

Servicio al Cliente en Situaciones de Contingencia



*Expositora: Marisol Miroslava
Montes de Oca Olivo*

Ciudad de México 26 octubre 2020

OBJETIVO DEL PROGRAMA:

Se brindará algunas recomendaciones en relación al Servicio al Cliente en el segmento de Clubs Vacacionales, de acuerdo a los cambios, adecuaciones que se presentaron este año 2020.



TEMARIO:

1. Servicio al cliente ante situaciones de contingencia

2. Manejo de la comunicación con los clientes

3. Competencias del equipo de trabajo para brindar una mejor atención al cliente

4. Resiliencia en los momentos críticos de la verdad

¡Nos daremos un tour por el Servicio al Cliente!



1. Servicio al cliente ante situaciones de contingencia

Imaginación

Reevaluar

Confianza

N
O
R
M
A
L
I
D
A
D

Empatía

Preguntas

Cambios



Preguntas

Han surgido muchas preguntas algunas con una pronta respuesta otras inclusive todavía no se tiene una contestación concreta. Lo importante es dar respuestas coherentes y sobre todo agilidad en los tiempos.

Cambios

Nuevas condiciones de trabajo, necesidades de los clientes adaptación tecnología, horarios de servicio diferentes.

Reevaluar

Identificar y categorizar las necesidades de los clientes y sobre todo la probabilidad de abandono.



Imaginación

“En los momentos de crisis, sola la imaginación es más importante que el conocimiento”

A. Einstein

Empatía

- ✓ Con nuestros colaboradores y clientes
- ✓ Mostrar preocupación
- ✓ Simplificar procesos
- ✓ **Flexibilidad**

Confianza

Nuestra mayor pasaporte con nuestros clientes

Normalidad

Con esta nueva normalidad es aprender a vivir, e innovarnos...





➤ Una Experiencia no grata

- Cuando se realizó la compra indicó un período de entrega, mismo que indicaba que mediante un e-mail se recibiría el proceso de entrega.
- No se recibió ningún e-mail, se hizo contacto con el proveedor, muy complicado comunicarse todo muy “robótico” por cualquier medio.
- Nunca dio seguimiento, ni hizo contacto con el cliente y no cumplió con el período de entrega

¿Qué no hizo bien este proveedor?

- X No mostró preocupación cero **EMPATÍA**
- X Por los aspectos anteriores generó **DESCONFIANZA**





✓ Buena Experiencia

- Cuando se realizó la compra al llegar el No de orden no se recibió la fecha de entrega
- Se realizó contacto con el proveedor explica que tiene mucha demanda en el producto, sin embargo en ese momento indican fecha de entrega, e inician con seguimiento.
- Dentro del tiempo que estipuló de entrega, llegó en tiempo y forma (dos días antes de lo indicado)

¿Qué hizo bien este proveedor?

- ✓ Respondió oportunamente a las **PREGUNTAS**
- ✓ Identificó las necesidades de su cliente **REEVALUO**
- ✓ Mostró preocupación **EMPATÍA**
- ✓ Por los aspectos anteriores generó **CONFIANZA**



2. Manejo de la comunicación con los clientes

“Para que podamos convencer a los clientes externos debemos convencer a los clientes internos”

1. Mayores consultas en línea (e-commerce), telefónicas (limitadas)
2. Canales de comunicación (diferentes plataformas)
3. Claridad, transparencia en la comunicación (rol importante)
4. Tiempos de respuesta



Industrias que han tenido mayor demanda de sus clientes durante la contingencia

- ✓ Turismo en general
- ✓ Transporte aéreo
- ✓ Telecomunicaciones e internet
- ✓ Banca
- ✓ Educación
- ✓ Salud



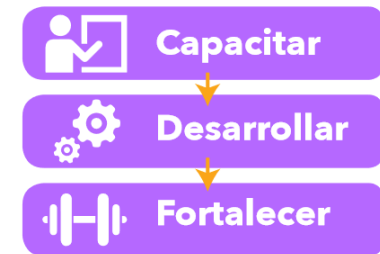
Sugerencias:

1. Abierto al cambio
2. Reaccionar rápidamente
3. Determinar estrategias
4. Procesos ágiles (es posible que algunos aún se encuentren justamente en un proceso)
5. Uso de la tecnología a nuestro favor
6. Empáticos con nuestros colaboradores y clientes



3. Competencias del equipo de trabajo para brindar una mejor atención al cliente

1. Iniciativa
2. Habilidad en las negociaciones
3. Manejo de las objeciones
4. Trabajo en equipo



4. *Resiliencia en los momentos críticos de la verdad*

Capacidad de reponerse a los momentos críticos o sobre ponerse a una situación o reclamación

1. Identifica la situación
2. Responder con eficacia
3. Encontrar o dar una solución
4. Aprende de la situación

“...la capacidad de resiliencia del turismo está a prueba”



***“Tus clientes más insatisfechos son
tu mayor fuente de aprendizaje”***

Bill Gates





 **AMDETUR**
Asociación Mexicana
de Desarrolladores Turísticos



A tropical beach scene with a palm tree, turquoise water, and a blue sky with clouds. The text is overlaid on the image.

¿Alguna pregunta?

Datos de contacto:

Marisol Miroslava Montes de Oca Olivo

E-mails:

mariso-m@resorts-advantage.com

miroslavaolivo@yahoo.com.mx

Cel. 5513420157



Semblanza:

Marisol Miroslava Montes de Oca Olivo

Experiencia Profesional :

- Con más 31 años de experiencia en el sector turístico en la operación en las áreas de Atención a Socios, Reservaciones, Calidad, Cobranza, Capacitación, mi trayectoria ha sido en Clubs Vacacionales como: Club Meliá, The Club at Presidente, Travel Smart Vacation Club, Krystal Vacation Club, Raintree Vacation Club - Bancomer División Turismo, Pacifica Ixtapa Club, Hoteles Misión, Aak Bal, Campeche. - Grupo ICA

Participaciones:

- Recientemente en la revista NOTITUR- AMDETUR se publicó un artículo:
- El Servicio clave para satisfacer las necesidades del cliente

Formación Escolar:

- Maestría Administración de Negocios (MBA) - Universidad del Valle de México
- Diplomado en Centros de Contacto y Áreas de Interacción con Clientes - Universidad Anáhuac
- Diplomado en Liderazgo - Tecnológico de Monterrey
- Diplomado en Reclutamiento y Selección Eficaz - Tecnológico de Monterrey
- Diplomado en Comunicación - Tecnológico de Monterrey
- Diplomado en Formación de Instructores - Tecnológico de Monterrey





**Educación
Continua**
Iniciativa de Aprendizaje

Situación del Servicio

Factores Clave

- Personas no asistirán a lugares físicos.
- Los Contact Centers estarán cerrados.
- La tecnología de Servicio al Cliente no está preparada para el trabajo remoto.



Socialmente distante, y más conectado que nunca.

