

MATERIAL DOCENTE INSTITUCION UNIVERSITARIA COLEGIO MAYOR DEL CAUCA

Proceso: Planeación Académica

Código
600.R.06

Versión
02

Emisión
20-04-2022

Página
1 de 3

Guía de trabajo Gerencia del Servicio

Guía de Curso – 28/03/2023

Autor(es):

María Fernanda Semanate Solís
Docente

Resumen:

Esta guía de trabajo permite a los estudiante desarrollar paso a paso su trabajo en una organización, utilizando diferentes herramientas enfocadas a diagnosticar y estructurar estrategias para dar solución a problemáticas relacionadas con el servicio al cliente y así afianzar sus conocimientos y competencias adquiridas en su proceso de formación y específicamente en el componente de módulo Gerencia del Servicio

Palabras clave:

Servicio al cliente, satisfacción, estrategias

Descripción:

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA ADMINISTRACIÓN .

Gestión Comercial y de Mercados

Institución Universitaria Colegio Mayor del Cauca

Referencie este documento así:

Semanate, M. (2023) Guía de trabajo Gerencia del Servicio [Guía de curso]. Institución Universitaria Colegio Mayor del Cauca.



MATERIAL DOCENTE INSTITUCION UNIVERSITARIA COLEGIO MAYOR DEL CAUCA

Proceso: Planeación Académica

Código
600.R.06

Versión
02

Emisión
20-04-2022

Página
2 de 3

Trabajo Gerencia del Servicio Práctica Profesional

Una de las prácticas didácticas utilizadas en el desarrollo de las actividades curriculares en el proceso formativo del componente de módulo Gerencia de Servicios, es la práctica profesional. Esta estrategia requiere que los estudiantes a través de la observación, visitas y de la aplicación de algunas herramientas puedan hacer un diagnóstico frente al desempeño y la satisfacción del cliente en organizaciones reales de la región. De esta manera los estudiantes afianzan sus conocimientos y competencias que les permita analizar la información obtenida, identificar problemáticas y puedan proponer soluciones a través de estrategias orientadas al cliente y al mejoramiento de dicha organización.

Los estudiantes deben obtener la información básica de la organización, desarrollar la estrategia de cliente misterioso y aplicar una lista de chequeo. Por otra parte, los estudiantes deben hacer un análisis de la política de servicio al cliente, o proponer una si no la tienen, hacer una matriz DOFA enfocada al servicio al cliente, indagar sobre estrategias de motivación y enfoque a la satisfacción del cliente interno (Endomarketing).

Primera entrega:

1. Actividad económica de las empresas.
2. Tipo de empresa de acuerdo a su tamaño.
3. Número de empleados en cada punto de atención
4. Productos o servicios que presta.
5. Elaboración y aplicación de lista de chequeo Cliente Misterioso

En la visita a cada punto de servicio deben tener en cuenta lo siguiente:

- a) Número de empleados en cada punto de atención
- b) Tiempo de saludar al cliente
- c) Actitud de los empleados
- d) Preguntas que los compradores hacen
- e) Argumentos de venta
- f) Productos o portafolio
- g) ¿Sugiere otros productos?
- h) ¿El vendedor lo invitó a volver?
- i) Velocidad del servicio.
- j) Apariencia del negocio.
- k) Infraestructura.
- l) Apariencia de los productos o disposición para el Servicio
- m) Capacidad de regreso o devolución.
- n) La forma de despedirse.

6. Política del servicio al cliente, si no la tiene, crearla
7. Análisis DOFA frente al proceso de servicio al cliente
8. Identificar si existe aplicación de Endomarketing o comunicación organizacional.

Segunda entrega:

En una segunda parte, los estudiantes identifican las necesidades y expectativas frente y el nivel de satisfacción del cliente y proponen estrategias orientadas al mejoramiento de la prestación del servicio

MATERIAL DOCENTE INSTITUCION UNIVERSITARIA COLEGIO MAYOR DEL CAUCA

Proceso: Planeación Académica

Código 600.R.06	Versión 02	Emisión 20-04-2022	Página 3 de 3
--------------------	---------------	-----------------------	------------------

de la empresa, utilizando el triángulo de servicio interno y externo, identifican los momentos de verdad y el ciclo del servicio, se hace la caracterización del servicio al cliente, con planes y recursos para cada uno de los momentos y por último se estructura la producción de servicios (Servucción),

9. Identificar las necesidades, expectativas y el nivel de satisfacción del cliente
10. Herramientas y estrategias orientadas a la mejora del servicio al cliente.
11. Triángulo de servicio interno: Cultura, Liderazgo y Organización enfocado al cliente interno
12. Triangulo de servicio externo: Estrategias, Sistemas, Personas, teniendo como eje central el cliente externo
13. Momentos de Verdad y el Ciclo del Servicio.
14. Caracterización del servicio al cliente
15. La Servucción y sus elementos
16. Se hace un estudio de las diferentes estrategias de medición y análisis de servicio al cliente, y se define cuales podrían aplicarse en la empresa.

Temas de sustentación

El trabajo se sustenta teniendo en cuenta: la empresa que escogió para trabajar, el diagnóstico frente a la prestación del servicio y la propuesta de estrategias que permitan mejorar la prestación del servicio.