

MODELO PGA

PROTOCOLO GENERAL DE
ATENCIÓN



MODELO PGA

PROTOCOLO GENERAL DE ATENCIÓN

NIVEL: EQUIPO

- COMUNICACIÓN ASERTIVA
- EXPRESIONES DE CORTESÍA
- SONRISA
- LENGUAJE VERBAL Y NO VERBAL
- ACTITUD DE SERVICIO
- IMPECABILIDAD
- CONDUCTA
- TIPOLOGÍA DE CLIENTES
- MANEJO DE CLIENTES DIFÍCILES
- TIEMPOS DE ATENCIÓN
- COMPROMISO Y CUMPLIMIENTO

DISEÑO EXCLUSIVO @ATENTAMENTEPERU



ATENTAMENTE

“

El modelo PGA – Protocolo General de Atención – se basa en diseñar en base a cuatro claves específicas, las pautas de actuación que nos ayudarán a ofrecer un servicio estandarizado y personalizado, reaccionar a diferentes eventos de interacción con el cliente, pero en especial a ser reconocidos, elevando nuestra oportunidad de lealtad y satisfacción en la experiencia que se brinda.

CLAVE: SALUDO

Denomina a tus clientes externos de manera moderna, en donde el cliente se convierte en "invitado", "damas y caballeros", "cliente atento". etc.

Sonríe y brinda un trato personalizado si es posible con el nombre de tu cliente.

Refleja el trato cordial y la política de bienvenida, además, a tus colaboradores en su jornada diaria.

En las **zonas de espera**, regala magia al cliente mientras recoge su requerimiento. Disney trata de disminuir los tiempos de espera (colas), sumergiendo al visitante en historias haciéndolos partícipes de juegos y actividades para minimizar la molestia.

- Sonríe francamente y en todo momento.
- Regala bienvenida con una frase exacta y representativa.
- En los momentos de espera del cliente, regala un recurso de amabilidad.
- Elige un lenguaje sencillo de comunicación basado en el respeto.



Saluda

PGA - @ATENTAMENTE PERÚ

CLAVE: DISPOSICIÓN

Considera éstos pasos: **Acércate al cliente**, para lograr demostrar que estamos dispuestos a ayudar al cliente, primero debemos acercarnos a él. Nunca esperes que el cliente se acerque a ti, el cliente nos eligió para que lo ayudemos y debemos dar el primer paso hacia él.

Disposición es siempre **preguntarse si existe algo más en que pueda ayudar a su cliente**. El cliente no busca un producto, busca una solución, busca un servicio. El cliente compra porque necesita cubrir una necesidad, nos eligió para poder cubrirla y debemos estar dispuestos a ayudarlo y asesorarlo.

Actitud de servicio, siendo un elemento importante, no puedes demostrar “desinterés” por las necesidades del cliente. Busca siempre atender estas necesidades con una voluntad transparente de servicio.

Capacita a tus líderes de equipo, te ayudará a reforzar buenos comportamientos.

Selecciona correctamente a tu personal y prioriza su buena actitud para trabajar.

- 
- Merece considerar colaboradores con actitud de servicio.
 - Empodera a tus colaboradores.
 - Define una línea de acción para atención al cliente.
 - Soluciona inmediatamente las contingencias con tus clientes.

PGA - @ATENTAMENTE PERÚ

Disposición

CLAVE: COMUNICACIÓN E IMÁGEN

La comunicación impresa o en redes sociales deben reflejar la esencia de tu organización.

Cumple con parámetros en lenguaje, colores, diseño, fotografía, para ello existe el branding.

Recuerda que hoy más que nunca vendes experiencias, debes atraer al cliente por sus 5 sentidos, en especial cuando tu empresa tenga un ambiente físico.

Una imagen y comunicación definida en tu empresa, fortalece su personalidad y logra la lealtad del cliente en base al profesionalismo que demuestran.

Cuida la imagen y reputación de tu empresa, porque serán parte de su historia, basándote en que desees que tu organización perdure en el tiempo.



CLAVE: DESPEDIDA

El cliente necesita saber que él te interesa, la experiencia de servicio no termina, se fortalece hasta que el cliente llegue al nivel de recomendación de tu empresa.

Ve tu organización a través de los ojos de tu cliente y es momento de utilizar herramientas como: encuestas, foros de realimentación, llamadas de cortesía.

Momento de diseñar tu Customer Journey Map (mapa de experiencia de cliente) versión mejorada.

Las campañas de fidelización y lealtad: "descuentos, promociones tienen como objetivo captar nuevos clientes y fideliza a los que ya lo son. Estos programas agregan valor a la vida de los clientes para que ellos se mantengan leales a la empresa". (Román Pizzolante, La venta perfecta)

Despedirse del cliente eleva tus ganas de volver a verlo, se amable y no lo olvides, recuerda las tres fases: capturar, retener y fidelizar.

- 
- Comienzo de un nuevo ciclo: LA POSTVENTA
 - Momento de análisis y medición del servicio.
 - Seguimiento y fidelización.
 - Diseño de procesos de mejora del servicio.

PGA - @ATENTAMENTEPERU

Despedida

PUNTOS CLAVES



Permite compartir con tus clientes la calidez que tu marca representa.



Alinea tus parámetros de atención a todo nivel de tu organización, desde lo colaboradores con contacto directo a tu cliente hasta tu equipo administrativo.



Insistimos en el diseño de sus políticas y procedimientos, que además de ser la guía del comportamiento de su organización, deberá estar enfocada en el cliente.



No subvalores el poder del entrenamiento, capacitación y motivación a tu personal, porque te ayudarán a cimentar el propósito común de tu organización.



Si quieres un equipo que sea el corazón de tu empresa, comparte roles, enseña, delega, empodera y lidera.



El PGA, nos permite dirigir y diseñar las políticas, procedimientos y mensajes que necesites, y ahora con un nuevo consumidor: el digital.

ATENTAMENTE PERÚ

Consultora en Amabilidad y Servicio al Cliente

www.atentamenteperu.com

[@atentamenteperu](https://www.instagram.com/atentamenteperu)

mluque@atentamenteperu.com

913 008 907