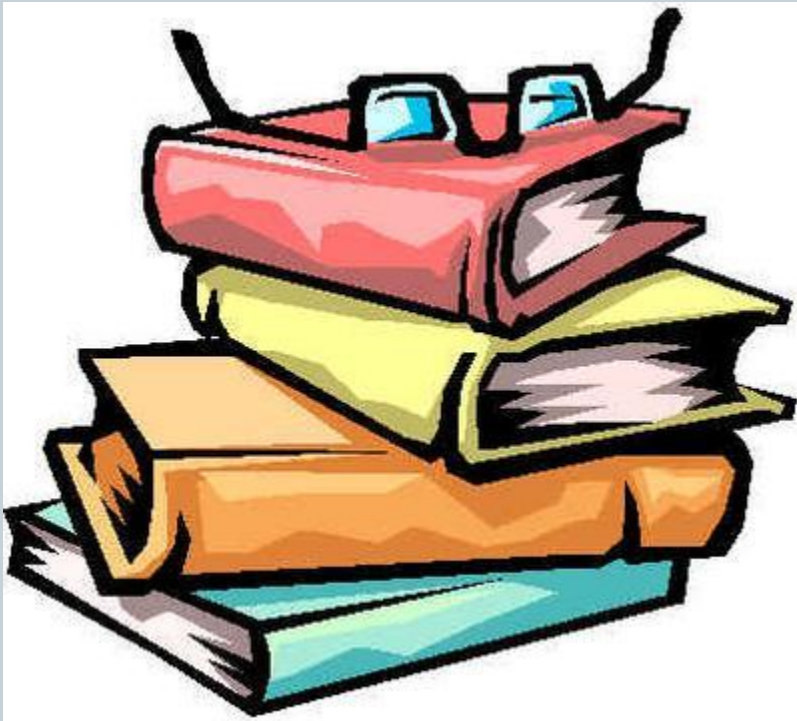


El Servicio al Cliente aplicado a las Instituciones Educativas



CARLOS MORY OLIVARES

Agenda



- Definiciones básicas
- Espectro de tangibilidad
- Percepción de valor
- Marketing mix de servicios
- Las Dimensiones de la Calidad
- Satisfacción de los empleados: satisfacción de usuarios
- Casos empresariales

¿Qué es un servicio?



- Es la actividad o el beneficio que una parte le puede ofrecer a otra, es intangible y no conlleva a la posesión de nada. (Kotler)
- La distinción clave entre productos y servicios radica en que los consumidores derivan un **valor** de los servicios sin obtener la propiedad permanente de ningún elemento tangible. (Lovelock)
- Son actos, esfuerzos o actuaciones (Hoffman)
- Un servicio es ***Intangible***.

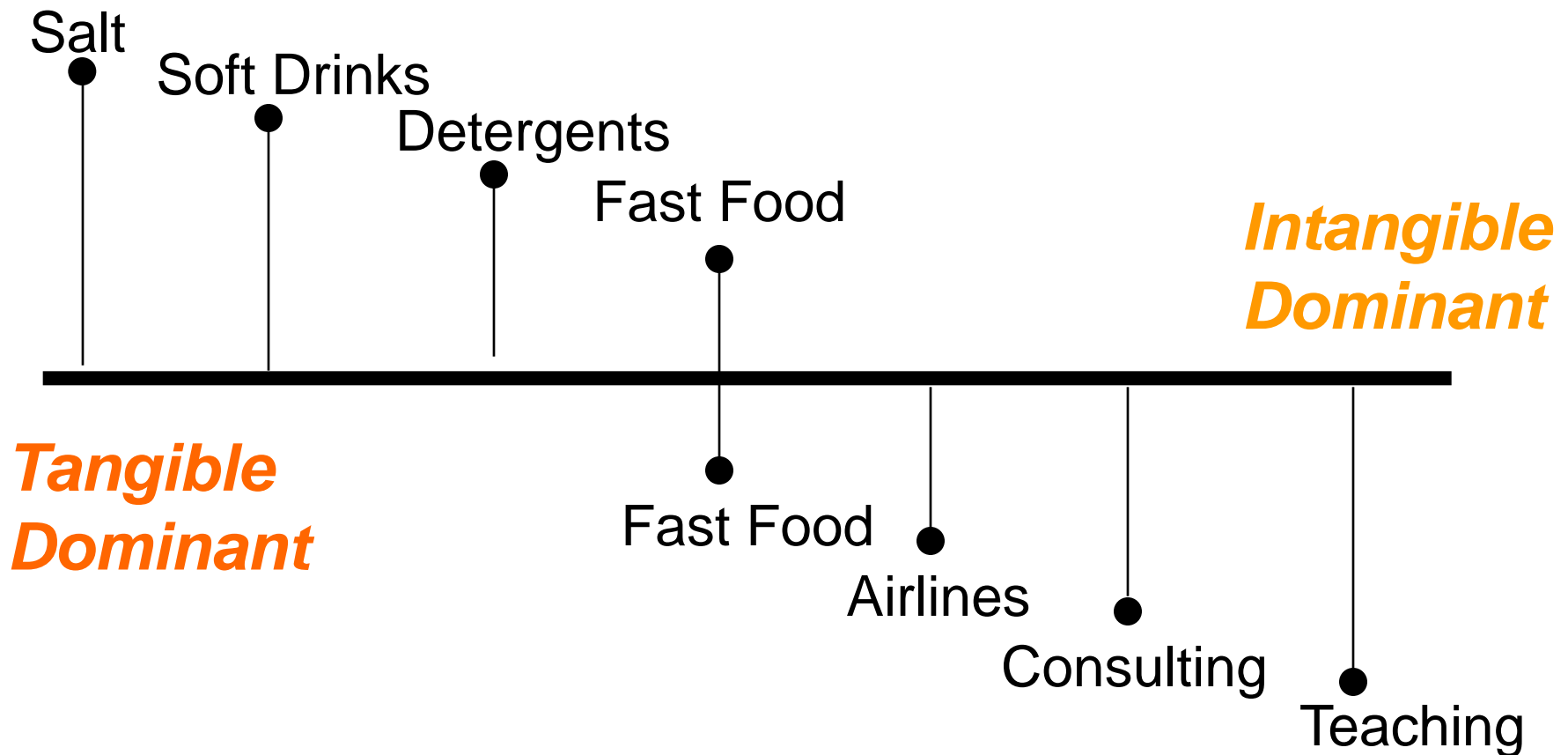
¿Qué es Servicio al Cliente?



“Es el servicio que se proporciona para apoyar el desempeño de los productos básicos de las empresas. Lo emplean todo tipo de empresas: De manufactura, de tecnología, o de servicios en sí misma.” (Zeithaml & Bitner)

Desde el punto de vista del marketing de tangibles, opera sobre el nivel real y aumentado del producto, pero, no debe perderse de vista que el consumidor percibe el producto/servicio como un todo.

Espectro de Tangibilidad



Percepción del Valor



- La forma en que el comprador percibe el valor del servicio, depende de:

COSTOS	VALOR TOTAL
Costos de tiempo	Valor del servicio
Costos de energía	+
Costos psicológicos	Valor del personal
	+
	Valor de la imagen
	+
	Valor del producto

Marketing Mix de Servicios



Producto	Plaza	Promoción	Precio
Características	Tipo de canal	Ventas	Flexibilidad
Calidad	Exposición	Publicidad	Nivel de precios
Accesorios	Intermediarios	Promociones	Términos
Empaque	Ubicación	Relaciones públicas	Diferenciación
Garantías	Transporte		Descuentos
Líneas	Inventarios		Bonificaciones
Marca	Logística		

Marketing Mix de Servicios



Personas	Evidencia Física	Proceso
Empleados	Diseño del local	Flujo de actividades
Reclutamiento	Equipo	Estandarizadas
Capacitación	Señalización	Personalizadas
Motivación	Vestuario de empleados	Naturaleza
Compensación	Otros tangibles	Simple
Cultura	Reportes	Complejo
Clientes	Tarjetas	Participación del cliente
Selección	Estados de cuenta	
Relación	Garantías	

Las Dimensiones de la Calidad



- Confiabilidad
- Aspectos tangibles
- Responsabilidad o capacidad de respuesta
- Seguridad
- Empatía

Dimensiones: Confiabilidad



- Consistencia y seriedad en la prestación del servicio.
- Consistencia entendida además como un concepto “en el tiempo”.

Entregar lo que se promete



Dimensiones: Aspectos tangibles



- Evidencia física en la prestación del servicio.
- Un servicio tiene componentes tangibles: Instalaciones, mobiliario, vehículos, uniformes, documentos, alimentos, bebidas, etcétera.



Aspectos físicos del servicio

Dimensiones: Diligencia (Responsabilidad)

- Voluntad de ayuda y rapidez en la prestación del servicio.
- El cliente visto como un aliado: “Las compañías no ofrecen estabilidad laboral: Sólo los clientes pueden”, Jack Welch, Ex-CEO GE

Estar dispuesto a ayudar



Dimensiones: Seguridad



- Conocimiento y competencia de los empleados.
- Capacidad de infundir confianza.



*Inspirar buena voluntad,
confianza, seguridad*

Dimensiones: Empatía

- Preocupación y atención individual por cada cliente.
- Vocación de servicio, interés genuino por las necesidades de cada cliente específico.

Tratar a los clientes como personas, como seres individuales



Satisfacción de los empleados



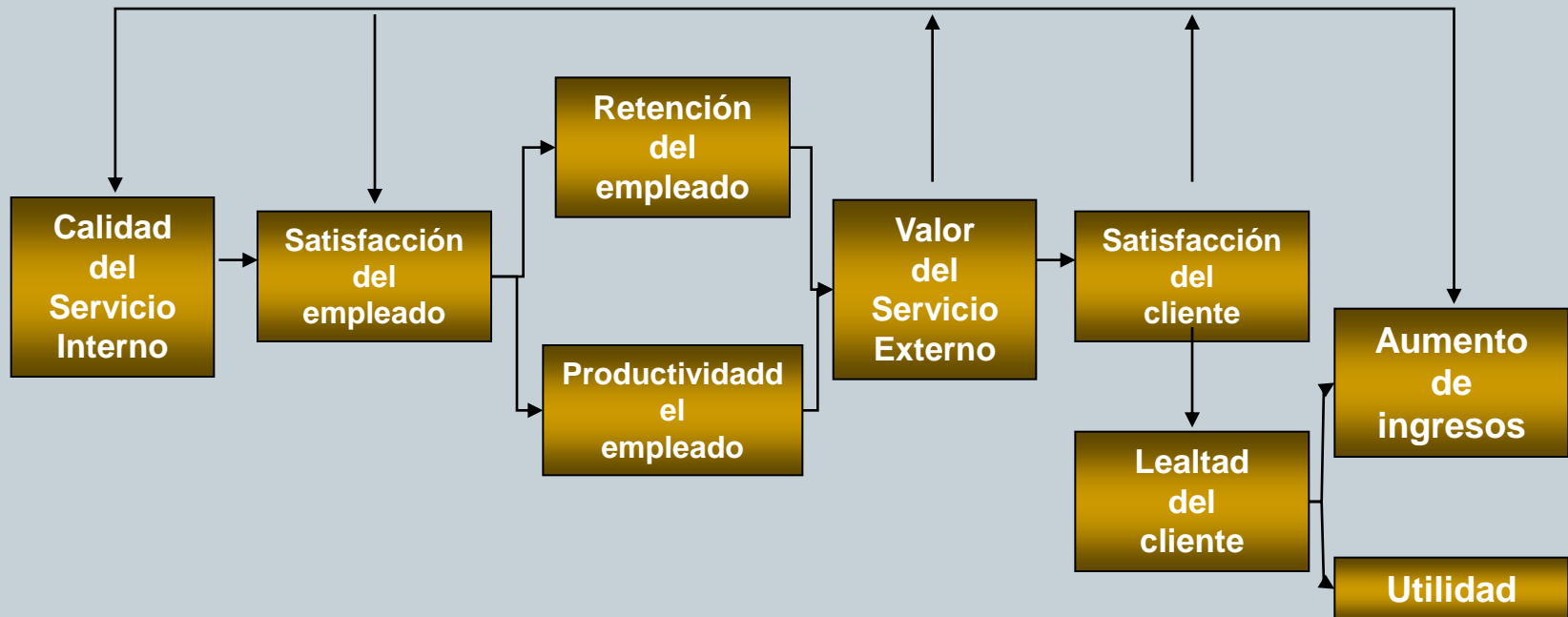
- Tanto el clima del servicio como la administración de los recursos humanos que los empleados experimentan dentro de sus organizaciones se reflejan en la forma en que los clientes experimentan el servicio recibido.



Por lo tanto...

Satisfacción de los empleados

- La relación “satisfacción del empleado” / “satisfacción del cliente” no es causal: Ambas se interrelacionan; una alimenta a la otra y viceversa, generando un círculo virtuoso.



Caso Organización Educativa Trilce



¿Qué aspectos diferenciales en su servicio educativo hacen de Trilce, una institución educativa en constante crecimiento?

Caso Wong



¿Por qué Supermercados Wong se ha convertido en un referente en Calidad en el Servicio?

¡Gracias por su atención!

