

GUIA DE CALIDAD DE LOS SERVICIOS

1.-Es una estrategia interactiva de resolución de problemas para mejorar procesos e implementar cambios.

R.-Ciclo PHVA

2.-Una de sus aportaciones clave es lo que se conoce como la trilogía de la calidad, un esquema de administración funcional cruzada que se compone de tres procesos administrativos, PLANEAR, CONTROLAR Y MEJORAR.

R.-Joseph Jurán

3.-Aportó 14 principios de la calidad, en la cuál establecía que debemos ser consistentes durante los procesos, que debemos cambiar la filosofía de la organización y que no debemos depender de la inspección.

R.-Edward Deming

4.-No son materiales, no se pueden inspeccionar previamente ni almacenar.

R.-Servicio

5.--Consiste en hacer que encajen dos grupos bien definidos: los empleados y los clientes.

Atención al cliente

6.--Agrupa a los conocimientos, experiencia y rasgos de carácter posiblemente apreciados en los procesos de selección.

R.-Aptitud

7.-Está formada por cualidades voluntarias del individuo, mediante las cuales puede modificar, matizar o resaltar sus rasgos de carácter, adecuando su conducta y modelos de comportamiento al mejor desempeño de sus funciones de trabajo.

R.- Actitud

8.-Consiste en seleccionar un determinado proceso de servicio para ser estudiado con todo detalle durante la ejecución del mismo y con posterioridad a su prestación.

R.-Estudio minucioso de la prestación

9.-Se trata de una técnica ampliamente utilizada en empresas de servicios y también puede relacionarse con la realización de una auditoría de control llevada a cabo de forma subrepticia.

R.-Clientes ficticios

10.-¿Quién estableció las normas de la serie ISO 9000?

Organización internacional de normalización

PREGUNTAS DE RESPUESTA CORTA (En estas preguntas faltará una parte del texto)

11.-EL diagrama de Causa y Efecto es la representación de varios elementos (causas) de un sistema que pueden contribuir a un problema (efecto). Fue desarrollado en 1943 por el Profesor Kaoru Ishikawa en Tokio.

12.- El autoconcepto o la autoimagen es la comparación subjetiva que hacemos de nosotros mismos frente a los demás. Es el conjunto de percepciones, ideas u opiniones que una persona tiene sobre distintas áreas de su persona: su físico, su personalidad, sus capacidades, sus habilidades sociales

13.-La norma ISO 9001 son el sistema más extendido para conseguir la medida de la calidad desde el punto de vista del cliente es el de la realización de encuestas de satisfacción en el momento inmediatamente posterior a la prestación del servicio

14.-La Gestión de Calidad tiene por objeto animar a las organizaciones y a las empresas a gestionar los aspectos de la calidad en sus actividades de servicios de una forma más eficaz.

15.- Hablamos de Calidad del Servicio cuando decimos que conviene llevar encima una etiqueta, o tener sobre la mesa un letrero, con nuestro nombre y apellido

PREGUNTAS ABIERTAS

16. -¿De qué hablamos cuando mencionamos el aspecto exterior dentro del proceso de atención al cliente?

R.-En cuanto a los clientes externos son quienes no son parte de una empresa de manera directa. Sin embargo, son personas que tienen necesidades de comprar, o incluso vender, bienes o servicios del negocio.

17.-¿Por qué es importante el aspecto del entorno de trabajo?

R.- Esto favorece un incremento sustancial del bienestar del trabajador y, con ello, de su productividad.

18.-¿Qué aspectos integran la forma de expresión dentro de la atención al cliente?

R.- Es muy importante escuchar y entender lo que el cliente está comunicando. Independiente de ser una queja o solo una duda, es imprescindible que te muestres presente allí y entiendas con atención la demanda para resolverla de la forma más eficiente posible.

19.-¿Por qué es importante la comunicación dentro de la atención que le damos a los clientes y que medidas podemos llevar a cabo para poder ofrecerle una atención adecuada a los mismos?

R.- Una comunicación eficaz puede ayudar a resolver los problemas más rápidamente, de manera más satisfactoria tanto para el cliente como para el agente, a proporcionar información muy valiosa y a responder a las preguntas, lo que puede llevar a un aumento de la satisfacción y la fidelidad de los clientes.

20.-¿Quién se encarga de formular las normas ISO?

R.- En México la EMA (Entidad Mexicana de Acreditación), es la encargada de auditar a los organismos certificadores y otorgarles la aprobación para llevar a cabo las auditorías de certificación bajo las normas ISO

21.-¿Por qué las empresas implementan estas normas?

R.- La función de las normas dentro de la empresa es reglamentar el comportamiento de los empleados diciéndoles lo que se permite y lo que no se permite en el lugar de trabajo.

22.-Menciona 3 acontecimientos de la historia de la calidad.

R.- Los momentos históricos en el desarrollo de la calidad son:

- Primeras civilizaciones. ...
- Fabricación artesanal. ...
- Revolución industrial. ...
- Segunda Guerra Mundial. ...
- Japón después de la Segunda Guerra Mundial. ...
- La calidad en la actualidad.

23.-Menciona en qué consiste el cliente invisible.

R.- Un cliente misterioso es un método utilizado por las empresas para saber si en sus puntos de venta se ofrece un servicio de calidad. El proceso consiste en que el cliente misterioso finge ser un consumidor común que visita la tienda para evaluar a los empleados sin que ellos sepan.

24.-¿A qué nos referimos cuando hablamos de la atención al cliente?

R.- Los 10 componentes básicos del buen servicio

Para Salinas, los siguientes son los 10 componentes básicos del buen servicio, si no están bien cubiertos difícilmente se alcanzará una calidad de servicio adecuada.

- **SEGURIDAD:** sólo está bien cubierta cuando podemos decir que brindamos al cliente cero riesgos, cero peligros y cero dudas en el servicio.
- **CREDIBILIDAD:** va de la mano de la seguridad, hay que demostrar seguridad absoluta para crear un ambiente de confianza, además hay que ser veraces y honestos, no sobreprometer o mentir con tal de realizar la venta.
- **COMUNICACIÓN:** se debe mantener bien informado al cliente utilizando un lenguaje oral y corporal sencillo que pueda entender, si ya hemos cubierto los aspectos de seguridad y credibilidad, seguramente será más sencillo mantener abierto el canal de comunicación cliente - empresa.
- **COMPRENSIÓN DEL CLIENTE:** no se trata de sonreírle en todo momento a los clientes sino de mantener una buena comunicación que permita saber qué desea, cuándo lo desea y cómo lo desea en un esfuerzo por ponernos en su lugar.
- **ACCESIBILIDAD:** para dar un excelente servicio debemos tener varias vías de contacto con el cliente, buzones de sugerencias, quejas y reclamos, tanto físicamente como en el sitio web (si se cuenta con él), línea 800,... además, hay que establecer un conducto regular dentro de la organización para este tipo de observaciones, no se trata de crear burocracia sino de establecer acciones reales que permitan sacarles provecho a las fallas que nuestros clientes han detectado.

- **CORTESÍA:** atención, simpatía, respeto y amabilidad del personal, como dicen por ahí, la educación y las buenas maneras no pelean con nadie. Es más fácil cautivar a nuestros clientes si les damos un excelente trato y brindamos una gran atención.
- **PROFESIONALISMO:** posesión de las destrezas necesarias y conocimiento de la ejecución del servicio, de parte de todos los miembros de la organización, recuerda que no sólo las personas que se encuentran en el Frontline hacen el servicio.
- **CAPACIDAD DE RESPUESTA:** disposición de ayudar a los clientes y proveerlos de un servicio rápido y oportuno. Nuestros clientes no tienen por qué rogarnos para ser atendidos, ni para que sus dificultades o problemas sean solucionados, debemos estar al tanto de las dificultades, para estar un paso adelante de ellas y una buena forma de hacerlo es retroalimentándonos con las observaciones nuestros clientes.
- **FIABILIDAD:** es la capacidad de nuestra organización de ejecutar el servicio de forma fiable, sin contratemos ni problemas, este componente se ata directamente a la seguridad y a la credibilidad.
- **ELEMENTOS TANGIBLES:** se trata de mantener en buenas condiciones las instalaciones físicas, los equipos, contar con el personal adecuado y los materiales de comunicación que permitan acercarnos al cliente.

25.-Redacta una conclusión acerca de la importancia de la calidad en los servicios.