conceptos la primera vez.
3. Un nuevo programa de SQI debe introducirse cada 4-6 meses.
4. El retorno de la inversión se mide solamente en referencia a la inversión total realizada en nuestra tecnología.
5. Service Quality Institute puede diseñarle y ayudarle a evaluar las mediciones. Haga las mediciones con datos válidos, antes y después de que cada etapa o fase del programa sea implementada.



Creando una Estrategia para Mantener una Cultura de Servicio

John Tschohl



Libros que Pueden Cambiar Su Vida

Seminarios Estratégicos y Libros por John Tschohl

John Tschohl es el fundador y presidente de Service Quality Institute. Autor, renombrado conferencista internacional y “gurú” en servicio al cliente según las revistas *TIME* y *Entrepreneur*.

Presentación Magistral

John Tschohl, estratega del servicio y gurú en servicio al cliente, autor y conferencista, compartirá su conocimiento sobre el compromiso de ofrecer un servicio de clase mundial como una estrategia para hacer crecer rápidamente su negocio.

Alcanzando la Excelencia Mediante el Servicio al Cliente o e-Service (Un Día)

Diseñado para dar a conocer estratégicamente los conceptos sobre servicio al cliente de calidad. Crea y fomenta el compromiso en toda la empresa para un servicio de clase mundial.

Rapidez (2 a 8 Horas)

Reducir dramáticamente el tiempo requerido para completar cualquier actividad de sus clientes y compañeros de trabajo. Cambie el marco mental de sus empleados, elimine las barreras y acréditelos para actuar rápidamente, y revise las restricciones de sus políticas y sistemas.

Leal de por Vida (2 a 8 Horas)

Cómo llevar a un cliente del infierno al cielo en 60 segundos o menos. Basado en la recuperación del servicio y facultación (empowerment).

Cosechando: Conserve a sus Clientes, Haga Más Dinero, Consiga un Ascenso y Enamórese de su Trabajo. (Un Día)

Basado en el libro de John Tschohl del mismo nombre, este seminario de motivación personal provocará que se ofrezca un mejor servicio al cliente al sentar las bases para mejorar las habilidades personales de sus empleados, comenzando por elevar la autoestima y promover que los gerentes realicen mejor su trabajo.



Servicio al Cliente

Este libro, en edición revisada y ampliada, ofrece un plan de acción completo para convertir al servicio de calidad superior en el enfoque central de la estrategia gerencial. Se le ha llamado la enciclopedia de las estrategias y experiencias sobre servicio al cliente.

Disponible en inglés, español, chino, ruso, indonesio y coreano.



Cómo Conservar a los Clientes

La recuperación del servicio y el facultamiento (empowerment) son los temas centrales del mas reciente libro de John Tschohl. Cómo llevar a un cliente molesto del Infierno al Cielo en 60 segundos o menos.

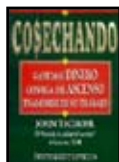
Disponible en español, ruso, indonesio y chino.



Calidad en el Servicio al Cliente en Internet (e-Service)

E-service es velocidad, tecnología y precio desarrollados alrededor del servicio. Lleno de realidades, modelos a imitar y técnicas para construir un negocio basado en e-Service.

Disponible en inglés, español, portugués, chino y finlandés.



Cosechando

En este libro, John Tschohl le dice a los empleados de servicio al cliente cómo ganar más dinero, obtener un ascenso y amar su trabajo. Eleva la autoestima y desarrolla la capacidad de tomar decisiones.

Disponible en inglés, español, portugués, griego, estoniano, malayo, turco y chino.



“El Cliente es el Jefe”

Las directrices ofrecidas en este libro le enseñan, desde el punto de vista del cliente, a desafiar efectivamente el mal servicio y lograr satisfacción en el trato con quienes le brindan servicio.

Disponible en inglés y chino.

Impulsando la Cultura de Servicio Al Cliente en Gerentes y Supervisores

Talleres Interactivos Para el Desarrollo de Gerentes



Liderazgo de Equipos Facultados Hacia la Calidad

Este taller de dos días permite a los gerentes fijar y mantener estándares de servicio, proveer retroalimentación y establecer sistemas de recompensas y crear una cultura de trabajo caracterizada por el servicio superior, facultación (empowerment), confianza y trabajo en equipo.

Disponible en inglés, español, ruso, rumano, coreano y chino.

Alcanzando la Excelencia (Genérico)

Un taller de un día centrado en mejorar la comprensión de los elementos del servicio al cliente, perfeccionar las habilidades de asesoramiento (coaching) para el mejoramiento continuo e iniciar nuevas estrategias para mejorar el nivel de servicio que se ofrece.

Disponible en inglés, ruso, rumano y español.



Alcanzando la Excelencia para Gobiernos Locales

Un taller de un día que está enfocado en aumentar la comprensión de los elementos del servicio al cliente, perfeccionar las destrezas para el mejoramiento continuo e iniciar nuevas estrategias para mejorar el nivel de servicio.



Servicio Cinco Estrellas para Hoteles

Un taller de un día diseñado para ayudar a la industria de la hospitalidad a mantener y mejorar los estándares de servicio. En esta industria, para poder sobrevivir, es esencial brindar un buen servicio. Con Servicio Cinco Estrellas usted podrá enseñar y reforzar las habilidades del servicio para mejorar y mantener el nivel del servicio.

Disponible en inglés y español.

Aprendizaje en Línea

Tenemos disponible una gran variedad de productos y servicios en línea. Elija los de su preferencia en www.customer-service.com/Vubiz.aspx ó pregunte sobre nuestro servicio de diseño de cursos y sobre la distribución y administración de programas de aprendizaje electrónico preparados a requerimientos del cliente.

Disponible en inglés y en español.



Aprendizaje en Línea

Desarrollando Su Activo Más Valioso: “Los Empleados de Primera Línea”

*Cambie los
Comportamientos
y Actitudes
a través de
SENTIMIENTOS
Programa de Tres
Sesiones*

Efectivo sistema de aprendizaje basado en videos, y con una guía del facilitador fácil de seguir y usar. Disponible en DVD, VHS o CD. Diseñado para ser implementado en una o múltiples locaciones simultáneamente.

Un taller de tres sesiones, de 3-4 horas cada una, diseñado para promover la interacción, se enfoca en el crecimiento y desarrollo personal. Produce como resultado un servicio al cliente de calidad superior. Versiones para Industrias Específicas:

*Servicio de
Calidad...
Hoy y
Siempre*



Un programa de tres sesiones elaborado para empleados de centros de llamadas, ambientes financieros y profesionales.

Disponible en inglés, español, chino, ruso, indonesio y rumano.

Comercio/Servicio

Para negocios de venta al detalle, restaurantes, concesionarios de automóviles, servicio y ambientes de fábrica.

Disponible en inglés y español.



*La Esencia del
Cuidado*



Elaborado específicamente para el área administrativa de clínicas y hospitales y centros de salud.

Disponible en inglés.

*Clínicas
y Hospitales*

Diseñado para la industria del cuidado de la salud. *Disponible en inglés y español.*



Supermercados



El cuidado del cliente está escrito específicamente para la industria de los supermercados.

Disponible en inglés y español.

*Educación
Superior*

Conexiones está diseñado para el personal de Universidades e Institutos educativos para mejorar el reclutamiento y la retención de los alumnos.

Disponible en inglés y español.



Desarrollando Su Activo Más Valioso: “Los Empleados de Primera Línea”

Rapidez

Rapidez significa hacerlo rápido, hacerlo ahora y hacerlo bien. Es un programa de aprendizaje de dos sesiones basado en video que crea un marco mental de rapidez y ayuda a eliminar las barreras externa e internamente.

Disponible en inglés, chino y español.



Recuperación del Servicio y Facultamiento



Leal de por Vida es un programa de una sesión basada en video enfocado en la recuperación del servicio y el facultamiento (empowerment). Se puede impartir en 6-8 horas.

Disponible en inglés y español.

Servicio Excepcional para Líderes de Servicio

Servicio Excepcional Genérico

es un programa para realizarse en una sesión, con ayuda de video. Disponible en versión para **Supermercados**. Su diseño permite que la sesión se pueda impartir de seis a ocho horas.

La versión genérica está disponible en inglés y español.

El contenido se centra en:

- Su Rol en Ofrecer un Servicio de Calidad
- Atención y Cuidado del Cliente
- Servicio con Valor Agregado
- Solución de Problemas
- La Recuperación del Servicio
- Rapidez



Una Herramienta Poderosa Para los Municipios



Alcanzando la Excelencia, es un programa modular basado en videos, creado para los municipios y agencias del gobierno, elaborado a partir de cinco elementos del servicio de calidad:

- Hablar de manera cortés y amable
- Trabajo en equipo
- Escuchar con respeto y hacer preguntas
- Desempeñarse lo mejor posible para satisfacer las necesidades del cliente
- Aprender a resolver problemas

Su diseño modular permite que se pueda impartir en formatos de uno o dos días o en 10 sesiones de 90 a 120 minutos cada una.

Disponible sólo en inglés.

*Habilidades de
Ventas y Servicio
al Cliente*

*Para la
Industria de la
Hospitalidad*

Campañas de Ideas



Quest for the Best: Una Guía para la Venta y el Servicio Profesional. Un programa de 10 sesiones, con ayuda en video, diseñado para vendedores al detalle de especialidades y alta costura. El contenido se centra en el profesionalismo y las habilidades de ventas y servicio.
Disponible en inglés y español.

Servicio Cinco Estrellas:

Cuidadosamente diseñado para mejorar el desempeño de los empleados que tienen contacto directo con el cliente.

En la industria de la hospitalidad los huéspedes son la clave del éxito. Tener un equipo de trabajo bien entrenado y orientado hacia el servicio al cliente le ayudará a lograr esta meta alcanzable: Un servicio cinco estrellas.

Disponible en inglés y español.



Influencie a sus Clientes, Elimine el Desperdicio y Aumente la Productividad

Reducir Costos y Eliminar el Desperdicio: Campaña BAD, Un Dólar al Día.

Es una campaña de ideas que promueve la comunicación interna, en la que los empleados son incentivados a concentrarse en la reducción de costos. El objetivo: encontrar la forma de reducir costos en por lo menos un dólar al día. La campaña BAD crea un clima receptivo al cambio y al progreso, lo que le producirá como resultado mejoras significativas que le generarán ahorros de millones de dólares al año. SQI proporciona el equipo para realizar el seguimiento del ahorro. Le garantizamos que los ahorros serán superiores a su inversión en la campaña o le devolvemos la diferencia. *Disponible en inglés y español.*

Involucrar a Todos para Mejorar la Satisfacción del Cliente: Campaña Buenas Ideas.

Diseñada para aprovechar el conocimiento y la experiencia de cada uno de los miembros de su equipo: ya sea que estén en la línea de fuego o en una posición de soporte. Se les pide a cada grupo o departamento que aporten ideas para satisfacer mejor las necesidades de sus clientes, tantos internos como externos. Esta campaña es lo suficientemente flexible como para enfocarse en la calidad y en otras áreas que necesitan ideas de mejoras de los empleados. El equipo necesario es proporcionado. *Disponible en inglés y español.*

Reducir Costos y Mejorar la Productividad: Campaña BAD, Está de Regreso.

Campaña BAD está de Regreso es la continuación de la campaña original BAD. Esta campaña busca que los empleados aporten ideas para mejorar la productividad además de reducir costos. Es una excelente manera de abrir los canales de comunicación y de ayudar a elevar la moral. *Disponible en inglés.*

**Construya y
Desarrolle una
Cultura de Servicio
con la Videoteca
El Servicio es
Primero**



Videoteca El Servicio es Primero. Un programa con doce DVD's ideal para entrenar nuevos empleados y excelente para el estudio personal. Cada tema puede ser impartido de manera mensual o como lo considere más conveniente, en sesiones que pueden ir de 15 minutos a una hora.

Están disponibles en nuestro sitio web una comprensiva guía del facilitador, presentación en power point, guías de discusión, hojas de respuestas y certificados a color. *Disponible en inglés, español, chino y ruso.*

Videos:

- | | |
|--|---|
| 1. La Clave para la Satisfacción del Cliente | 6. Exceder las Expectativas de los Clientes |
| 2. Desarrollo del Trabajo en Equipo | 7. Servicio con Valor Agregado |
| 3. Gestión de Quejas y Clientes Enojados | 8. Técnicas Telefónicas Eficaces |
| 4. El Lenguaje de la Comunicación Positiva | 9. El Arte de Satisfacer a los Clientes |
| 5. Escuchar y Preguntar Activamente | 10. La Recuperación del Servicio |
| | 11. Facultamiento (Empowerment) |
| | 12. Servicio de Calidad Total |

**Programas
Diseñados a la
Medida**

Programas de Aprendizaje Diseñados a la Medida del Cliente

Desarrollamos programas de entrenamiento en servicio al cliente a la medida de su marca y sus necesidades. Usted puede personalizar nuestros programas de entrenamiento como lo han hecho Federal Express, Banco de Crédito de Perú, Kodak, Allicon Van Lines, Telefónica Perú. Nuestra habilidad es la de crear programas de entrenamiento en servicio al cliente, sencillos de implementar para toda la fuerza de trabajo, con el objetivo de cambiar actitudes y comportamientos y crear una experiencia asombrosa al cliente.

Certificación En Servicio Al Cliente

¿Quiénes Deberían Asistir a Nuestros Talleres y Programas de Certificación?

Los ejecutivos, gerentes, líderes y supervisores que desean desarrollar y mejorar sus habilidades y actitudes de servicio.

Líder Certificado en Servicio al Cliente (3 Días)

Para los líderes que desean impulsar y desarrollar una cultura de servicio basado en la facultación (empowerment) y el trabajo en equipo. Aprenda cómo mejorar sus habilidades de liderazgo y refuerzo.

La Estrategia del Servicio con John Tschohl

Sentimientos

Liderazgo de Equipos Facultados

Entrenador Certificado en Servicio al Cliente (4 Días)

Entrena cómo enseñar hábilmente los dos programas centrales y le otorga una licencia para poder entrenar y comprar material del participante. Se les provee el material del Entrenador.

La Estrategia del Servicio con John Tschohl

Sentimientos

Liderazgo de Equipos Facultados

Entrenando al Entrenador

**Seminarios de
Certificación**

Comentarios de los Clientes



Javier Tamez
Banca Telefónica
Banorte

“Después de participar en los seminarios de certificación, nuestra alta gerencia expresó lo siguiente: “Fue totalmente funcional para nuestras actividades diarias”, “Los consejos recibidos resultaron muy prácticos y funcionales”, “Fácil de implementarlo a nuestros empleados”, y “Los conceptos causaron gran impacto”.”



Erin Schwie Langston
Estrategias de Servicios al Cliente
City of Dallas

“La Ciudad de Dallas está usando “Alcanzando la Excelencia para Gobiernos Locales” para entrenar alrededor de 4,000 empleados. Este es uno de los pocos programas de entrenamiento que se enfoca específicamente en los aspectos del servicio al cliente únicos de un gobierno y no en la perspectiva de un negocio.”



Thomas Raffio
Vicepresidente & CFO
Northeast Delta Dental

“La presentación magistral de John Tschohl en la Conferencia Granite State Quality fue inspiradora, enfocada y muy bien recibida. Él demostró a todos cómo una empresa puede adoptar la estrategia del servicio para el éxito del negocio.”



Lois Till-Tarara
Asistente Administrativo
Olmsted Medical Center

“Hemos utilizado el programa La Esencia del Cuidado por más de catorce años. La respuesta es siempre positiva. El formato y las sesiones son cómodas y el tiempo transcurre con rapidez. Los participantes disfrutaron de los temas y las discusiones.”



Miguel Mier
Director General de Operaciones
Organización Ramírez
México

“Nuestra compañía de entretenimiento necesitaba mejorar el servicio al cliente y cambiar la cultura de servicio de nuestros 10,000 empleados. Buscábamos un programa que les ayudara a comprender la importancia de ofrecer un servicio que excediera las expectativas de nuestros clientes. Sentimientos, la Videoteca El Servicio es Primero y la filosofía de John Tschohl fueron la respuesta a nuestras necesidades. Encontramos los programas ideales, con el uso de la tecnología de Service Quality Institute, y en menos de 2 años, fuimos capaces de transformar la calidad del servicio que brindamos en toda la empresa.”



Flavio Montenegro
Gerente General
Grupo Financiero G & T Continental, S.A.
Guatemala

“John Tschohl nos inspiró y motivó para dar lo mejor de nosotros mismos en la implementación exitosa de la estrategia de servicio al cliente.”



Evgeny Chichvarkin
Presidente,
Consejo Directivo
Euroset Rusia

“Hemos comprobado que la ayuda de John Tschohl en promover la nueva estrategia de nuestra compañía, que se basa en la necesidad de la excelencia en el servicio al cliente y la aproximación con el cliente, ha sido invaluable, interna y externamente.”



Sandra Wallace Jones
Instructora
Martin Community College,
Williamston, North Carolina

“Terminamos un curso usando la Videoteca El Servicio es Primero - verdaderamente un éxito. He recibido muchos cumplidos de los estudiantes acerca del contenido del programa. Han mencionado: “este es un curso que todos deberían tomar. Es muy alentador aprender información práctica que puedo usar tanto en mi trabajo como en mi casa, y si vemos los cinco principios del Servicio es Primero, son realmente los principios de la Biblia.” Como pueden ver, los videos ayudaron a los estudiantes a darse cuenta de la importancia de ver las cosas de forma positiva.”

Sin Peros, Ni Preguntas.
*Su Satisfacción está **Garantizada**
o le Devolvemos su Dinero*

Utilice cualquiera de nuestros programas,
y si usted o no queda satisfecho con los resultados,
envíenos el material y le devolveremos
todo lo que pagó por él... *¡SIN Condiciones!*



Como la organización de entrenamiento en servicio al cliente más grande del mundo,
le ofrecemos:

- | | | |
|----------------------------|------------------------|---------------------------------|
| - Seminarios estratégicos | - Campañas de idea | - Libros de servicio al cliente |
| - Sistemas de capacitación | - Herramientas basadas | - Seminarios de Certificación |
| - Talleres para gerentes / | en video | - Plan estratégico de Cultura |
| supervisores | - Entrenamiento | de servicio |

Si necesita mejorar sus estándares de servicio, el desempeño de su fuerza de trabajo
y lograr que sus empleados empiecen a cuidar de sus clientes, llámenos hoy:

Para más información y atención personalizada:
Service Quality Institute
Sede para el mundo de habla hispana: Ciudad de Guatemala
Tel.: +(502) 4112-5309
e-mail: servicio@servicequality.net
www.servicequality.net
www.servicemastery.com

Envíelo a SQI por fax o correo postal

Nombre: _____

Cargo: _____

Compañía: _____

Teléfono: _____ Fax: _____

Dirección: _____

Ciudad: _____ Estado: _____

Código Postal: _____ País: _____

E-mail: _____ Web: _____

de Empleados: _____ Tasa de rotación: _____

Por favor marque los productos que más le interesan.

Por favor envíeme más información sobre:

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> Plan de 3 años de Cultura de Servicio | <input type="checkbox"/> Campaña Un Dolar al Día |
| <input type="checkbox"/> Libros de Servicio al Cliente | <input type="checkbox"/> Campaña de Buenas Ideas |
| <input type="checkbox"/> Seminarios de la Estrategia del Servicio | <input type="checkbox"/> Alcanzando la Excelencia para Gobiernos Locales |
| <input type="checkbox"/> Liderazgo de Equipos Facultados | <input type="checkbox"/> Quest for the Best |
| <input type="checkbox"/> Sentimientos | <input type="checkbox"/> Servicio Cinco Estrellas |
| <input type="checkbox"/> Rapidez | <input type="checkbox"/> Consultoría |
| <input type="checkbox"/> Leal de por Vida | <input type="checkbox"/> Aprendizaje en Línea |
| <input type="checkbox"/> Servicio Excepcional | <input type="checkbox"/> Seminarios de Certificación en Servicio al Cliente |
| <input type="checkbox"/> Videoteca El Servicio es Primero | |