



Pontificia Universidad
JAVERIANA
Bogotá

Gestión de PQRs, una forma de retener clientes

Área de Economía y Jurídica

▶ Seminario - Taller

Educación **Continua**
.....
Generamos experiencias educativas

Teléfono: +57 1 320 8320 Ext. 5203 - 2102
E-mail: direcontinua@javeriana.edu.co



INTENSIDAD HORARIA 12 horas

Propuesta de Valor

La atención de peticiones, quejas y reclamos tradicionalmente es una de las actividades menos apetecidas al interior de las empresas, dado que no se considera como una parte integral del modelo de servicio, sino más como una anomalía, generada por fallas individuales o actitudes de personas poco involucradas con los objetivos de la organización.

Es también frecuente que cuando los eventos de servicio que no tienen el resultado esperado por el cliente generan fricción la cuál puede ser tan profunda que puede llegar a la pérdida temporal o definitiva de los clientes.

La formación de todos los encargados de la atención de clientes debe incluir la atención de clientes inconformes, dado que el ciclo de vida de los clientes incluye la posibilidad de tener desavenencias con ellos y la obligatoriedad de resolverlos, ojalá en su favor.

La atención de situaciones difíciles con los clientes no es solo responsabilidad de los asesores de la primera línea de atención, también debe trascender a las áreas de segunda línea de atención y sobre todo a la alta gerencia que debe proveer la directriz que permita garantizar extender la duración de la relación con los clientes.

Entender cuáles son las razones por las cuales las personas son nuestros clientes, que tipo de emociones involucra a la hora de elegirnos, nos debe permitir empatizar con ellos y al mismo tiempo facilitar la comprensión de su enojo o malestar. Tener técnicas efectivas de atención y pasos claramente definidos, será la mejor forma de contribuir a generar mejores indicadores de recompra y satisfacción de los clientes, así como menos resistencia de los empleados a la hora de afrontar situaciones que anteriormente les generaba estrés por la falta de herramientas para desempeñarse efectivamente.



Objetivos

General

Ofrecer a los gestores de la atención de clientes, operaciones de PQRs, asesores de servicio al cliente en general, así como quienes los dirigen, el entendimiento de las principales causas como lo son operativas y/o actitudinales, que molestan a los clientes, estresan la gestión de clientes y reducen las posibilidades de recompra de los clientes.

Específicos

- Cuáles son las causas principales de las inconformidades de los clientes.
- Cómo reconocer el enojo de los clientes y los estilos sociales de éstos
- Estructura requerida para recibir y tramitar las solicitudes de los clientes
- Las quejas como oportunidad de retención y profundización

Dirigido a

Supervisores y asesores de servicio al cliente, ya sea de forma presencial o telefónica.

Metodología

La participación permanente y continua de los asistentes es crucial para el éxito del seminario. Se desarrollan ejercicios para conocer cómo se desarrolla el trabajo en la actualidad, el pensamiento de los clientes, habilidades comunicativas de los asistentes, aprendizaje del modelo de gestión propuesto y ejercicios prácticos.

Contenido Académicos

- Presentación del conferencista y los asistentes
 - En este ejercicio, se detectan oportunidades de mejora en comunicación verbal.
- ¿Por qué la gente es cliente? Es una dinámica de introspección que permite entender los comportamientos más frecuentes en los clientes en general y que sucede cuando los clientes se enojan.
- Elementos del manejo de las PQRs
 - Identificar los canales por los cuales se reciben las inconformidades de los clientes.
 - Estilos sociales de los clientes, cuáles son y cómo se deben atender para satisfacerlos.
 - Recomendaciones de comunicación durante las conversaciones con los clientes que se muestran inconformes.
 - Estructura requerida para el trámite de las PQRs
 - Manejo de objeciones. Conocer los 4 tipos de objeciones y que hacer en cada caso.



- Tipos de respuesta de reclamos de cara al cliente: Favorables y No favorables.
- Role Playing. Se harán ejercicios individuales por grupos de 2 o 3 personas.

Orientador del seminario

Oscar Esquivel F.

Administrador de empresas, con especialización en gerencia de mercadeo y especialización en Psicología del consumidor y Diplomado en Call Center y Diplomado en gerencia de riesgos. En su carrera profesional a trabajado en empresas como Davivienda, RCI Colombia, Heath Lambert Telebroker, iQ outsourcing. Como consultor ha desarrollado programas de consultoría y entrenamiento en empresas como: Bancolombia, Banco Agrícola (El Salvador) Banco Davivienda, Fiduciaria Davivienda, Prosegur, Domesa, Protección, La hipotecaria, Everis BPO, Heinssonh, Promotora Equilatero, Universidad Javeriana, Universidad de la Sabana, CESA, Universidad del norte, entre otras