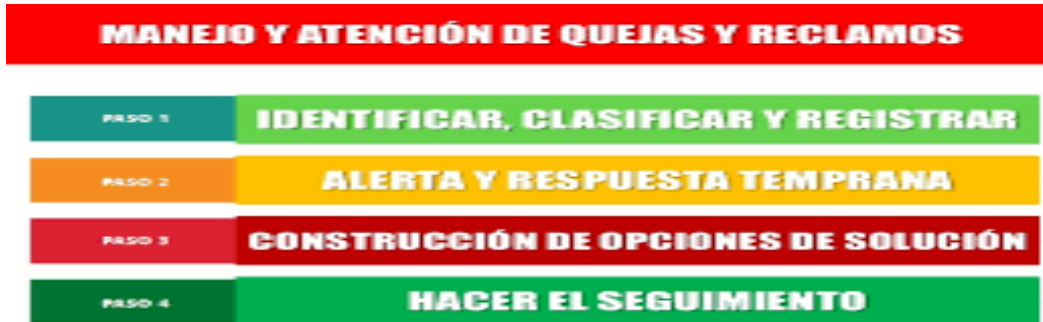


Guía para el Aprendizaje N° 7 Atención de Clientes

Nombre: Curso: Fecha: 01 a 30 septiembre 2021

CONTENIDO: Gestión y manejo de quejas

OA: Clientes internos y externos de la empresa, de acuerdo a sus necesidades y demandas, aplicando técnicas de relaciones públicas, de comunicación oral y escrita, en forma presencial o a distancia, vía teléfono, correo electrónico u otro medio.



Conceptos Clave

Cliente: Persona, empresa u organización que adquiere productos y/o servicios de otras personas, empresas y/u organización, con el fin de satisfacer una necesidad determinada.

Consumidor: Es aquel usuario final de los bienes servicios que ofrece una empresa.

Servicio de Atención a Clientes: Son el conjunto de acciones que ejerce una empresa para relacionarse con sus clientes, con el objetivo de que éste adquiriera el producto y/o servicio adecuado en el momento que lo necesite y en el lugar correcto. La atención a clientes no termina con la compra o consumo de los bienes y servicios, también integra el servicio de postventa

Servicio de Post Venta: Consiste en todas aquellas acciones por parte de la empresa destinadas a mantener la satisfacción del cliente después de que éste ha adquirido los bienes y/o servicios, con el objetivo principal de fidelizarlo. Una venta no termina cuando el cliente paga, la meta de la empresa es que el cliente logre una satisfacción total, incluso después del consumo del bien y/o servicio que adquirió.

Sugerencias: Son las propuestas de parte de los clientes que contengan elementos de mejora en la prestación de los servicios ofrecidos.

Quejas: Son aquellas situaciones que evidencia el cliente cuando denuncia problemas o situaciones derivados de mala atención por parte del personal, ya sea por problemas de comunicación u otro que tenga que ver con el trato recibido.

Reclamos: Son todas aquellas denuncias por parte de los consumidores cuando hay un grado de insatisfacción o disconformidad respecto a la calidad del servicio o producto recibido, ya que estos no cumplen con las expectativas debido a falencias por parte de la empresa. Cuando un cliente hace un reclamo espera una respuesta o solución a su problema.

Apliquemos lo aprendido.

Actividad 1

1-. ¿Cuál es la diferencia entre un cliente y un consumidor?

.....

.....

.....

2-. ¿Cuál es la diferencia entre una queja y un reclamo?

.....

.....

.....

El Ejecutivo de Atención al Cliente: la imagen de la empresa

En la atención de clientes, entre sus diferentes aspectos, se puede mencionar como uno de los más importantes **el conductual**, que está relacionado con la conducta que el empleado debe asumir al estar en su horario laboral. Una empresa no solo está representada por los productos o servicios que comercializa u ofrece, sino que también por la forma en que se comportan sus empleados en el ámbito laboral.

¿Estás de acuerdo con el párrafo anterior, por qué?

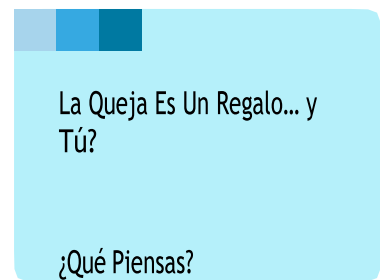
.....

.....

.....

.....

.....



La Queja Es Un Regalo... y Tú?

¿Qué Piensas?

Gestión de Reclamos y Quejas

Al hablar de reclamos y quejas, inmediatamente se piensa en algo negativo y que generará problemas. Sin embargo, una gestión adecuada de las mismas, puede significar una oportunidad de mejora y fiato con el cliente, ya que evidencia problemas de diversa índole en todo el proceso en que la empresa tiene contacto con el cliente.

Por lo anterior, es importante tener en cuenta que las quejas y los reclamos nos entregan una información valiosa:

Nos permiten **conocer** la percepción que el cliente tiene de nuestros servicios.

Nos sirve de **guía** para mejorar, pues nos sirven para corregir defectos o errores que repetimos sistemáticamente sin darnos cuenta.

Son una **oportunidad** para afianzar nuestra relación con el cliente, se sentirá atendido, escuchado, y como parte valiosa que aporta información de mejora a la empresa.

Nos facilitan **información** acerca de las necesidades y expectativas de los clientes.

Si no conocemos el error, no podemos evitar que se vuelva a repetir, si no sabemos porque se ha producido, no podremos evitar que se vuelva a producir.

La clave de una gestión óptima de las quejas es que sirvan para reducir al máximo los motivos que las producen.

Gestionar bien las quejas es la mejor manera de fidelizar clientes, puesto que transmite una imagen de empresa interesada en la atención y servicio al cliente.

Manejo de Reclamos y Quejas

Un buen manejo de reclamos y quejas debería considerar los siguientes pasos:

1.- Prestar atención al recibir un reclamo o queja (por escrito) y mostrar disposición e interés en ayudar al cliente.

2.- Si es posible, brindar una solución inmediata y ofrézcala. Si no es el caso, escálela con un superior.

3.- Darle seguimiento a la queja y/o reclamo hasta asegurarse que se haya solucionado

4.- Verificar con el cliente que su reclamo y/o queja fue solucionada y si se encuentra satisfecho con la solución ofrecida

A Tener en Cuenta:

1. Siempre hay que ser empático y ponerse en la situación del cliente para entender mejor el alcance del problema que está reportando.
2. Nunca se debe responsabilizar a otro colega frente al cliente.
3. Evitar ofrecer soluciones que no sean factibles de ejecutar.
4. Mantener un registro de las quejas y reclamos y la solución ofrecida

Solamente hemos hablado de situaciones complicadas que surgen de la relación entre cliente y empresa y, a partir de ellas, realizar mejoras. Pero... ¿qué pasa cuando hacemos las cosas bien?

Cuando hay algún cliente que esté realmente satisfecho con nuestro trabajo o con el servicio recibido, es conveniente registrar dicha situación, ya que permite fortalecer las conductas positivas dentro de la organización.

Actividad 2

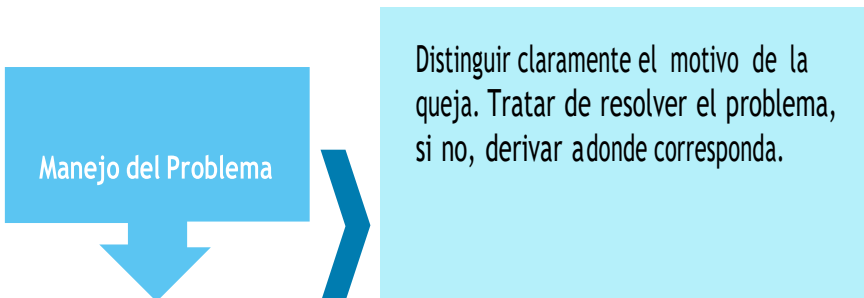
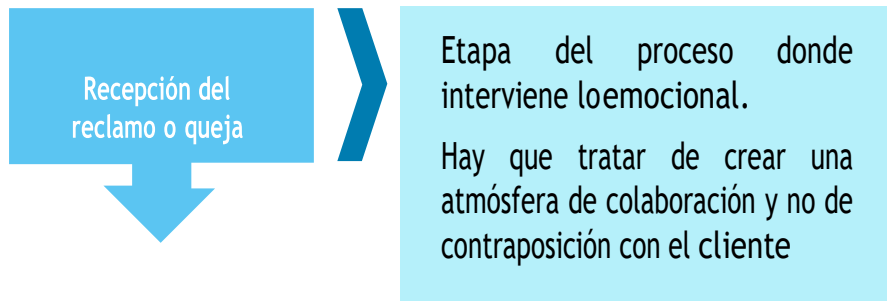
Se debe recordar que el Servicio de Atención al Cliente no siempre se realiza de forma presencial, por lo que el manejo de reclamos se realiza a través de otros medios... ¿Podrías mencionar algunos de ellos?:

1.-
2.-
3.-
4.-



Proceso del Manejo de Reclamos y Quejas

Un proceso adecuado en el manejo de reclamos y quejas incorpora los estos pasos elementos:





Si se solucionó, despedir al cliente agradeciéndole su preferencia.

Realizar seguimiento al cliente y comprobar que se encuentra satisfecho con la solución entregada.



Se debe analizar las quejas y reclamos, en especial las recurrentes, evaluar la satisfacción de las soluciones presentadas y estandarizar procesos para resolver reclamos y quejas.

Las quejas y reclamos de los clientes se deben por poner escrito, independientemente del canal de comunicación que se utilice para expresarlas.

Ante una queja se ha de prestar total atención a lo que el cliente comunica para extraer la máxima información y posteriormente trasladarla a los departamentos correspondientes.

Aunque el cliente no tenga razón, no se le discute, se argumenta que ha habido un problema de comunicación, un malentendido, una disfunción en el servicio. Se le presenta una disculpa y se le comunica que se tomarán las medidas oportunas. Se debe responder a la solicitud en el menor tiempo posible y hacer seguimiento a la solución. El cliente se sentirá importante y escuchado, esa es la meta.

Manejo de Quejas y Reclamos:

Si se quiere vender calidad, el manejo de quejas es un proceso calificado como crítico para ese objetivo. Si las quejas son subvaloradas se puede generar una insatisfacción generalizada.

Gestión de reclamos de clientes: 7 consejos para hacerlo mejor

El tiempo lo es todo

En la gestión de reclamos de clientes, el factor tiempo es esencial. Mientras más rápido se atienda una queja, menor será el impacto en la experiencia del cliente y en la organización. En las empresas que tienen una deficiente atención al cliente, las quejas suelen ser ignoradas o subestimadas, y esto suele traer consecuencias negativas en la reputación de la organización, especialmente en el ámbito digital (página web, redes sociales), que es donde están más expuestas.

Escucha activamente

Bien sea en el mundo offline, vía telefónica o través de plataformas digitales, el cliente tiene que sentirse escuchado. No solo para que canalice su reclamo adecuadamente, sino para entender mejor qué fue lo que pasó, hacer mejoras que solucionen su problema, y evitar que se repita en el futuro.

Plantea escenarios y prepárate para asumirlos

El recurso humano encargado de la gestión de reclamos tiene que estar preparado para enfrentar un abanico de situaciones. La organización debería tener categorías de eventos (devolución de productos, problemas de envío, etc.) y establecer un plan de acción para cada situación. Esto no significa que las respuestas deben ser estandarizadas, sino que para cada caso haya un procedimiento claro, mientras que el tratamiento de cada queja deberá ser personalizado.

Las quejas deben registrarse

Una gestión de reclamos de cliente eficaz debe tener registro de cada evento. Si bien cada empresa tiene sus propias reglas para esto, lo mínimo que debería incluir sería el tipo de reclamo, la categoría a la que pertenece, la descripción del incidente, fecha del reclamo y los nombres de los operadores o personas involucradas en la gestión del reclamo hasta su resolución.

Minimiza el impacto

Una vez que la gestión del reclamo está en curso, el cliente debe sentirse acompañado por la organización. Hay que hacerle saber que su queja está siendo atendida efectivamente y hay que avisarle cuando se haya resuelto. De nada sirve esforzarse por atender un incidente si el cliente no está enterado de ello.

Haz seguimiento

Una vez que la gestión del reclamo se ha resuelto exitosamente, es importante tener un último contacto con el cliente para asegurarnos de que ha obtenido una respuesta satisfactoria por parte de la organización.

La prevención es tu aliada

Una forma de evitar que los clientes reporten quejas es monitoreando cómo perciben a la empresa. Ese tipo de información brinda datos que pueden alertar a la organización sobre posibles fallas y le permite actuar antes de que ocurran. La lealtad, el grado de satisfacción, el número de reclamos y el tiempo promedio de atención en la gestión de reclamos son algunas métricas valiosas que deben ser tomadas en cuenta.

Actividad 3

a.- ¿Cuál es la etapa que nos permite distinguir el motivo de la queja?

b.- ¿Por qué es importante escuchar activamente una queja?

RECLAMOS EN SERNAC



Los consumidores pueden reclamar ante el SERNAC, en contra de empresas que pudieran haber vulnerado sus derechos.

¿Cómo hacer un reclamo en el SERNAC?

1. Si han pasado a llevar tus DERECHOS como consumidor, ingresa un reclamo en el SERNAC.

Canales para ingresar un reclamo:

Portal del Consumidor

Direcciones Regionales

Municipios en convenio

Servicios públicos en convenio

Centro telefónico gratuito

Tele Atención

Recomendaciones:

Haz este trámite como máximo hasta 2 años desde que se cometió la infracción o ésta dejó de cometerse. El tiempo que dura la gestión de tu Reclamo en el SERNAC, NO se suma a dicho plazo.

Adjunta los antecedentes que respaldan su reclamo, ya que son tus medios de prueba. Por ejemplo:

Copia o fotografía de las boletas, comprobantes, contratos o estados de cuenta, correos electrónicos de la empresa, órdenes de compra.

Datos de sus testigos, fotografías u otro documento relacionado.

Anota y guarda el N° de Reclamo en tu agenda, celular o alguna parte que le facilite encontrarlo.

La dirección no-reply@sernacresponde.cl es el correo electrónico que usaremos para informarte sobre tu reclamo. Agrégala a tu lista de contactos para que no se vaya a la carpeta de correo no deseado.

2. El SERNAC enviará el reclamo a la empresa, para que ésta lo responda.

Otras acciones posibles son:

Si tu reclamo debe ser revisado por otro organismo del Estado (por ejemplo, una superintendencia), el SERNAC lo derivará para que siga su tramitación.

Si no es posible gestionar tu reclamo debido a que la información sobre la empresa es insuficiente o se trata más bien de una consulta, el SERNAC te orientará.

Si el problema de consumo que originó tu reclamo afecta a muchos consumidores/as, el SERNAC podría iniciar un Procedimiento Voluntario Colectivo.

3. El SERNAC te informará los avances en la gestión con la empresa y los resultados obtenidos. Desde que ingreses tu reclamo, la gestión puede demorar hasta 18 días hábiles.

Las empresas pueden:

Acoger tu reclamo totalmente.

Acoger tu reclamo parcialmente

No acoger tu reclamo

No contestar tu reclamo.

¿Qué hacer si quedas disconforme con el resultado de tu reclamo?

Si quedas disconforme con la respuesta entregada por la empresa, y lo consideras conveniente, puedes recurrir sin un abogado a los juzgados de policía local, los cuales tienen la facultad para obligar a las empresas a pagar multas y/o indemnizaciones si se confirma un incumplimiento de la Ley del Consumidor (Ley N° 19.496).

Los juzgados de policía local dependen técnicamente del Poder Judicial y administrativamente de cada municipalidad. Ellos deben determinar si hubo un incumplimiento de la Ley en su caso. El SERNAC no tiene autoridad sobre estos tribunales.

Una denuncia busca que la empresa sea multada por infringir la Ley.

Una demanda busca que la empresa pague todos los costos y daños que usted ha sufrido.

Pasos

Si quieres que la empresa sea multada y te indemnice, utiliza los formularios para interponer una denuncia y demanda, que también pueden ser solicitados en las oficinas regionales del SERNAC.

Complétalos y preséntalos al juzgado de policía local de la comuna donde se compró, firmó el contrato o inició la infracción. Si se trata de una compra por internet, corresponde la comuna de tu domicilio. Busca en la lista de juzgados.

Lleva todos los antecedentes que respaldan tu reclamo, por ejemplo: copia del contrato, boleta, folleto publicitario, testigos y gastos incurridos en el proceso. Esto permitirá al tribunal comprobar si hubo infracción a la Ley del Consumidor y determinar los costos y daños a indemnizar.

El plazo para denunciar a una empresa ante los tribunales es de 2 años contados desde que ocurrió la infracción o ésta dejó de cometerse.

Este plazo se suspende cuando un consumidor presenta un reclamo ante el SERNAC, el servicio de atención al cliente o ante un mediador, ello mientras dure la tramitación del caso respectivo.

Para más información revisa la página de la Denuncia de interés particular en Juzgado de Policía Local.

Si tienes dudas sobre este proceso

Puedes comunicarte con un ejecutivo/a de nuestro centro telefónico gratuito. El horario de atención es: lunes a viernes, de 9 a 21 hrs., y los sábados, de 9 a 19 hrs.

Actividad 4

a.- ¿Cuáles son los medios de pruebas que se deben presentar ante un reclamo en SERNAC?

b.- ¿Cuál es el procedimiento a seguir si quieres que la empresa te indemnice y sea multada debido a un reclamo interpuesto?

ANEXO: DESARROLLO DE ACTIVIDADES

Actividad 1

1- ¿Cuál es la diferencia entre un cliente y un consumidor?

Persona, empresa u organización que adquiere productos y/o servicios de otras personas, empresas y/u organización y el consumidor es aquel usuario final de los bienes servicios que ofrece una empresa.

2- ¿Cuál es la diferencia entre una queja y un reclamo?

La queja es una denuncia problemas o situaciones derivados de mala atención por parte del personal, ya sea por problemas de comunicación u otro que tenga que ver con el trato recibido. En cambio, el reclamo es denuncia por parte de los consumidores cuando hay un grado de insatisfacción o disconformidad respecto a la calidad del servicio o producto recibido, ya que estos no cumplen con las expectativas debido a falencias por parte de la empresa.

Actividad 2

Se debe recordar que el Servicio de Atención al Cliente no siempre se realiza de forma presencial, por lo que el manejo de reclamos se realiza a través de otros medios... ¿Podrías mencionar algunos de ellos?:

1. Email
2. Teléfono
3. WhatsApp
4. Twitter

Actividad 3

a.- ¿Cuál es la etapa que nos permite distinguir el motivo de la queja?

Manejo del problema

b.- ¿Por qué es importante escuchar activamente una queja?

Para entender mejor qué fue lo que pasó, hacer mejoras que solucionen su problema, y evitar que se repita en el futuro.

Actividad 4

a.- ¿Cuáles son los medios de pruebas que se deben presentar ante un reclamo en SERNAC?

Copia o fotografía de las boletas, comprobantes, contratos o estados de cuenta, correos electrónicos de la empresa, órdenes de compra.

Datos de sus testigos, fotografías u otro documento relacionado.

Anota y guarda el N° de Reclamo en tu agenda, celular o alguna parte que le facilite encontrarlo.

b.- ¿Cuál es el procedimiento a seguir si quieres que la empresa te indemnice y sea multada debido a un reclamo interpuesto?

Utiliza los formularios para interponer una denuncia y demanda, que también pueden ser solicitados en las oficinas regionales del SERNAC.

Complétalos y preséntalos al juzgado de policía local de la comuna donde se compró, firmó el contrato o inició la infracción. Si se trata de una compra por internet, corresponde la comuna de tu domicilio. Busca en la lista de juzgados.

Lleva todos los antecedentes que respaldan tu reclamo, por ejemplo: copia del contrato, boleta, folleto publicitario, testigos y gastos incurridos en el proceso. Esto permitirá al tribunal comprobar si hubo infracción a la Ley del Consumidor y determinar los costos y daños a indemnizar.