

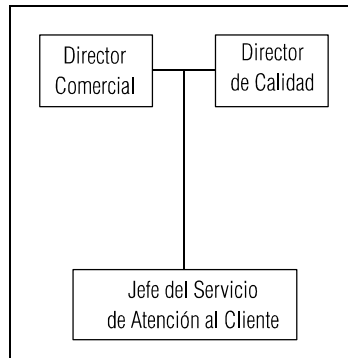
Jefe del Servicio de Atención al Cliente

DESCRIPCIÓN DEL PUESTO

MISIÓN

- Diseñar la estrategia de Atención al Cliente desarrollando las políticas de información, toma de pedidos, consultas, sugerencias, opiniones, venta y reclamaciones asegurando la eficiencia en su implementación.

AUTORIDAD - SUBORDINACIÓN



RESPONSABILIDADES

- Colaborar en la redefinición de la orientación de la empresa hacia estrategias de satisfacción y fidelización de clientes, realizando el estudio y análisis de las causas y ratios de clientes perdidos regresivos y progresivos e identificando aquellos clientes que aportan valor.
- Realizar el seguimiento de las reclamaciones o consultas efectuadas por los clientes, garantizando su resolución en el menor plazo posible.
- Dirigir y supervisar investigaciones continuas y apropiadas sobre las expectativas de servicio del cliente y descomponerlas en unidades de realización definibles y mensurables.
- Mejorar el proceso de aproximación al cliente mediante la elaboración y mantenimiento de una base de datos de servicio al cliente en la que aparezca toda la información relacionada con los mismos.
- Estudio y análisis de satisfacción de clientes, analizando las causas de insatisfacción e informando a los responsables de las funciones afectadas.
- Creación de parámetros para analizar y mejorar el rendimiento del servicio.
- Elaboración y actualización permanente de manuales de funcionamiento y normativa del servicio de atención al cliente estableciendo sistemas para el tratamiento de quejas, reclamaciones, sugerencias, consultas, solicitudes operativas y de venta.
- Diseñar y difundir la filosofía de atención al cliente en la organización.

FUNCIONES

- Recabar información directa de clientes y empleados sobre deseos de servicios y obstáculos para mejorar la realización del servicio.
- Elaborar indicadores y ratios de reclamaciones/satisfacción de los clientes.
- Identificar oportunidades y solicitar acciones para la mejora de la calidad del servicio.
- Implantar modelos tecnológicos de análisis de datos (Cluster Analysis, Análisis RFM).
- Establecer estándares cuantitativos de desempeño sobre cada elemento del servicio.
- Evaluar el desempeño real en cada elemento del servicio.
- Analizar la disparidad entre los servicios reales que se provee y el estándar correspondiente, aplicando las medidas correctivas necesarias para reducirla.
- Atender las reclamaciones y consultas de los clientes de la compañía, canalizándolas a la unidad organizativa adecuada.
- Actuar de filtro entre la información recibida del cliente y la enviada a cada uno de los departamentos.
- Elaboración y actualización permanente del Manual de Atención al Cliente.
- Impartir formación a las diferentes áreas de la organización sobre atención al cliente, comunicando las normas del servicio y los sistemas de medición.
- Dimensionar y organizar los recursos humanos y materiales a su cargo.
- Motivar y formar al personal a su cargo.

RELACIONES

<p>Internas</p> <p>Responsables de los departamentos de:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Calidad. - Organización. - Marketing. 	<ul style="list-style-type: none"> - Recursos Humanos. - Logística. - Ventas. - Producción (en caso de fabricación). 	<p>Externas</p> <ul style="list-style-type: none"> - Clientes. - Proveedores. - Asesores externos.
--	--	---

ESPECIFICACIONES

FORMACIÓN NECESARIA Y CONOCIMIENTOS ESPECÍFICOS

- Licenciado en Empresariales o titulaciones afines.
- Formación en marketing.
- Formación en técnicas de calidad de servicio y de comunicación.
- Formador de formadores.
- Habitado a trabajar con herramientas informáticas y tecnologías avanzadas de formación.
- Amplios conocimientos de los modelos tecnológicos de análisis de datos (Cluster Analysis, Análisis RFM).
- Nivel alto de inglés. Dependiendo de la empresa valorable otros idiomas.

CUALIDADES

- Cortés y con empatía.
- Íntegro.
- Gran capacidad de comunicación y de organización. Habilidades sociales.
- Habilidad para toma de decisiones y resolución de conflictos.
- Eficiente y fiable.
- Alto nivel de motivación. Implicado en los objetivos de la compañía.
- Afán de superación. Espíritu emprendedor.
- Entusiasta del trabajo en equipo.
- Facilitador.
- Proactividad para anticiparse a las necesidades del cliente.

EXPERIENCIA PREVIA

- Experiencia adquirida habiendo ocupado posiciones de adjunto al responsable o jefe de equipo en distintos puestos en áreas tales como ventas, gestión de cobros, formación, calidad, marketing o post-venta.

POSIBILIDADES DE PROMOCIÓN

- Puestos de responsabilidad en el área comercial, de marketing, de calidad, de comunicación, de formación...

La competencia empresarial ya no se basa principalmente en la diferenciación de productos o servicios, ya que éstos son cada vez más parecidos, sino en suministrar un nivel de servicio y atención al cliente superior al de otras organizaciones. El servicio de atención al cliente ocupa un lugar primordial en la configuración del plan de calidad para la empresa. Las políticas de desarrollo comercial orientadas hacia la identificación de nuevas oportunidades de negocio, junto al establecimiento de programas de fidelización, deberán estar soportados por una filosofía de calidad y servicio al cliente.

El servicio de atención al cliente no se puede improvisar, el precio a pagar puede ser muy alto y los daños irreparables. La credibilidad de la empresa puede quedar en entredicho. El desarrollo de una fuerte cultura de servicio requiere un esfuerzo en el que participe toda la organización. El servicio de atención al cliente es una estrategia tan poderosa como el marketing y tan potente como la calidad del producto en sí.

El responsable del servicio de atención al cliente tiene como misión principal evitar el desajuste entre el servicio que los clientes esperan y el que reciben. Es un ejecutivo con una posición clave para la empresa. Debe ser una persona innovadora y creativa, capaz de correr riesgos y de detectar, cuando se presenten, las oportunidades de beneficio.

Existen diferentes puntos de vista respecto a qué área debe tener la autoridad global sobre la función de servicio al cliente. La tendencia a nivel de grandes empresas multinacionales es que constituya una entidad separada dependiente de Dirección General.