



GUIA DE SINTESIS ATENCION DE CLIENTES TERCERO MEDIO CONTABILIDAD PROFESORA MONICA CARRASCO SILVA

Fecha desde: Noviembre 23 a 04 diciembre 2020

Nombre:..... Nivel: 3ª Contabilidad 8 PUNTOS TOTAL

OA: 1 Atiende a clientes externos, según sus demandas, preferencias y expectativas utilizando herramientas de relaciones públicas y aplicando los protocolos definidos por la empresa sobre la materia.
OA: 2 Atiende a clientes externos, conforme a las políticas establecidas y los protocolos de comunicación vigentes, utilizando los medios electrónicos e informáticos disponibles para ellos.

LAS RELACIONES PÚBLICAS Y PROTOCOLOS DE ATENCIÓN.

La comunicación empresarial es aquella que permite poner en contacto a la empresa con los clientes, proveedores, etc...Sin embargo para que esta sea conocida y reconocida en el mercado requiere de una herramienta comunicacional muy importante que son las relaciones públicas.

Las relaciones públicas se refieren a las actividades de tipo profesional, siendo estas funciones las cuales se ocupan de hacer la promoción y el prestigio de la imagen pública tanto de una empresa como también de alguna persona. Todo esto a través del trato de manera personal con diversas personas al igual que con diferentes entidades. Esto nos lleva a pensar en el cliente potencial y/o el cliente real que acude a nuestra área o estudio contable.

ORGANIZACIÓN DE ESTUDIO CONTABLE.

La estructura organizacional que soporte los requerimientos de los clientes de hoy, inmersas en un contexto complejo y dinámico debe ser concebida en función de los principios de delegación motivación y la continua interacción en equipos altamente capacitados en los cuales la identificación de sus miembros con los fines últimos de la organización a la que pertenecen sea una de los variables determinantes del éxito perseguido.

Los profesionales que se desempeñan en el área de contabilidad, deben adaptarse a los problemas que atraviesan las medianas y pequeñas empresas, como son el incremento de la presión tributaria, mora en el pago de las obligaciones, dificultades para el acceso al crédito y baja rentabilidad de las empresas que sumado a los anteriores puede llevar a la discontinuidad de la actividad o a la necesidad urgente de replantear su posicionamiento en el mercado.

El asesor –contador es la nueva figura que aparece en nuestros días, el cual debe adaptar su estudio a las necesidades de los clientes, la meta de hoy es el cliente totalmente satisfecho, con lo cual se debe tratar de que el empresario sienta que recibe un servicio más del esperado.

ATENCIÓN Y SERVICIOS AL CLIENTE DEL CONTADOR.

Una estrategia eficaz empleada por las empresas, es asignar a cada usuario de los servicios un responsable de clientes (contador/a) que resuelve la rutina mensual y los problemas de índole operativa que pudieran surgir. Los responsables de clientes desarrollan su actividad bajo la supervisión de un coordinador de área (jefe), quien controla los productos finales. El contador realiza visitas, atiende entrevistas personales y resuelve consultas telefónicas. A continuación se detallan las áreas de competencia con sus respectivas tareas a las cuales se verá enfrentado.

TÉCNICAS DE COMUNICACIÓN CON EL CLIENTE EXTERNO

El protocolo cara a cara pretende ser una guía de servicio al cliente, en los proceso de preselección y selección de Clientes optimizando la calidad de la comunicación entre el entrevistador y el entrevistado.

Entre cuyos factores o atributos se encuentra desde el saludo, forma y modo de trato con el cliente. Si dado el caso el trato cara a cara con el cliente es un problema, es casi seguro que la empresa tiene otros problemas más profundos, pero en realidad cuáles son esos problemas; esto es algo que sólo se puede saber mediante un diagnóstico.



GUIA DE SINTESIS ATENCION DE CLIENTES

TERCERO MEDIO CONTABILIDAD PROFESORA MONICA CARRASCO SILVA

El contacto directo con la gente es la esencia del Servicio al Cliente, el mejoramiento de este contacto, no puede conseguirse aisladamente, es por eso que es de vital importancia actuar con naturalidad y buena disposición no utilizando nunca una "sonrisa estereotipada" que muestre un gesto de desatino. Sobre todo se debe incidir en el adecuado contacto cara a cara, conocedores que el cliente se comunica con el No-Cliente: No importa cuánto, todos deben respetar a sus clientes. "saber escuchar es una habilidad en sí misma tan difícil, por lo menos como el saber hablar"

EL CORREO ELECTRÓNICO Y EL SERVICIO AL CLIENTE EN INTERNET

En el mundo de Internet, la importancia del Servicio al Cliente es mucho mayor que en el mundo 'real', pues no hay ningún tipo de contacto 'cara a cara' entre Usted y su cliente. Todo lo que un cliente debe hacer para evaluar su producto o servicio es el de analizar como su sitio web interactúa con el (ella) en línea y la forma como usted responde a sus inquietudes.

Asumiendo que usted tiene una sede web amigable para el usuario final y un diseño profesional, todo quedará en manos de una COMUNICACION EFECTIVA.

LA COMUNICACIÓN TELEFÓNICA

¿Qué es la etiqueta telefónica?

Es la manera de hablar y dirigirse a un cliente por teléfono en una empresa o en un centro de servicio telefónico (call center). Es importante que todos en la empresa usen la misma etiqueta, es decir el mismo tono, las mismas frases y la misma educación. ¿Por qué es tan importante? Porque esto creará un servicio de atención al cliente homogéneo sin importar el día y la hora en la que se comunique el cliente.

Tener una buena etiqueta telefónica puede ser la diferencia entre un cliente satisfecho y uno que decida buscar a la competencia.

PROTOCOLOS DE COMUNICACIÓN

Uno de los aspectos más cruciales en una empresa es la comunicación, no sólo a nivel externo, también a nivel interno. Una buena comunicación es clave para el éxito empresarial. Por eso, es importante establecer protocolos de comunicación conocidos y seguidos por todos los trabajadores. Saber cómo dirigirse a un cliente, proveedor o compañero, qué medio utilizar para ofrecer cada tipo de información, los canales a seguir o qué documentos deben llevar el logo de la empresa, ayudará a mejorar las relaciones tanto dentro como fuera de tu empresa y a ofrecer una imagen mucho más profesional.

Es a través de los protocolos de comunicación desde donde se establecen las normas y requisitos que todos los miembros de la empresa deben seguir a la hora de comunicarse con los demás. Los protocolos de comunicación pretenden ser una guía, un documento que oriente no sólo al departamento de comunicación o marketing de la empresa, sino al conjunto de trabajadores, con independencia del departamento en el que trabaje o la función que realice.

PLAN DE COMUNICACIÓN, ANÁLISIS DAFO

El plan de comunicación de una empresa es el documento o la hoja de ruta que nos servirá para planificar todas las acciones comunicativas de una empresa y reforzará al plan de social media marketing.

El documento ofrece cuándo y cómo se van a poner en marcha estas acciones con el fin de alcanzar los objetivos fijados.

ANÁLISIS INICIAL: DAFO, es la primera herramienta a utilizar para elaborar un plan de comunicación.

Es fundamental realizar un análisis interno y externo de nuestra situación.



GUIA DE SINTESIS ATENCION DE CLIENTES

TERCERO MEDIO CONTABILIDAD PROFESORA MONICA CARRASCO SILVA

Para realizar este diagnóstico será de gran ayuda elaborar un DAFO, mediante el cual analizaremos nuestras debilidades, fortalezas, amenazas y oportunidades. (Análisis de la empresa). Debemos recordar que las Fortalezas y las Debilidades son factores internos y las Amenazas y Oportunidades son factores externos de la empresa.

Síntesis: Conocer el mundo empresarial y específicamente el área contable y sus funciones, nos permitirá manejar adecuadamente los problemas e inquietudes que presentan habitualmente de los clientes.

Actividad: Términos pareados, asigne el número correspondiente de la columna A, en la columna B, de acuerdo a los contenidos entregados en esta guía. 1 PTO.C/U

COLUMNA A		COLUMNA B
1	Plan de comunicación	Los profesionales que se desempeñan en el área de contabilidad, deben adaptarse a los problemas que atraviesan las medianas y pequeñas empresas, como son el incremento de la presión tributaria, mora en el pago de las obligaciones,
2	Correo electrónico	Es asignar a cada usuario de los servicios un responsable de clientes (contador/a) que resuelve la rutina mensual y los problemas de índole operativa que pudieran surgir
3	Organización de Estudio contable	Se refieren a las actividades de tipo profesional, siendo estas funciones las cuales se ocupan de hacer la promoción y el prestigio de la imagen pública tanto de una empresa como también de alguna persona
4	Protocolos de comunicación	Entre cuyos factores o atributos se encuentra desde el saludo, forma y modo de trato con el cliente.
5	Relaciones publicas	Todo lo que un cliente debe hacer para evaluar su producto o servicio es el de analizar como su sitio web interactúa con el (ella) en línea y la forma como usted responde a sus inquietudes.
6	Análisis DAFO	Es el documento o la hoja de ruta que nos servirá para planificar todas las acciones comunicativas de una empresa y reforzará al plan de social media marketing.
7	Protocolo cara a cara	Se establecen las normas y requisitos que todos los miembros de la empresa deben seguir a la hora de comunicarse con los demás.
8	Atención y servicios al cliente del contador	Mediante esto analizaremos nuestras debilidades, fortalezas, amenazas y oportunidades.

Registre de manera manuscrita el desarrollo de la actividad. Se solicita tomar fotografías legibles de las respuestas y enviar al correo de la profesora.

Enviar a monica.carrasco@colegiofernandodearagon.cl Classroom



GUIA DE SINTESIS ATENCION DE CLIENTES
TERCERO MEDIO CONTABILIDAD PROFESORA MONICA CARRASCO SILVA