



Evolución en el Servicio **¡Bienvenidos!**

Expectativas del Taller

Ejercicio:

Responder

¿Qué espero del taller?

¿Qué estoy dispuesto a dar?

¿Qué se vale?

¿Qué no se vale?



Objetivo

- **Concientizar** a los participantes acerca de la importancia de la **calidad del servicio** que proporcionan a clientes internos y externos.
- **Generar** una excelente **actitud de servicio** en todos los colaboradores de Cinépolis.
- Crear **planes de acción** de acuerdo al análisis de las necesidades de los clientes, para elevar el nivel del servicio que se les proporciona.



Parejas Disparejas



La calidad en el servicio es una demanda

- Toda organización debe dar respuesta a las necesidades que tienen sus clientes.
- La calidad en el servicio que se ofrece a los clientes es esencial para que la organización pueda sobrevivir y prosperar.
- La cultura del cliente ha evolucionado aceleradamente en cuanto a su nivel de exigencia respecto a los productos o servicios que recibe.
- Todo cliente exige que se le resuelva su necesidad y espera que esa experiencia sea lo más satisfactoria posible.

La calidad en el servicio en el mundo

- Para las empresas resulta complicado ponerse en los zapatos del cliente; pues como empresas el 80% considera que su servicio es bueno o excelente.

¡Sólo el 8% de los clientes coincide con esta impresión!

- 60% del posicionamiento de experiencia se realiza en los primeros 4 segundos; de estas impresiones 15% son conscientes y 85% inconscientes. Una mala experiencia puede permanecer en nuestra mente por 25 años.

Crea un vínculo con el cliente

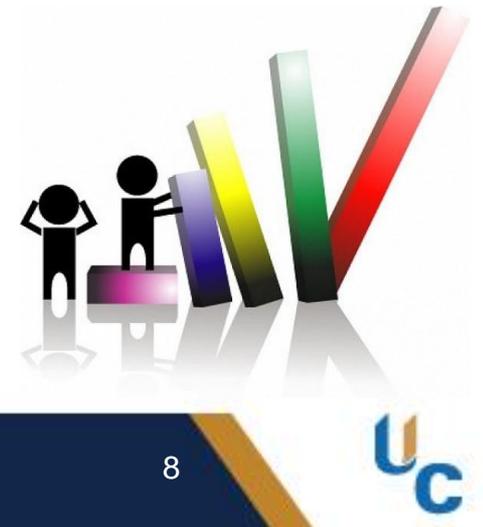


Producto + Servicio + Experiencia = Satisfacción del Cliente

La calidad en el servicio en tu país

- ¿Cuál es tu percepción del servicio en tu país?

- ¿Las empresas se preocupan mas por sus finanzas que por el servicio que otorgan?



La calidad en el servicio es un reto y un compromiso para todos

La calidad que dé nuestra Empresa a sus clientes finales, depende de cada uno nosotros.

Aun cuando nuestro servicio lo demos a personas y áreas internas, la calidad con la que les atendamos será determinante en el servicio al cliente final.

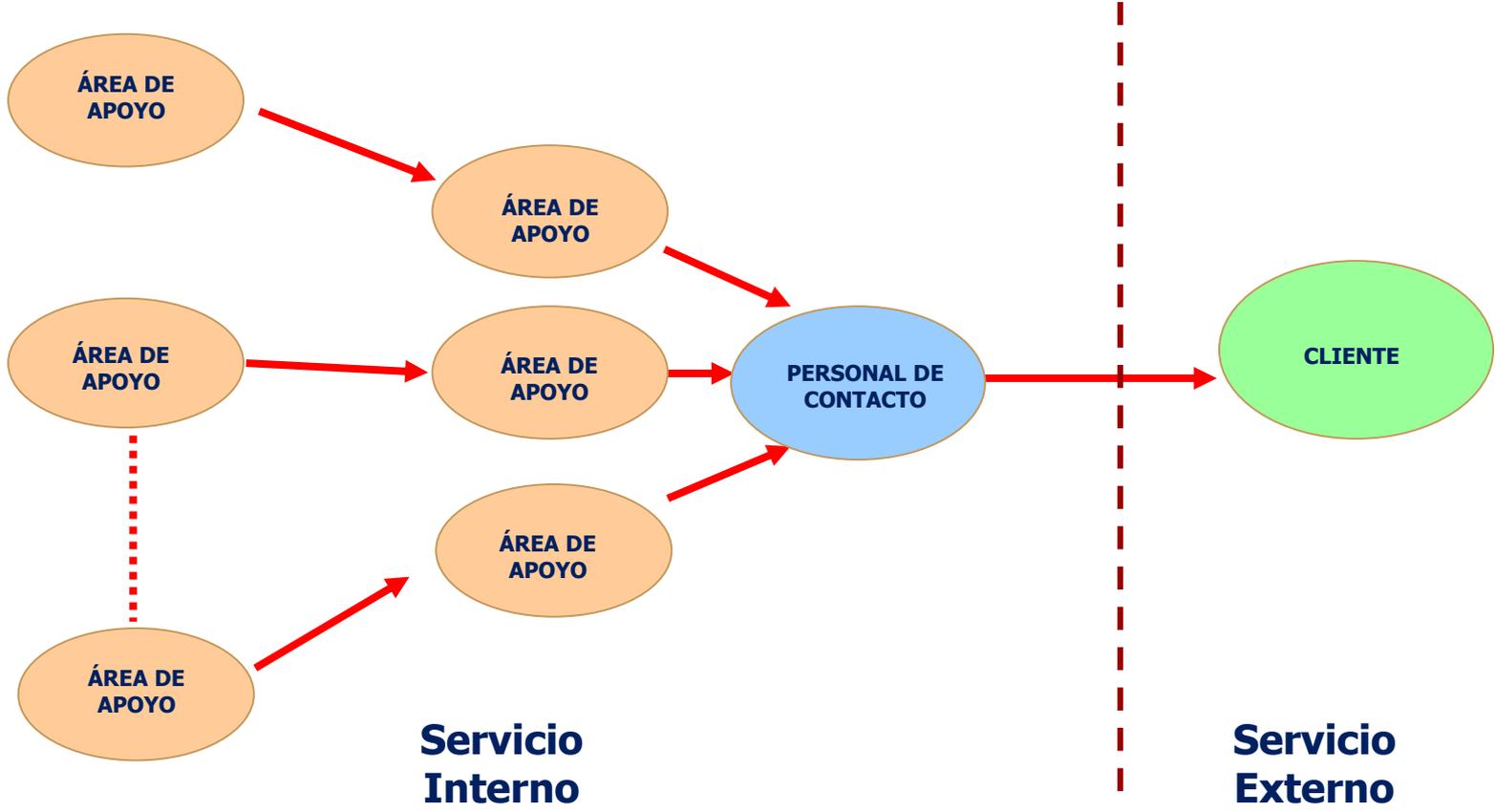


***“Aunque no atiendas directamente al cliente final,
tu trabajo es apoyar a alguien que sí lo está
atendiendo”***



Queremos trabajar contigo!!

Cadena cliente - proveedor



Lo que el cliente espera del servicio,
determina su nivel de calidad

¿Qué entendemos por servicio de calidad?

La experiencia del servicio se determina por:

- Lo que el cliente espera y
- La percepción de satisfacción que obtiene.



Lo que el cliente espera del servicio,
determina su nivel de calidad

¿Qué entendemos por servicio de calidad?

Un servicio de calidad se logra cuando:

El cliente percibe que sus
necesidades y expectativas
fueron cubiertas y queda
satisfecho, a través de:

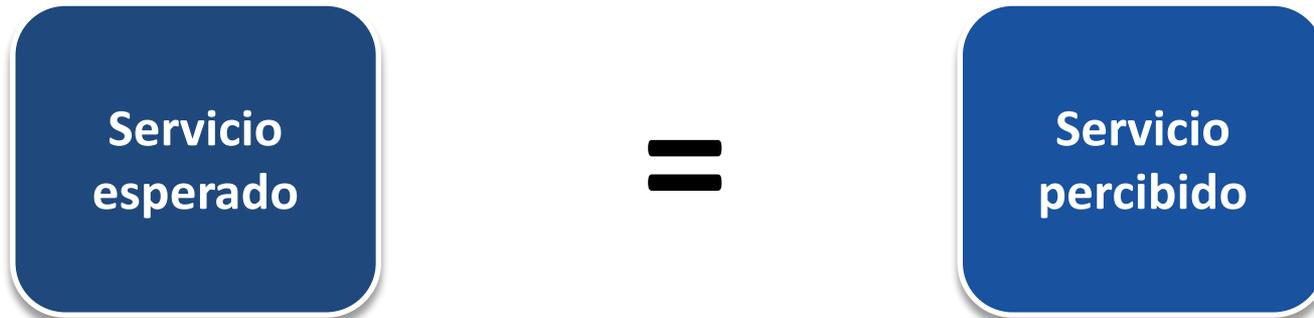
- Las acciones con las que fue atendido y
- Los productos que recibió



Lo que el cliente espera del servicio,
determina su nivel de calidad

¿Qué entendemos por servicio de calidad?

El servicio de calidad se da con la siguiente relación:



Lo que el cliente espera del servicio,
determina su nivel de calidad

Una brecha aparece cuando lo que el cliente espera,
no se cubre con el servicio.

Servicio esperado

≠

Servicio percibido



Lo que el cliente espera del servicio,
determina su nivel de calidad

Calidad del Servicio desde el punto de vista del cliente

- Escucha a tu cliente.
- Ten actitud de sincera de comprender lo que el cliente necesita.
- Cuida el como haces entrega de tu producto y servicio.
- Enfócate en aquello que provoque recomendación.



Existe un principio fundamental que se debe respetar:

- “Es el cliente quien define las características de calidad del servicio que se le proporciona”.
- Esas características constituyen los “atributos del servicio.”



Momento de Verdad

Servicio Impresionante



Video

Es una iniciativa integral para alinear la visión de Cinépolis poniendo al cliente en el centro de toda nuestra actividad.

Nuestros estándares internos tienen que evolucionar alineándose a las necesidades de nuestros clientes, aplicando una visión de afuera hacia adentro.



Las áreas que integran esta iniciativa son:

Producto

- ✓ Disponibilidad y Calidad

Orden y Limpieza

- ✓ Baños y Salas

Proyección y Sonido

- ✓ Imagen perfecta y claridad de sonido

COmodidad

- ✓ Butacas y Temperatura

Rapidez

- ✓ Tiempos en Fila

Nivel de Servicio Sorprendente

- ✓ Amabilidad y Empatía



Metodologías de Cinépolis para conocer el Nivel de Satisfacción de sus Clientes con el Servicio



Formatos T.S

Momento de Verdad

¿Cómo se define “Momento de Verdad”?

Un Momento de Verdad es ese preciso instante en que el cliente se pone en contacto con nuestra Compañía y sobre la base de ese contacto, se forma una opinión acerca de la calidad del servicio.

Momento de Verdad



Momento de Verdad

- Por sí solo, no es positivo o negativo.
- Es la forma como se maneje ese preciso encuentro lo que convierte al momento de verdad en una experiencia negativa o positiva para el cliente.
- No implica necesariamente contacto humano.
- El cliente experimenta un momento de verdad, por ejemplo, en condiciones como las siguientes: el sitio es limpio y agradable; los señalamientos están colocados lógicamente y son fáciles de leer.



¿Qué es el Ciclo del Servicio?

- Es un mapa de los Momentos de Verdad, a medida que los experimentan los clientes.
- El ciclo de servicio se activa cada vez que un cliente se pone en contacto con el negocio.
- El valor de hacer los ciclos del servicio para las diferentes áreas de la organización consiste en que se puede mirar a través de los ojos de los clientes o usuarios.

El Ciclo del Servicio

Construcción del Mapa del Ciclo del Servicio

Instrucciones:

1. Construir el ciclo del servicio siguiendo la figura de un círculo.

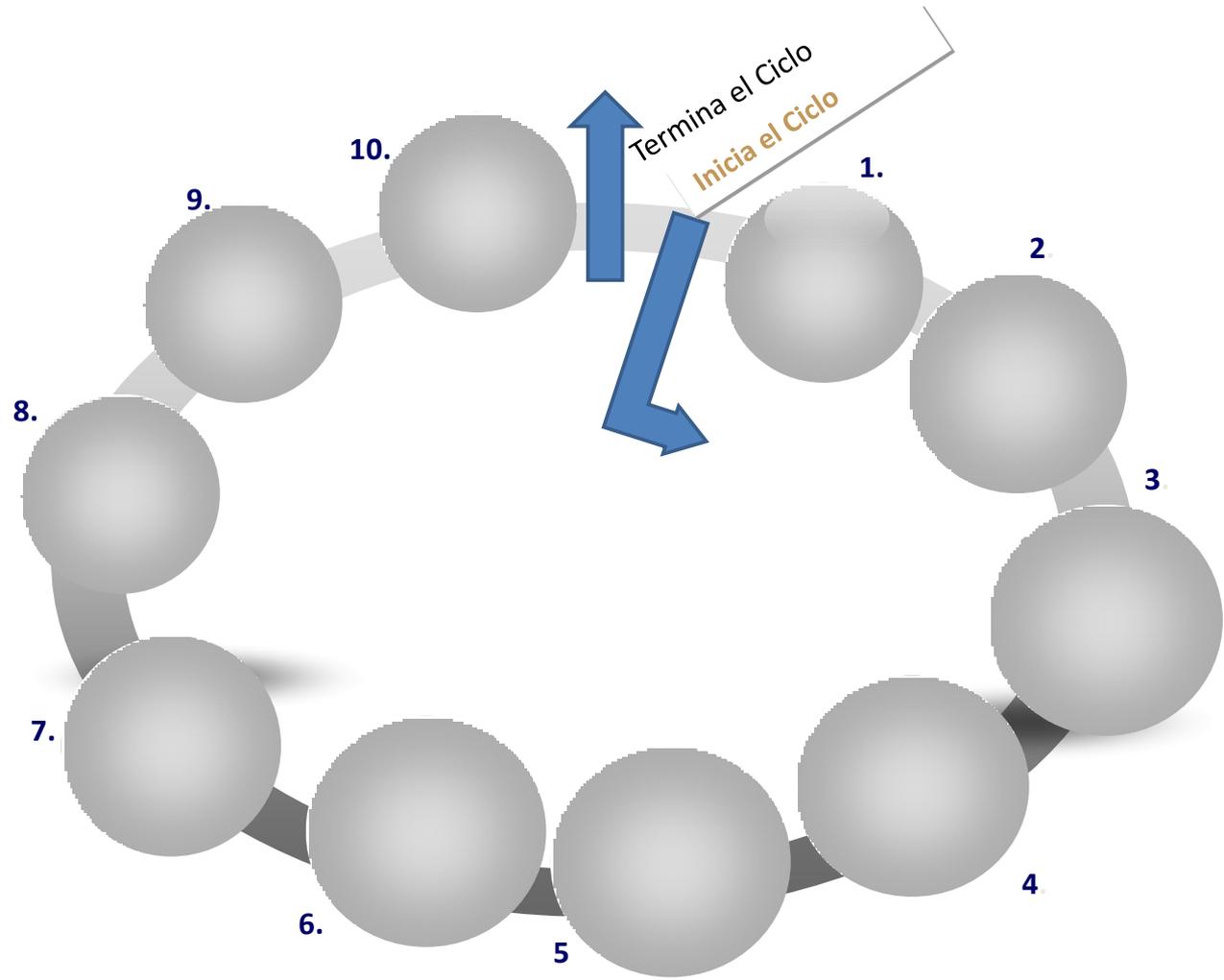
2. Cada equipo, por especialidad, construye un Ciclo del Servicio, con su hoja de rotafolio.

3. El círculo servirá como marco de referencia para hacer la lista de los diferentes momentos de verdad.

4. Es importante enumerar los Momentos de Verdad en su orden de sucesión acostumbrada.

5. Es clave que cada Momento de Verdad sea descrito desde el punto de vista de lo que experimenta el cliente.

El Ciclo del Servicio



La urna de la fortuna



La urna de la fortuna

Entrega del producto o servicio al cliente



Los Momentos Críticos de Verdad son aquellos que, si no se manejan positivamente, conducen al descontento del cliente, a la pérdida de lealtad para nuestro servicio, y a la posible pérdida por completo del cliente.



Identificación de momentos críticos

Ejercicio:

- Cada equipo señala los Momentos Críticos de Verdad, en su Ciclo del Servicio.
- Para señalarlos, se encierran en círculos.



Ejercicio

Presentación de ciclos y momentos críticos de verdad

Cada equipo presenta su Ciclo de Servicio y los Momentos Críticos de Verdad identificados.



Ejercicio

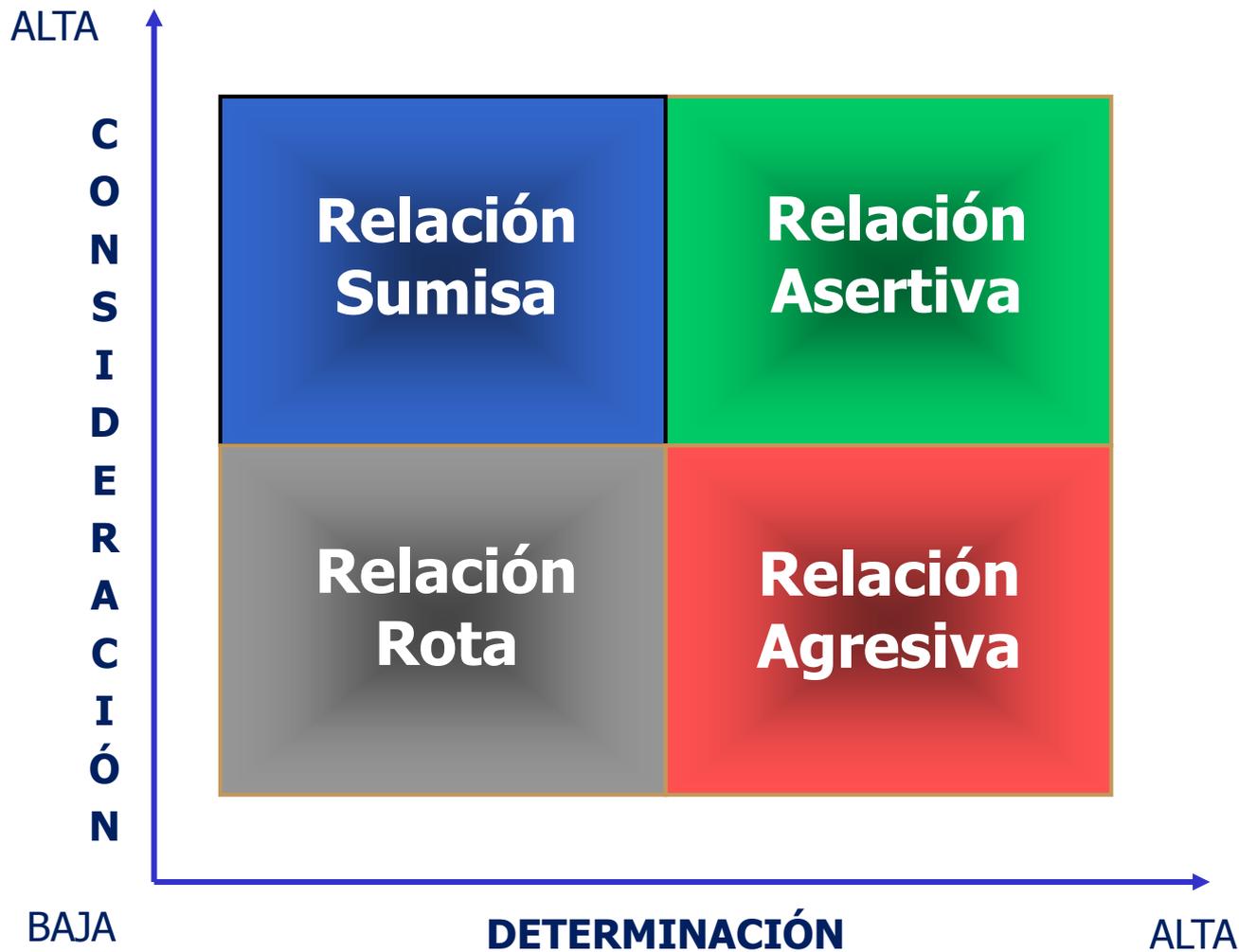
Interrelación Humana en el Servicio

Los Pecados en el Servicio

1. “Tratar al cliente con apatía”
2. “Desairar al cliente”
3. “Ser frío con el cliente”
4. “Tratar al cliente con aire de superioridad”
5. “Trabajar como robot”
6. “Ceñirse al reglamento”
7. “Dar evasivas al cliente”

Interrelación Humana en el Servicio

Matriz de conductas en el Servicio



Aplicando nuestra creatividad



Ejercicio

Elaboración del Plan de Mejora del Servicio en mi área



Ejercicio

La Industria Aeronáutica



Ejercicio

Gracias

