**COPIA ORIGINAL FIRMADA**

****

LISTA DE DISTRIBUCIÓN

|  |
| --- |
| **CARGO** |
| GERENTE |
| COORDINADOR DE CALIDAD |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| ELABORÓ:  Coordinador del S.G.C | REVISÓ:  Coordinador del S.G.C | APROBÓ:  Coordinador del S.G.C |

**1. OBJETIVO:**

Establecer el procedimiento que permita describir, operativizar y estandarizar la atención al cliente en el CENTRO DE DIAGNOSTICO AUTOMOTOR DE CUCUTA CEDAC

**2. ALCANCE:**

Aplicable a la forma de atención a usuarios y partes interesadas en el CENTRO DE DIAGNOSTICO

AUTOMOTOR DE CUCUTA CEDAC

**3. DEFINICIONES:**

**- Cliente:** Toda aquella persona que de una u otra forma se contacta con nosotros por cualquier motivo, sin importar si tiene o no, algún tipo de vínculo comercial con la organización. Los clientes pueden ser internos o externos.

**- Protocolo:** Es el cumplimiento de las normas acostumbradas en diferentes actos.

**- Protocolo de atención al cliente:** Son sugerencias de diálogos, respuestas, actitudes y aptitudes que la organización espera que tenga todo funcionario con los clientes tanto internos como externos.

**3. PROTOCOLO EMPRESARIAL:**

**3.1 COMUNICACIÓN CON EL CLIENTE**

COMUNICACIÓN ESCRITA

Para lograr una comunicación escrita eficiente y que refleje la solidez de la organización, es necesario realizarla a través del formato previamente establecido y aprobado por el Gerente.

Toda comunicación escrita con los clientes debe tener el logotipo oficial de la organización y estar firmada por un funcionario responsable de nuestra organización. Tenga siempre en cuenta lo siguiente:

* El texto se redacta en forma clara, breve, directa, sencilla y cortés; de preferencia, se expresa en primera persona del plural, (nosotros) porque representa al ***CENTRO DE DIAGNOSTICO AUTOMOTOR DE CUCUTA CEDAC,*** así se trate de un solo firmante.
* En las comunicaciones comerciales se omiten los temas personales.
* En las cartas comerciales se utiliza tratamiento de usted.
* Es importante que la carta no presente errores técnicos, ortográficos, gramaticales ni de puntuación.
* La presentación de originales y copias debe ser impecable, sin borrones o repisados.
* **Siga el modelo presentado a continuación, utilizando siempre el membrete establecido para tal fin:**
* San José de Cúcuta, lunes 10 de Julio de 2014

Los datos del nombre de la ciudad de origen y la fecha de envío, en orden de día, mes y año

**Obligatorio**

* SEÑOR:
* Ernesto Rodríguez
* Director Administrativo
* EMPRESA S.A.

**Nombre completo**

* Calle 6 #3343 - Oﬁcina 403
* San José de Cúcuta
* 0001:

**Consecutivo de comunicaciones externas**

* Estimado, respetado o apreciado doctor Rodríguez:
* CONTENIDO

**Doctor, Ingeniero o señor para todo el personal.**

**Para las damas se acostumbra el nombre y para los caballeros el apellido**

* Atentamente,
* Cordialmente,
* Agradecemos su gentil colaboración,

**Cargo según el organigrama oficial**

* Gerente General
* CENTRO DIAGNÓSTICO
* AUTOMOTOR DE CÚCUTA CEDAC
* Anexo: uno (10 hojas)

**Opcional**

* Anexo: tres (dos disquetes y un cheque)
* Copia: Señor Julio Montoya, Director Técnico, ENCARGOS Ltda.

Identificación del transcriptor. Si la persona que firma es la misma que escribe la carta, no se necesita

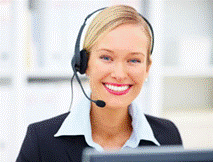
* María R

El control de las comunicaciones externas se registra en el formato MPO-0l-R-0l-l “Control de las Comunicaciones externas” en el cual cada persona que emite una comunicación interna consulta y registra el área que utilizo el numero radicado.

La identificación de áreas se encuentra relacionada en el siguiente cuadro

|  |  |
| --- | --- |
| **AREA** | **IDENTIFICACION** |
| Gerencia | Gerencia |
| Area operativa | Área op |
| Departamento de Contabilidad | Contabilidad |
| Oficina de Control interno | C. interno |

COMUNICACIÓN TELEFONICA



EL CENTRO DE DIAGNOSTICO AUTOMOTOR DE CUCUTA CEDAC. Debe presentarse ante sus clientes con una personalidad única, deﬁnida, clara, coherente y lógica, ejecutada por cada uno de nosotros.

Son muchos los elementos que conforman la identidad de una empresa y se traduce en su imagen, es decir, en lo que el público percibe de ella.

* **Transferencia de llamadas:** Atienda la llamada siguiendo las pautas anteriores.
  + Analice bien 1a clase de llamada, específicamente qué servicio requiere la persona.
  + Identiﬁque el nombre de quien llama.
  + Comunique al cliente rápidamente con la extensión o departamento que solicita,
  + Cuando el cliente le presente una inquietud que usted no está en capacidad de resolver, comuníquelo con un superior o con la persona que usted considere apta para resolverla.
  + Para transferir la llamada deberá hacerlo de la siguiente forma: *“Buenos días señora Gabriela, llama el señor Ernesto Rodriguez de LA EMPRESA S.A., él necesita información sobre contrato de servicios”.*
  + Al recibirla: *“Buenos días don Ernesto, me comenta Paola que usted necesita información sobre el contrato de servicios”.*
  + Cuando la persona solicitada o indicada para resolver un problema no se encuentra en su sitio de trabajo.’ “*En este momento no se encuentra el señor Gabriel, permítame su número telefónico y en el transcurso (tiempo) le doy solución a su inquietud”* y se registra en el formato FONOMEMO

***Etiqueta telefónica***

* Primero identifíquese claramente.
* Las llamadas telefónicas deben ser breves y al grano.
* Si fue usted quien hizo la llamada, es también quien debe poner fin a la conversación.
* Sea moderado en el tono de voz y jamás discuta por teléfono.
* Si la llamada se daña por motivos técnicos corresponde a la persona que originalmente hizo la llamada comunicarse de nuevo.
* Es bueno usar las palabras “Por favor” y “Gracias” al comenzar o terminar una llamada.
* ¿Número equivocado? Sencillamente dígalo y discúlpese con gentileza.
* Deje siempre un mensaje en el contestador automático.

***Recomendaciones***

* No permita que el teléfono repique más de tres veces.
* Procure que su conversación sea muy clara, serena, exacta, sin acento, sin emociones. Nunca se salga del plano netamente profesional.
* Recuerde que el cliente espera que lo escuche y sea resuelto problema con eficiencia, resolviendo las inquietudes normales que puedan surgir.
* Sea amable, simpático pero natural, evite las actitudes negativas al hablar, como la depresión, la agresividad, el desinterés o la apatía.
* Averigüe siempre el nombre de la persona con quien está hablando.
* Utilice un tono de voz agradable, sonría a través de su voz, module bien.
* Tenga siempre a mano, papel y lápiz y tome nota para que no olvide recados, detalles, etc.
* Sea breve.
* Cuando la persona no se encuentre o no pueda atender la llamada, trate de resolver su inquietud; si insiste en hablar exactamente con esa persona, torne el mensaje, de tal forma que el cliente quede satisfecho.
* No interrumpa nunca a la persona que está en el teléfono, se recomienda pasarle una nota.

Es muy agradable sentirse escuchado y valorado a través de una línea telefónica. El teléfono es una herramienta de doble filo:

En lo positivo puede verse como un facilitador para acortar procesos, descongestionar oficinas, dar agilidad al flujo de la información y acortar distancias.

En lo negativo, puede convertirse en un medio para visitas sociales, en un proceso de largas esperas, en una incomunicación de la empresa con el cliente debido al trato no agradable o a las necesidades no atendidas.

Quien tiene a su cargo el deber de comunicar a la CENTRO DE DIAGNOSTICO AUTOMOTOR DE CUCUTA CEDAC Con su entorno social, deberá estar siempre en la sana disposición de poder superar las necesidades o expectativas de quien llama y a su vez, deberá mantener la convicción de ser un puente entre cliente y el resto de la organización, en donde la acogida, la armonía, la serenidad, el buen trato, el respeto, la cordialidad y el conocimiento, deberán Ser la constante para mostrar’ a través del teléfono al CENTRO DE DIAGNOSTICO AUTOMOTOR DE CUC UT A CEDAC que muchos quizá no pueden visitar.

COMUNICACIÓN PRESENCIAL



CENTRO DE DIAGNOSTICO AUTOMOTOR DE CUCUTA CEDAC.

Espera que la persona responsable de comunicarse con los clientes externos sea muy amable, cortés y conserve un protocolo de conversación que lo haga sentir bien.

Establezca un ambiente agradable. Recuerde que los clientes juzgan a las organizaciones en base a:

* La calidad de los servicios que recibe,
* Lo que ven y oyen y,
* La forma en que los tratan.

Es responsabilidad de cada uno de nosotros es ayudar a crear y mantener un ambiente donde el público y los clientes se sientan bienvenidos y respetados.

***Recomendaciones***

* Utilice palabras que hagan que los clientes se sientan importantes y apreciados “Muy buenos días (o tardes), ¿Cómo está usted?, (Si sabe su nombre pronúncielo)... etc.”

Concluya la comunicación asegurándose de haber respondido eficientemente a cualquier duda, inquietud o reclamo que pudiera tener el cliente; “¿tiene usted alguna duda o pregunta?, no dude en informarme de algún problema o suceso respecto a la ejecución del contrato o la atención ofrecida por CENTRO DE DIAGNOSTICO AUTOMOTOR DE CUCUTA CEDAC.

**3.2 MANEJO DE CONFLICTOS:**

Durante la prestación de un servicio es muy común que nuestro interlocutor haga cometarios muy fuertes contra nuestra organización y critique su trabajo en forma agresiva y directa.

EL CENTRO DE DIAGNOSTICO AUTOMOTOR DE CUCUTA CEDAC, Espera que usted sea muy calmado LO ESCUCHE Y NO ENTRE EN CONTROVERSIA con el cliente.

CONFLICTOS TELEFONICOS

Cuando reciba una llamada de un cliente muy agresivo y fuera de su estado de control usted debe:

* Escucharlo y dejar que se descargue.
* No intervenir.
* Esperar a que reaccione.
* NO le siga el juego, no defienda a la organización no entre en su terreno. No emplee vocabulario igual.
* Una vez que se calme presente disculpas y comprométase a resolver la situación.
* Hágalo sentir importante, pero a su vez exija que se controle y no use expresiones bruscas.
* Sea exacto en la información que suministra, no vaya a dudar o a presentar la menor debilidad, de lo contrario el cliente se va a aprovechar de la situación.

CONFLICTOS PRESENCIALES

* Cuando un cliente se presente en la oficina fuera de su estado de control habitual, tiene rabia y descarga su agresividad contra nosotros. ¿Qué debe hacer?
* No intervenga, espere a que descargue su enojo.
* Mantenga la calma, recuerde que el cliente está insatisfecho con la situación y no con usted personalmente.
* La persona agresora debe ver que a usted no le afecta su actitud agresiva y que permanece inalterable, eso calma rápido su actitud.
* Un agresor es sordo, no escucha, es inútil tratar de racionar con él.
* Deje que la persona exprese su enojo o inconformidad. Mantenga la calma y escúchelo atentamente para determinar exactamente la causa.
* Póngase en la situación del cliente, trate de entender sus razones y de comprender la situación desde su perspectiva: “Puedo entender porqué está enojado”
* La paciencia y la comprensión hacen que la persona agresora se sienta mal, un poco enfadada pero apenada, en pocos segundos. En ese momento está listo su nivel de atención para que usted intervenga.
* Cuando el cliente se calme, hágale preguntas para llegar al meollo del asunto.
* Explique en forma técnica y exacta el problema de la persona y sus consecuencias. Sea claro en los términos de tiempo, espacio y consecuencias para las expectativas del cliente.
* Evite las justificaciones negativas tales como: “Nosotros no hacemos eso aquí” o “Lo siento, pero no podemos ayudarlo”.
* Asegúrese de que el agresor entiende y asimila la situación explicada
* Cerciórese de que el agresor está dispuesto a esperar el tiempo necesario para lograr una solución.
* Si está calmado, proceda a instalarlo en un sitio donde pueda descansar mientras usted arregla el problema.
* Sea claro, hable despacio, pausado. No haga grandes críticas del comportamiento del cliente, explique que usted no va a realizar comentarios al respecto.

Recuerde que si el conflicto lo identifica como un reclamo, debe registrarlo en el formato “Recepción y tratamiento de quejas y reclamos”, según los pasos contemplados en el procedimiento “Tratamiento de quejas y reclamos”

**3.3 CULTURA ORGANIZACIONAL:**

EL CONCEPTO DEL SERVICIO

* EL SERVICIO MAS QUE UNA ACTIVIDAD ES UNA ACTITUD manifestada en las acciones que nos ayudan a satisfacer las necesidades y expectativas del cliente para lograr así su fidelidad.
* UN SERVICIO NO ES TANGIBLE solo se puede percibir cuando se está recibiendo, por eso cada interacción con el cliente es una oportunidad para mejorar la percepción que se tiene de la entidad.
* Es la sensación que queda después de una INTERACCIÓN ENTRE EL CLIENTE INTERNO Y CLIENTE EXTERNO, momento en el cual se hace realidad los componentes del servicio y el cliente juzga la calidad de lo que ha recibido.
* La experiencia derivada de un servicio, ES INTRANSFERIBLE no se puede vender a un tercero es una vivencia individual.
* Si se prestó un servicio inadecuadamente este NO SE PUEDE REVOCAR
* La prestación de un servicio requiere de INTERACCIÓN HUMANA.
* La Calidad del Servicio se identifica en el momento en que se SUPERA LA EXPECTATIVA DEL CLIENTE

**Es la disposición y gusto con la que un Trabajador satisface las necesidades de un Cliente**

**LA ACTITUD… es la clave para prestar un buen servicio!**

**LA ACTITUD... es la clave para cualquier relación que se tenga con el cliente o compañero de trabajo!**

**LA ACTITUD... afecta el desarrollo de su trabajo!**

**LA ACTITUD... reconforta y brinda la posibilidad de sentir la satisfacción**

**LOS PECADOS DEL SERVICIO**



* LA INDIFERENCIA
* EL INCUMPLIMIENTO
* EL IRRESPETO
* LA INSEGURIDAD
* LA INCOMPETENCIA
* LA SUPERIORIDAD
* EL ROBOTISMO
* LA EVASION

**COSTUMBRES QUE NO CONTRIBUYEN A LA BUENA RELACIÓN CON EL CLIENTE**

* **Ser insensible a las necesidades de los clientes.**
* **Mostrar mala actitud hacia el trabajo.**
* **Ser perezoso.**
* **No tener cuidado con el trabajo que usted hace.**
* **Nunca dejar lo que está haciendo para ayudar a un cliente.**
* **No ser amigable.**
* **Parecer aburrido y deprimido en el trabajo.**