



SERVICIUDAD ESP
Empresa Industrial y Comercial del Estado
NIT. 816.001.609-1
NUIR 1-661700002



Protocolo de Atención al Cliente

SUBGERENCIA COMERCIAL Y DE MERCADEO

TALENTO HUMANO

2023

Edificio CAM piso 1 PBX (6) 332 21 09 Dosquebradas - Risaralda

www.serviciudad.gov.co





SERVICIUDAD ESP
Empresa Industrial y Comercial del Estado
NIT. 816.001.609-1
NUIR 1-661700002



OBJETIVO GENERAL

Implementar el protocolo de atención al cliente en SERVICIUDAD que permita conocer el comportamiento que se espera de cada uno de los colaboradores de la empresa en los procesos de contacto y comunicación con los clientes internos y externos.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Estandarizar las directrices de la atención al cliente externo e interno en todas las dependencias de **Serviciudad ESP**, a través de los diferentes canales de atención: presencial, telefónico y virtual.
- Fortalecer en los funcionarios la importancia de brindar un servicio de calidad, como parte de la identidad y la imagen organizacional.
- Potencializar las habilidades del recurso humano y hacerlo más competitivo en el tema de Servicio al Cliente.

MARCO ACTUAL

Las empresas de servicios, se han visto desmeritadas en su imagen en el tema de atención al cliente por mucho tiempo en los cuales no se tenía la conciencia que los funcionarios públicos se debían a sus clientes, aspecto que empezó a deteriorar la percepción de los clientes, quienes buscan calidad en la atención y un servicio eficiente.

Es por ello, que el marco actual exige a las empresas con cara directa a los clientes, la necesidad de cambiar el concepto e imagen de los servicios que prestan, concientizando a los funcionarios en que su compromiso es la satisfacción del cliente por medio de los siguientes conceptos:

- Disminución en los tiempos de respuesta.
- Atención personalizada
- Atención esmerada con procesos de calidad.
- Entender las necesidades básicas de los clientes



Necesidades básicas de los clientes			
SER COMPRENDIDO	SER BIEN RECIBIDO	SENTIRSE IMPORTANTE	COMODIDAD
Escuchar atentamente al cliente e interpretar bien lo que el cliente desea.	No recibir al cliente como extraño	El ego y la autoestima son poderosas necesidades humanas.	Las personas necesitan armonía y comodidad física (lugar donde esperar, instalaciones limpias y ordenadas, etc.) y psicológica (seguridad y confianza)

EL CLIENTE

Es cualquier persona que tiene una necesidad o deseo por satisfacer, y que tiende a solicitar y utilizar los servicios brindados por una empresa o persona que ofrece dichos servicios.

Pueden ser de dos tipos, externos e internos.

Externos	Internos
personas que no pertenecen a la empresa	funcionarios de la empresa

Los cuatro factores para una buena atención al cliente son:

- Presentación personal
- Sonrisa
- Amabilidad
- Educación

La atención al cliente, la excelencia en el servicio constituye una de las bases fundamentales para el éxito y desarrollo de una empresa en el sector al que pertenezca.

Se debe tratar al usuario como la persona más importante y la razón de ser de nuestro trabajo

COMUNICACIÓN

En la atención al cliente uno de los aspectos más importantes es la COMUNICACIÓN, pues es la base de las buenas relaciones, ésta consiste en: la transmisión de información desde un emisor, hasta un receptor, por medio de un canal.

CANALES DE ATENCIÓN



En la comunicación con el cliente debemos prestar atención tanto a la comunicación verbal como a la no verbal.

Comunicación verbal

La comunicación verbal utiliza palabras para transmitir el mensaje por medio de su voz.

Algunos elementos de la comunicación verbal son:

Es preciso crear un ambiente de empatía cuando se está atendiendo al cliente, mostrando interés genuino en darle un buen servicio y satisfacer sus solicitudes.



Para esto es necesario seguir las siguientes pautas:

1. El volumen o timbre de la voz: Al gritar se producen sonidos muy desagradables. Cuando la intensidad de la voz disminuye, el ambiente se hace confidencial. No se debe hablar en voz alta.

Voz Chillona	Denota descortesía
Voz Quebradiza	Denota tristeza
Voz Serena	Denota seguridad y comprensión
Voz Fuerte	Denota autoridad

2. El acento: debe utilizarse para pronunciar con claridad.
3. No es conveniente utilizar tecnicismos o vulgarismos con el cliente.
4. No es conveniente mantener el mismo tono en la conversación, cada momento requiere cierta entonación predominante.
5. Saber escuchar: Escuchar no consiste simplemente en callar y oír.
6. No interrumpa, deje que el cliente hable primero.
7. No recrimine al interlocutor (está equivocado...no me ha entendido).
8. Sea modesto al presentar sus ideas y paciente mientras escucha.
9. No tutee al cliente. Cuando se dirija hacia él háblele de usted
10. Escala de valores (lo que es poco para una persona, puede ser mucho para otra persona, o lo que es caro para una persona, puede ser barato para otra persona).

Reglas básicas de la atención presencial:

Salude y haga contacto visual
Emplee el nombre del cliente, tan pronto logre identificarlo.
Hable con términos y vocablos simples. Hable lo necesario.
Sonría, demuestre energía y cordialidad
Mantenga una comunicación positiva.
Espere hasta que el cliente haya terminado de hablar, para ayudarlo.
Haga preguntas, esto denota que usted es capaz de analizar y manejar la solicitud que le han hecho.
Su actitud corporal y tono de voz deben ser convincentes.
Escuche con cuidado, no se distraiga.

Frases que se deben evitar en la comunicación verbal.

Se debe tener cuidado con frases negativas para no perder la confianza del cliente, tales como:

Estoy muy ocupado en este momento.
No sea impaciente, por favor.
La persona responsable de eso está enferma. ¿Podría volver otro día?
Explíquese bien, porque no lo entiendo.
Eso era antes. Ahora lo hacemos diferente.
¿Entiende? –Connota que el cliente es poco inteligente.
Mejor vuelva cuando tenga todo listo.
Perdone, pero si no me explica cómo se debe, yo no puedo atenderlo.
Ya le contesté eso.
Pero, ¿no leyó las instrucciones?
Eso nada tiene que ver conmigo. Es en otro lado.

Comunicación no verbal.

La comunicación no verbal es conocida como lenguaje corporal, a continuación, algunos de los principales elementos:

- Mire al rostro, a los ojos, esto revela decisión, sinceridad y valentía.
- Evite los movimientos constantes y abruptos: éstos denotan intranquilidad e inquietud.
- La voz dice mucho de la personalidad, utilice un tono moderado y uniforme, sin titubear. Esto demuestra seguridad en sí mismo.
- Mantenga sus manos visibles, ocultarlas debajo de las piernas, detrás de un bolso, entre la bolsa o dentro del saco, sugiere timidez, falsedad y temor.
- Aprenda a escuchar:
 - ✓ No interrumpa y no se distraiga.
 - ✓ Oiga con cuidado las principales ideas.
 - ✓ Observe a la otra persona cuando le habla.
 - ✓ Inclínese hacia la persona que le habla.
 - ✓ Demuestre que está profundamente interesado (a).

- ✓ Haga preguntas.
- ✓ Concrétese al tema que le plantea.

Comunicación telefónica

Es importante estandarizar los guiones y estilos cuando se contesta el teléfono, para que el cliente siempre reconozca este estilo en todas las dependencias de Serviciudad.

1. Reglas del lenguaje telefónico:

Sonría:	La sonrisa se escucha por teléfono. Hace la voz más cálida y más simpática.
Vocalice:	Vocalice las palabras bien y moderadamente de manera que sea fácil de entender para el cliente. No ingiera ningún alimento, ni agua embotellada, ni confites, ni goma de mascar, porque perjudica la locución.
Escuche:	Cuando el otro habla, hágale saber que lo escucha ("sí", "ya veo", "de acuerdo", etc.).
Hable lentamente:	Utilice todas las oportunidades para hacerse comprender; porque al estar en el teléfono, no puede ayudarse del lenguaje corporal.
Gane tiempo:	Atienda el teléfono antes del tercer timbrado. Si promete volver a llamar hágalo a la hora convenida.
Identifíquese	El identificarse personaliza la conversación y le da confianza al cliente. Por ejemplo: "buenos días, le atiende...(dar nombre)".
Explique:	Si debe de poner en espera la llamada, comuníquelo al cliente antes de hacerlo y explique brevemente por qué debe de hacerlo. Es importante que el funcionario, evite dejar en espera al cliente por más de dos minutos seguidos sin una explicación. Si es necesario mantener la espera, se debe regresar al cliente y solicitar un par de minutos más y así consecutivamente hasta que se termine la espera. Esto demuestra respeto y consideración con el cliente y le permite a éste, decidir si desea o no seguir esperando.

Pautas para la atención telefónica:

- Recepción de llamadas

- ✓ Buenos días (tardes o noches), Serviudad (o nombre de la dependencia), le atiende... (nombre de la persona). ¿En qué le puedo servir? (Sonría cuando contesta el teléfono, quien llama lo notará en la voz).
- ✓ Si el cliente solicita que se le comunique con alguna extensión, se debe de contestar cortésmente: ¡con mucho gusto!
- **Si la extensión está ocupada**
 - ✓ La extensión que solicitó está ocupada en este momento. ¿Desea hablar con alguna otra persona, o dejar algún mensaje?
 - ✓ Si el cliente pide hablar con otra persona o dejar un mensaje, se debe responder en forma amable: si con mucho gusto le comunico de inmediato o con mucho gusto dígame su mensaje
- **Si nadie contesta**
 - ✓ No diga “no contestan” o “no hay nadie”, diga: “la extensión que solicitó está fuera de servicio en este momento, o está ocupada. Puedo transferirle la llamada a la extensión “x” de ese departamento. Si es así, pase la llamada, explicando la situación a la persona que va a retomar la llamada.
 - ✓ Si el cliente desea exclusivamente con una persona, se debe de agregar: si desea me puede dejar su mensaje.
- **A un cliente que espera en línea, solicitud de un funcionario ocupado o que se encuentra en la empresa.**
 - ✓ Gracias por esperar. Por favor disculpe la demora. Ya se desocupó esa extensión. Lo comunico de inmediato.
 - ✓ Disculpe: el funcionario está con un cliente u ocupado en este momento y no lo puede atender. Si desea puede dejarle un mensaje o explicarme de qué se trata, para poder ayudarlo.
 - ✓ Ahora, si no está en la oficina y está ausente por vacaciones, matrimonio, enfermedad, lactancia, muerte de familiar o alguna otra razón, nunca lo explique, la mejor respuesta es:
Disculpe: es que el compañero tomó unas merecidas vacaciones y vuelve hasta tal fecha. Si desea, puede dejarle un mensaje o explicarme de qué se trata, para poder ayudarlo.
- **Al contestar:** Levante el teléfono a más tardar al tercer timbrado, aunque no sea su teléfono. No deje al cliente esperando. Los clientes pierden la paciencia y pueden ponerse de mal humor y generar inconformidad.
- **Frases de apertura:** Tan pronto lo levante inicie saludando en forma corta pero cortés: “Buenos días” (tardes o noches) y luego identifique de inmediato a su dependencia, o programa de Serviudad, agregue de seguido “le atiende... (nombre de la persona), diga el nombre claramente para que su interlocutor pueda escucharlo y entenderlo bien, termine diciendo “¿en qué le puedo servir”.

- **Ejemplo:** Un cliente llama al área de servicio al cliente de Serviciudad en horas de la mañana: Buenos días, Serviciudad, le atiende Catalina, ¿en qué le puedo servir? Luego, escuchar con atención lo que el cliente(a) tenga que decir. Si es capaz de responder, hágalo con toda la información disponible. Después pregunte con naturalidad, si ha logrado responder adecuadamente a la consulta y si hay algo más en lo que pueda servirle.

Ejemplos de frases y guiones para:

Recibir:

“Buenos días” ... (tardes o noches)

“¿En qué le puedo servir?”

Orientar:

“¿En qué le puedo ayudar?”

Hacer esperar:

“Le ruego esperar un momento”.

“En este momento estoy atendiendo a otro cliente, por favor, podría esperar un momento”.

Cuando la espera es muy larga:

“Voy a durar un largo tiempo para poder atenderlo, si usted gusta, me puede dar su teléfono y lo llamo luego”. Debe devolver la llamada según lo prometido.

Hacer deletrear el nombre:

¿Me puede deletrear su nombre?

Hacer repetir:

“Disculpe, tengo mala recepción”. ¿Puede repetir por favor?

Despedida:

“Le agradezco su llamada. Que tenga un buen día”.

“Le agradezco su tiempo. Que tenga un buen día”.

- **Cómo dirigirse al cliente**
 - Señor, señora, señorita

- El nombre del cliente usando primero el don o doña. Se usa solamente el nombre si ya se conocen y tienen cierto nivel de confianza. Use el sentido común. Nunca use apodos.
 - Muestre ganas de ayudar y ¡ayude!
 - Escuche con interés, concentrado.
 - Evite discusiones y negativismos.
 - Hable con calma y tono agradable.
 - Verifique que le está entendiendo.
 - No tutee al cliente.
- **Frases de cierre:** recuerde despedirse agradeciendo al cliente la oportunidad de servirlo.
 - **Ejemplos:** Terminando la llamada telefónica, algunas frases pueden ser:
 - Muchas gracias por llamarnos.
 - Estamos para servirle.
 - Fue un placer servirle
 - Gracias por su paciencia y esperamos poder servirle con más prontitud la próxima vez.
 - **Cliente en espera:** en caso que el cliente haya estado en espera, si debe pasar necesariamente la llamada a otro compañero primero explique al cliente lo que hará. No lo pase simplemente, sino que tenga la cortesía de decírselo.
 - **Ejemplo:** Don Felipe, voy a pasarle la llamada con mi compañera Ana María, que conoce de ese asunto o a la oficina tal, donde pueden atender mejor su consulta. Si puede detalle el caso al compañero para que el cliente no tenga que explicar su consulta nuevamente.

Recomendaciones para el uso de los teléfonos de la institución por parte de los funcionarios:

- No se deben usar los teléfonos, o cualquier otro medio de comunicación para atender asuntos personales, salvo en casos urgentes o indispensables. Lo anterior para no obstaculizar llamadas de posibles clientes que necesiten comunicarse con Serviciudad.
- Evitar apagar, no contestar o silenciar los teléfonos de atención al cliente.
- No se debe comer durante la atención de la llamada.

IMAGEN PERSONAL



SERVICIUDAD ESP
Empresa Industrial y Comercial del Estado
NIT. 816.001.609-1
NUIR 1-661700002



La imagen no sólo se trata de un logotipo y algunas actividades de relaciones públicas, se trata de relaciones personales y productos con atención y servicio al cliente de calidad.

Primera impresión

La primera impresión es un proceso de percepción de una persona a otra, que transcurre en muy poco tiempo. Nunca se tiene una segunda oportunidad de dar una primera impresión. Habitualmente no somos del todo conscientes de las informaciones que la configuran. Los componentes de la primera impresión son:

Entorno y organización personal

- ✓ Tenga el área de trabajo limpia y ordenada.
- ✓ Evite tener en el puesto de trabajo elementos distractores tales como fotos, revistas, adornos, aparatos electrónicos.
- ✓ Evite consumir alimentos y bebidas en el puesto de trabajo.
- ✓ Tenga guardados en un lugar no visible los elementos personales.
- ✓ Tenga a mano lo que necesita para hacer su trabajo.

Presentación Personal

- ✓ Al atender a un cliente se está proyectando la imagen de Serviciudad.
- ✓ El impacto que logre en el cliente puede significar la diferencia entre una percepción de calidad y una de servicio deficiente.
- ✓ Los clientes primero tendrán una impresión por lo que vean externamente, lo cual abarca su higiene personal, su apariencia, su presentación personal, sus modales, su forma de caminar, cómo sonríe e incluso, entre otros aspectos, cómo da la mano.
- ✓ Cuide su higiene personal, desde su cabello y la forma en que lo peina, así como el estar bien rasurado o con una barba bien cuidada, si es hombre, y usar un maquillaje discreto, en caso de las mujeres. Los colores y cortes de cabello, también deben ser discretos.
- ✓ Tenga especial cuidado con su rostro. El 80% de la atención del cliente se dirigirá a su rostro. Procure que su expresión facial y su arreglo personal sean correctos y oportunos.



- ✓ Cuide sus manos y uñas, deben lucir limpias y cuidadosas. Las uñas en las mujeres no deben de estar a medio pintar.
- ✓ Recuerde que el impacto que logra, no sólo le llega al cliente por sus ojos, sino por los otros sentidos. Sea consciente de ello.
- ✓ Cuide mucho su aliento. Un descuido en esa área puede ser desagradable a su interlocutor(a).
- ✓ No se permiten tatuajes visibles, gorras, así como el “piercing” en lugares visibles, incluyendo boca y lengua.
- ✓ La imagen de los funcionarios se convierte en parte de la imagen de Serviciudad, por lo tanto, es importante tener en cuenta que:
 - La imagen es dinámica, evoluciona.
 - A mejor o mayor imagen, más poder de influencia.

Actitudes del funcionario Exitoso

El funcionario exitoso mantiene las siguientes actitudes:

Emprendedor	Tiene iniciativa.
	Está comprometido.
Motivado por la gente	Tiene deseos de ayudar.
	Muestra empatía.
	Valoran las relaciones sociales y las facilitan.
	Comprenden que el cliente es la persona más importante.
Especializado	Se preocupa por conocer cada vez más de su trabajo.
	Estudia y se prepara.
	Le interesa el servicio al cliente, los productos y servicios que ofrece la institución.
	Muestra actitud positiva hacia el cliente y a la autoridad.
	Se esfuerzan por la excelencia en su trabajo.
Innovador	Es creativo y busca nuevas formas de hacer las cosas.

Desea innovar y mejorar lo actual.

Manejo de Clientes con Necesidades Especiales

Es necesario ofrecer un servicio especializado a las personas con necesidades especiales.

Dentro de las personas que merecen un servicio preferencial podemos citar:

- Personas con alguna discapacidad (en sillas de ruedas, discapacidad visual, auditiva, entre otros).
- Adultos Mayores
- Señoras en evidente estado de embarazo.
- Padres de familia con hijos pequeños (bebés en brazos).
- Menores de edad que llegan solos a la institución.

Sea cortés. Intente colaborar al máximo con estos clientes. Si es posible, acompañelos durante su visita, ayúdelos.

Entendiendo a la persona con alguna discapacidad física:

La discapacidad física, generalmente, no significa discapacidad mental. Entre las personas con alguna discapacidad física hay profesionales, empresarios y personas que, a parte de su situación física, llevan una vida normal.

Así que no les trate como si fueran impedidos mentales. Atiéndalos con cortesía, pero no los haga sentir inútiles. Generalmente, ellos pueden desenvolverse muy bien en el mundo de los no discapacitados. Identifique la discapacidad del cliente y ayúdelo de acuerdo con su necesidad específica.

Técnicas para Manejar la Percepción del Cliente que espera:

El tiempo de espera es, muchas veces, un asunto de percepción. Si estamos entretenidos hablando con alguien, por ejemplo, se nos hace más corta la espera. Por esto son importantes las siguientes técnicas para la percepción del cliente:

- La primera sensación de agilidad proviene del funcionario que atienda al cliente, cómo se mueve, cómo habla, se sienta, camina o ejecuta su trabajo.
- Procure verse dinámico, activo, energético. Si está sentado, hágalo recto y con los hombros erguidos. Si tiene que ponerse de pie y caminar, procure hacerlo de nuevo con energía, moviéndose dinámicamente. Quienes arrastran los pies y caminan lento, deteniéndose a hablar de temas sin importancia con los compañeros que encuentran a su paso, proyectan una imagen de poca agilidad.
- Si le es posible, y trabaja en atención a clientes que están en fila, haga contacto visual con las personas que esperan en la fila, especialmente con los primeros, sonría y diga: “en un momento lo estaré atendiendo”.

Esto hace que el cliente se sienta importante (“ya me vieron”) y, a partir de entonces, el tiempo que debe pasar en fila le parecerá más corto.

Pautas de atención al Cliente para los Oficiales de Seguridad

Es fundamental que el Oficial de Seguridad mantenga siempre en mente que la misión de su puesto es precisamente la seguridad de la institución, sus funcionarios y clientes.

Las principales funciones que además de la seguridad debe realizar son:

- Ser amable con los clientes.
- Mostrarse cortés y respetuoso con los clientes.
- Mirar en forma natural a los clientes.
- No asustar a menores de edad o a personas sensibles a las armas.
- Si es necesario debe abrir la puerta y hacer sentir al cliente que es bien recibido y pasarlo adelante.
- Debe tener una actitud positiva en todas las funciones de su trabajo, incluyendo las “situaciones difíciles”.

Cómo comportarse con un cliente “difícil”

Aunque no se quiera, tarde o temprano, puede pasar, y se tendrá que atender y dar satisfacción a un cliente que esté disgustado o que, por alguna condición personal, podría considerarse “difícil”.

A continuación, algunos consejos prácticos:

- En primer lugar, mantenga la calma. No lo tome como algo “personal”, deje que el cliente se desahogue, pero póngale atención y muéstrese interesado.
- El cliente podría haber llegado ya disgustado por alguna otra razón. Demuestre su profesionalismo, manténgase calmado y tranquilo ante esta situación.
- Escuche al cliente. Déjelo que se exprese. No lo interrumpa. Al dejarlo hablar, generalmente se calma, es como una “válvula de escape”.
- Escúchelo y trate de comprender bien cuál es el problema. Concéntrese en entender cuál es la causa que provocó el disgusto.

- No eche la culpa al desconocimiento, algún compañero o proceso, aunque no sea totalmente culpa de la institución el malestar que el cliente exhibe. Es más conveniente intentar calmarlo, sin provocar que se sienta “culpable”.
- Use frases como “lo comprendo”, “qué pena”, “claro que sí”, “disculpe”. Esas frases calman a la persona, pues demuestran que está consciente del malestar que está manifestando y de su causa.
- Procure que el cliente salga satisfecho. Recuerde que lo que se prefiere es no perder a un cliente. Ese cliente que hoy está disgustado, si lo trata bien, puede volver mañana. Por eso, busque la mejor solución que pueda darle y désela.
- No intente ganar una discusión: intente ganar un cliente. Recuerde que una “discusión” ganada a un cliente es, de todos modos, una “discusión perdida”. Si se quiere “ganar” la discusión, no se meta en ella.
- Si tiene que pasar el caso a otro compañero o al jefe, procure explicarles todo el detalle, porque es aún más molesto para el cliente, tener que explicar dos veces una situación tensa.
- Nunca asegure que no volverá a suceder, a menos que esté completamente seguro de que así será.
- Si no conoce la respuesta ante una solicitud de un cliente, es preferible buscar la ayuda de un compañero. Recomendación: Nunca es bien visto decir “no sé”. Es mejor decir: “En este momento no cuento con suficiente información para responder su pregunta, pero permítame investigar o buscar a alguien que le pueda ayudar”. Esto es preferible a confundir al cliente.
- Nunca contradiga a un compañero delante de un cliente, llámelo aparte e indíquele el error. Procure apoyarlo y darle su lugar, pero no discuta nunca delante del cliente.
- Si tienen que salir a atender a un cliente juntos, póngase de acuerdo en cuál va a ser el papel de cada uno, para que nunca haya contradicciones o se proyecte una imagen de equipo poco profesional.
- Nunca hable mal de un compañero ante un cliente. Si lo hace, estará deteriorando su propia imagen, la percepción de buen servicio y de la institución.

EL CLIENTE INTERNO

Todos estamos en atención y servicio al cliente. No importa si no atiende clientes externos de la empresa directamente, también está en servicio al cliente. Se trata de una Cadena de Valor, por medio de la cual, al brindar el mejor servicio a sus compañeros de trabajo, facilita que el eslabón final, el cliente, reciba un servicio de excelencia.

Cada funcionario hace realidad la “Cadena del Valor” cuando:

- Se esfuerza por atender, en forma ágil y dinámica, un requerimiento de servicio de un compañero o un departamento, dondequiera que se encuentre.
- Distribuye información necesaria para dinamizar el proceso, en forma oportuna y por los canales más adecuados.
- Lleva al día su trabajo, considerando que éste incide sobre el resultado final de los procesos de la cadena de valor.
- Se esfuerza por dejar una buena impresión en los clientes externos con quienes se cruza en un pasillo, ayudándolos a ubicarse dentro de las instalaciones de la institución, o simplemente, sonriéndoles.
- Impulsa el trabajo en equipo y otorga la debida importancia al aporte de todos los compañeros.
- Propone ideas y soluciones a situaciones que ayudan a mejorar el servicio al cliente.
- Trata a todos sus compañeros de trabajo con amabilidad y cortesía.
- Trata a los clientes de igual forma que a los compañeros de trabajo. Debe tratarlos como si fueran sus visitas en la casa, con amabilidad, cortesía y ganas de ayudar.
- Siempre demuestre que está a gusto con la presencia de clientes.

CONCLUSIÓN

Este manual fue elaborado con el fin de mejorar la capacidad de los funcionarios de Serviciudad, en atención y servicio al cliente.

Como es sabido nada se haría con tener los mejores productos y servicios, los trámites más ágiles, las oficinas más agradables, si no se cuenta con el mejor recurso humano con una actitud positiva, así como motivado y capacitado.

En este esfuerzo, para llevar a Serviciudad hacia un excelente servicio al cliente, cada funcionario constituye la mejor carta de presentación de la empresa. Usted que está en contacto diario con el



SERVICIUDAD ESP
Empresa Industrial y Comercial del Estado
NIT. 816.001.609-1
NUJIR 1-661700002



cliente externo e interno de Serviciudad, es quién puede poner en práctica, todas las técnicas, consejos y recomendaciones que aquí se presentaron.

Recuerde qué en cualquier actividad, el 85% del éxito depende de la actitud de las personas que la ponen en práctica y solo el 15% se atribuye a otros factores, tales como conocimientos, equipos y recursos.

Proyectado:

*SUBGERENCIA COMERCIAL Y DE MERCADEO
SERVICIUDAD E.S.P.*

*PSICOLOGÍA - GESTIÓN DE TALENTO HUMANO
SERVICIUDAD E.S.P.*

