

Cultura de servicios



FREE
GRATIS



COSTA RICA
TOURISM BOARD



Contenido

| | |
|--|----|
| Definición de cultura de servicios | 4 |
| ¿Por qué una filosofía orientada hacia el cliente, turista y usuario? | 5 |
| ¿Qué es un servicio? | 6 |
| Las 7 reglas para poner al turista en primer lugar como cliente..... | 8 |
| La multiplicación del éxito..... | 9 |
| Altitud en la excelencia en el servicio..... | 11 |
| Características de la Actitud correcta..... | 14 |
| Cualidades que debe cuidar para desarrollar su inteligencia emocional | 16 |
| Elementos para el éxito | 18 |
| Consejos importantes que contribuyen a la excelencia en el servicio al turista | 19 |
| Aspectos que usted debe cuidar en su conducta para brindar un excelente servicio al cliente. | 19 |
| Cambio en la atención a los clientes..... | 21 |
| Modelo de una buena empresa de servicio | 22 |



Definición de cultura de servicios

Cultura de servicios es aquella en donde mis valores, filosofía, normas, sistema de trabajo, ideología y comportamiento personal en la organización están claros y consistentemente enfocados al turista, pasajero, cliente, usuario o visitante.

La cultura de servicios tiene gran influencia para que me comporte y relacione con orientación de servicio al cliente y usuario.

Cuando un cliente entra en contacto conmigo, que tengo una fuerte cultura de servicios, la percibe inmediatamente en el trato que recibe de mi parte.



¿Por qué una filosofía orientada hacia el cliente, turista y usuario?

La razón para que yo requiera de una cultura de servicios basada en una filosofía orientada al cliente es que es una práctica en donde el objetivo es no sólo satisfacer necesidades del cliente / usuario, sino exceder sus expectativas.

Las investigaciones sobre servicio al cliente realizadas en empresas de turismo, demuestran que los clientes cuando están satisfechos están dispuestos a ser leales a su empresa y cambiar a la competencia por usted cuando ésta no ofrece valores comparables y no satisface sus necesidades.

La clave para conservar a los clientes, turistas y usuarios, es no sólo satisfacerlos, sino exceder sus expectativas con cada vez mejores servicios.

Hasta ahora hemos venido hablando del concepto de cultura de servicios, sin haber explorado el término “servicio”, como centro o punto focal de la teoría que gira en torno a los procesos de culturización en la empresa. Por lo tanto, es necesario en este punto explicar el significado que tiene el término servicio en la organización moderna.



¿Qué es un servicio?

Servicio es un conjunto de elementos tangibles e intangibles que usted combina para satisfacer una necesidad específica de sus clientes.

Servir es:

Elaborar un servicio, conjugando los elementos tangibles e intangibles adecuados para satisfacer específicamente una necesidad de la clientela.

Recuerde: usted hace el servicio, usted es el servicio.

Calidad en el servicio:

Es el grado en el que se satisfacen las necesidades y se exceden las expectativas de quien lo recibe.

Una organización de servicio:

Aquella que se especializa en satisfacer ciertas necesidades de los clientes mediante la especialización en cierto tipo de servicios.

La calidad de la empresa de servicio depende del grado en que ésta cumpla las expectativas de los clientes y sus necesidades.

Resultados de una empresa con verdadera cultura de servicios:

Los resultados que obtiene una empresa con verdadera cultura de servicios se reflejan en la satisfacción, repetición y reconocimiento de los clientes sobre la calidad de los servicios, y se patentizan en el alto grado de lealtad que esos clientes muestran hacia ella. También se reflejan estos resultados en la conducta del personal y en su gestión altamente productiva con satisfacción en su trabajo y en constante desarrollo.

Cultura de servicios como ventaja competitiva:

La cultura de servicios representa la mayor y más fuerte ventaja competitiva que una empresa de servicios puede tener ya que define un nivel de calidad en el servicio, que es tan alto a los ojos de nuestros clientes / usuarios, que ellos se vuelven leales, la recomiendan y generan cada vez mayor volumen de negocio.

En la empresa de servicio, el cliente debe ser siempre primero y las decisiones tanto como los recursos deben estar comprometidas con él y su satisfacción. Por esto es necesario que el colaborador o colaboradora tenga clara conciencia de las reglas para brindar un buen servicio al cliente o para tenerlo a él como lo primero y lo más importante. Estas reglas se enumeran a continuación.



Las 7 reglas para poner al turista en primer lugar como cliente

1. Se debe de pensar y hablar constantemente de los clientes.
2. Siempre valorar la percepción de los clientes.
3. Se deben resolver todos los asuntos a favor de aquello que represente un impacto más positivo en el cliente.
4. En situaciones de disyuntiva se debe dar más valor al cliente cuando su bienestar pese más que lo económico.
5. Reparar siempre el daño causado a un cliente por un servicio mal ejecutado.
6. Usar la política “a costa de lo que sea”, para resolver una situación con un cliente insatisfecho o con alguna necesidad especial.
7. Rediseñar sistemas, reasignar recursos y sacar las vacas sagradas a pastar cuando éstos impidan dar un servicio de excelencia.

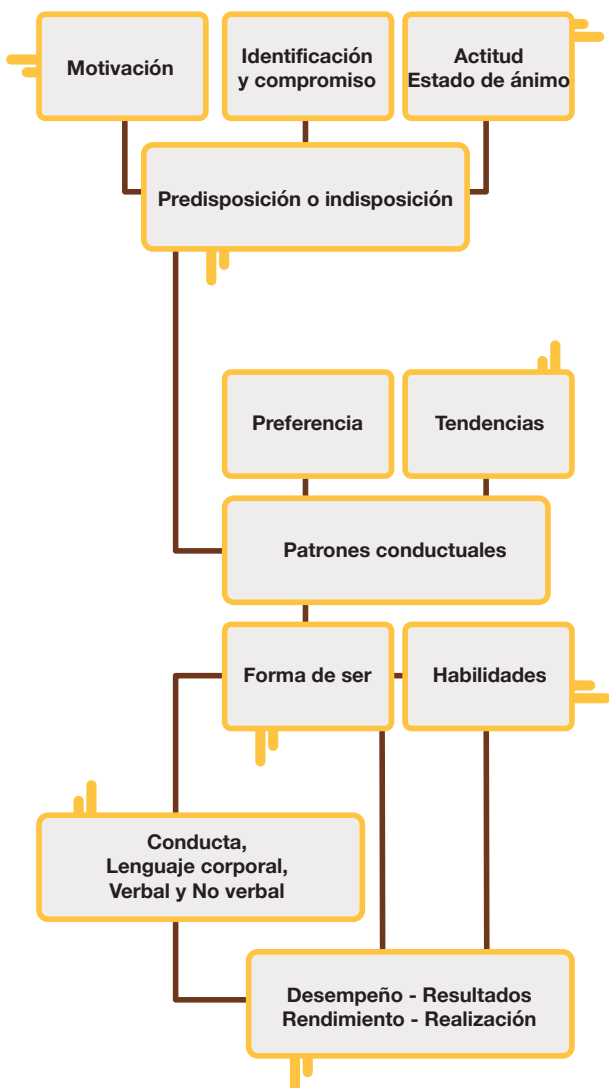


La multiplicación del éxito

Para comenzar a cambiar mi cultura de servicios debo tener en cuenta que en el buen servicio al turista yo apporto los siguientes elementos:



La excelencia en el servicio al turista depende de la aplicación de todas sus habilidades y de su motivación.



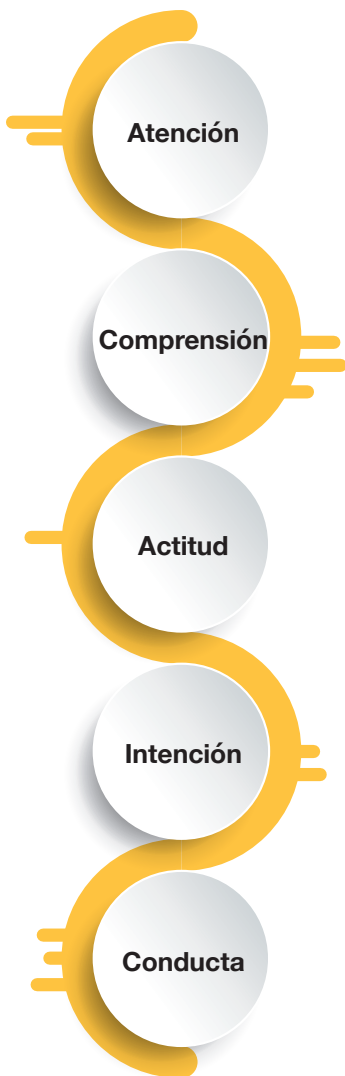
Altitud en la excelencia en el servicio

En el anterior gráfico se ilustran todos los aspectos que usted debe cuidar al interactuar brindando servicio a los turistas.

En resumen, la excelencia en el servicio al turista se ve, se siente y se experimenta en la suma que usted haga de su actitud y aptitud.



Por lo anterior es necesario que usted reflexione sobre el proceso de cambio al que debe someterse para mejorar su atención, comprensión, actitud, intención y conducta en pro de la excelencia en la atención a sus clientes.



De lo anterior se desprende que usted debe aportar el 100% de su pensamiento, sentimientos y acciones para la satisfacción de sus clientes.



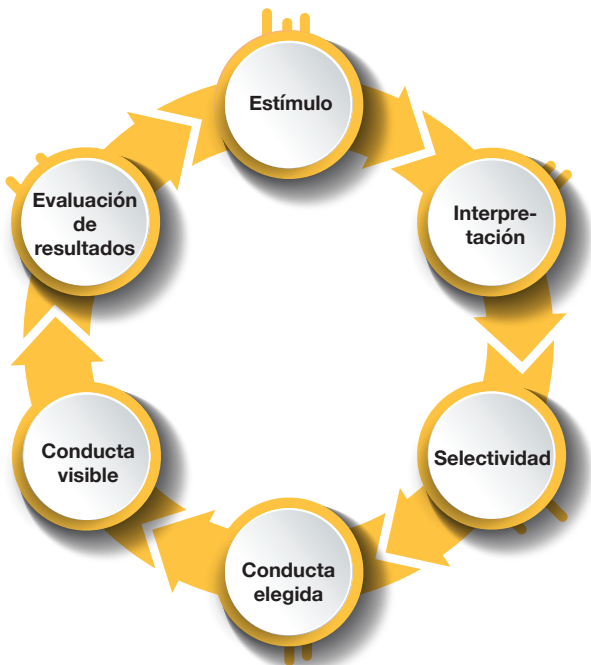
Características de la Actitud correcta

Su actitud correcta para producir satisfacción en su clientela debe tener las siguientes seis características .



El comportarse con una actitud así le proporcionará éxito en su trabajo y le generará el siguiente ciclo de comportamiento:

Usted está expuesto a estímulos y es quien los interpreta por lo que la reacción es suya y solo suya y así será también su conducta por lo que debe tener claro que el cliente es primero.



En el servicio al turista su éxito personal dependerá en un 77 % de su aptitud emocional.

Su liderazgo, trabajo en equipo, comunicación y relación con todas las personas requieren de su parte destrezas sociales, es decir, su capacidad de interactuar con su entorno de manera receptiva y adecuada.

Cualidades que debe cuidar para desarrollar su inteligencia emocional

Debe entonces usted mejorar sus cualidades como persona que posee adecuada inteligencia emocional y que son:

Autoestima

Positivismo

Saber, dar y recibir

Empatía:
capacidad de adoptar el lugar de otra persona

Poseer valores

Tener auto-motivación, ilusión, interés

Reconocer los sentimientos propios

Superar las dificultades y las frustraciones

Tener equilibrio entre exigencia y tolerancia.

Manifestar los sentimientos positivos y negativos de manera adecuada y controlada

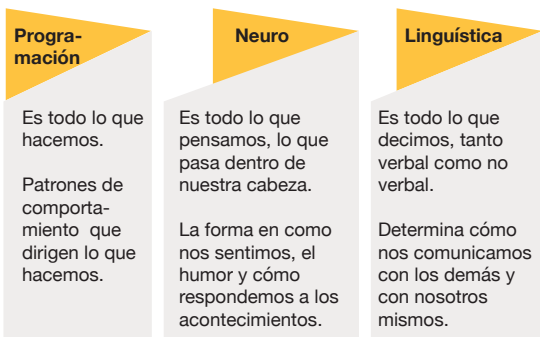
Asertividad como resultado de Inteligencia Emocional.

La persona asertiva tiene conciencia de sí misma, de la realidad, de sus sentimientos y conducta.

Asertividad es el dominio correcto de la agresividad.

El asertividad es un punto central entre la pasividad y la agresividad.

Otro aspecto importante a tomar en cuenta es el uso que le damos al lenguaje en la relación con los clientes. La programación neurolingüística nos ayuda a relacionar correctamente nuestro cerebro, lenguaje y nuestros gestos y nos orienta a corregir lo que decimos, pensamos y hacemos, para lograr un comportamiento con mejores resultados.



Debemos pensar que podemos lograrlo



Elementos para el éxito

Usted tiene todo lo que necesita para tener éxito.



Consejos importantes que contribuyen a la excelencia en el servicio al turista

Los siguientes consejos nos llevan a brindar un excelente servicio al cliente.

Seamos mejores personas

Dirijamos positivamente nuestra manera de ser y de ver las cosas.

Podemos crear mejores relaciones con los demás y con nosotros mismos.

Fijémonos metas, logremos objetivos

Debemos creer en nosotros mismos y programarnos para ser exitosos.

Atrevámonos a vencer el miedo y a hacer cosas diferentes que nos proporcionen resultados diferentes.

Disfrutemos de la vida

Sintámonos plenos y realizados, llenos de paz interior.

Vivamos el momento de la mejor manera posible.

*“Recuerde siempre que su propia resolución de triunfar es más importante que cualquier cosa”
Abraham Lincoln.*

Aspectos que usted debe cuidar en su conducta para brindar un excelente servicio al cliente

Comunicación oral:

- Pronunciación
- El tono, altura y la velocidad de la voz
- El volumen y el énfasis en lo que se dice
- La expresión vocal: sonrisa, realidad

Su culturización en el servicio al cliente:

Su culturización es un proceso por el que debe pasar para adquirir: Nuevos valores, nuevas formas de hacer las cosas y de relacionarse con los clientes que está basado en la información que usted maneja, su actitud, conducta y cultura.

Usted debe:



Y debe perfeccionar sus siguientes cualidades:

| | |
|----------------------------|--|
| Cualidades Físicas: | Salud Buena apariencia Simpatía Naturalidad |
|----------------------------|--|

| | |
|-----------------------------|---|
| Cualidades Mentales: | Iniciativa Imaginación Memoria |
|-----------------------------|---|

| | |
|----------------------------|---|
| Cualidades Morales: | Confianza Honradez Verdad Responsabilidad Dignidad |
|----------------------------|---|

Cambio en la atención a los clientes

Las relaciones humanas:

- Sean Justos
- Sean Ecuánimes
- Sean Respetuosos
- Sean Cooperadores
- Sean Generosos

La etiqueta en el servicio al turista:

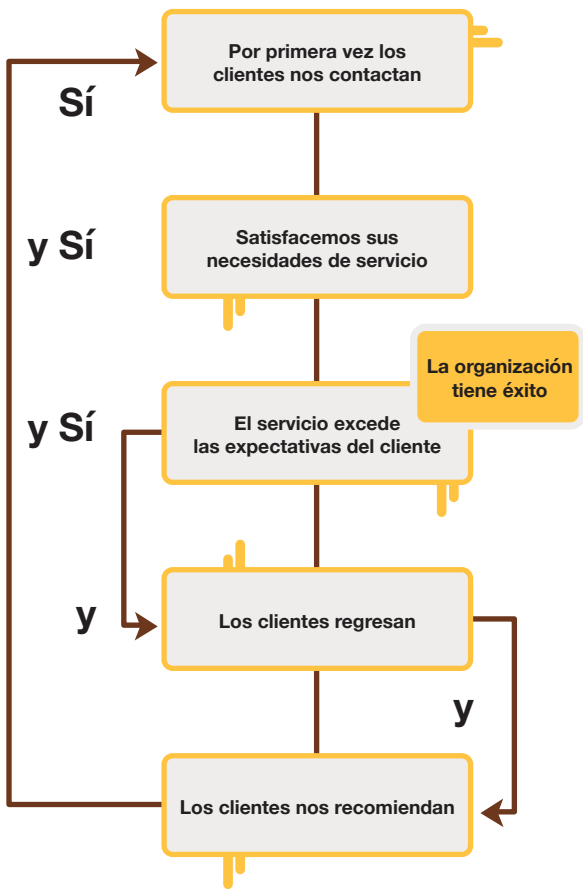
- Presentaciones
- Saludo
- Asuntos personales
- Lealtad
- Confianza
- Consideración
- Paciencia

Los 7 pecados de un mal servicio

- 1. LA APATÍA:** ¿Qué me importa a mí?
- 2. LA SACUDIDA:** Eso no me toca
- 3. LA FRIALDAD:** No saludo, no sonrío y no llamo a las personas por su nombre
- 4. LA CONDESCENDENCIA:** Le digo que sí a todo y lo olvido rápido.
- 5. LA NEGACIÓN:** Trabajo con un no se puede en la frente
- 6. EL REBOTISMO:** No resuelvo y lo paso a otra persona
- 7. LA REGLA DE TRES:** En primer lugar la empresa, en segundo lugar sus políticas y en tercer lugar la empresa y sus políticas.

No cometa nunca estos siete pecados capitales de mal servicio.

Modelo de una buena empresa de servicio







essential
**COSTA
RICA**



**COSTA RICA
TOURISM BOARD**

Tourist Service Department
Departamento de Servicio al Turista

www.visitcostarica.com
info@visitcostarica.com

La Uruca, costado este del Puente Juan Pablo II.
P.O. Box 777-1000 | Tel.: (506) 2299-5800

Autor:

MBA. Jorge Lao Largaespada
Especialista en Cultura de Servicios

Fotografías:

ICT | Alt digital | Roberto Ramos