PAPEL DE LOS EMPLEADOS EN LA ENTREGA DEL SERVICIO.

1.- LA IMPORTANCIA CRUCIAL DE LOS EMPLEADOS DEL SERVICIO.

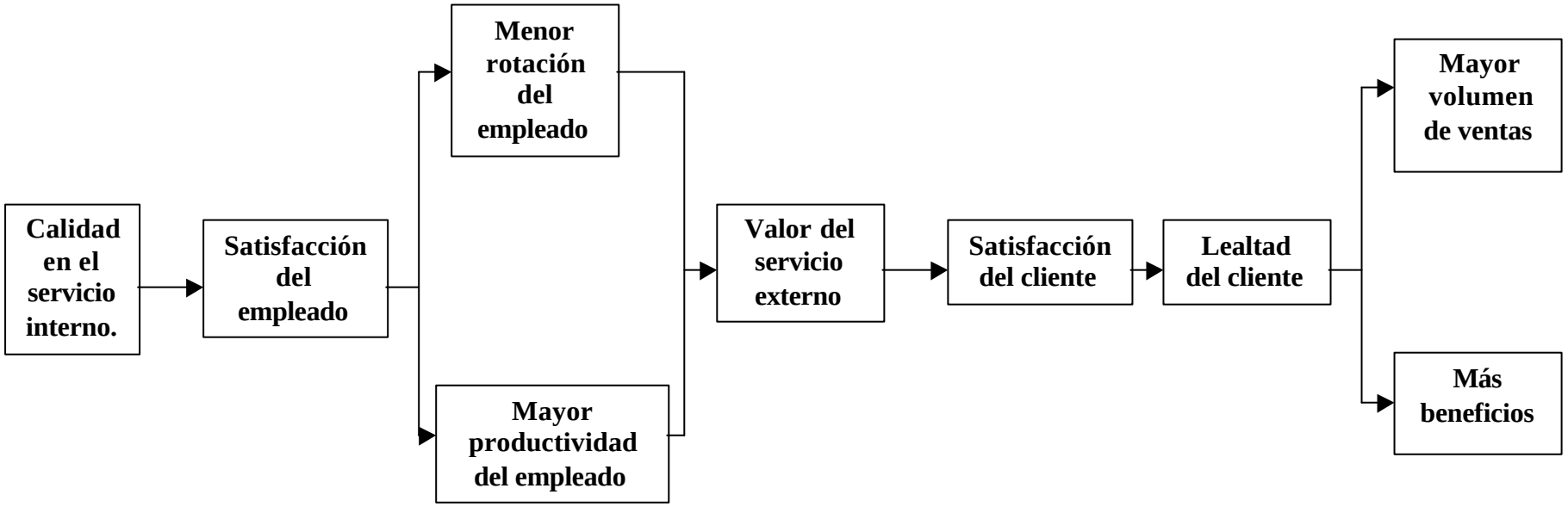
Todo lo que hagan o digan puede influir en las percepciones acerca de la organización.

Los empleados de contacto influyen sobre la satisfacción del cliente.

1.1.- SATISFACCIÓN DEL EMPLEADO, SATISFACCIÓN DEL CLIENTE Y UTILIDADES.

- Empleados satisfechos hacen clientes satisfechos y viceversa. Es decir, un buen clima facilita el contacto.
- Existe una correlación entre satisfacción de los clientes y rotación de los empleados, que es tanto como relacionar satisfacción de cliente como lealtad del empleado.
- Cadena de valor del servicio. (Ver figura).

CADENA DE VALOR DEL SERVICIO.



1.2.- EL COMPORTAMIENTO DE LOS EMPLEADOS DIRIGE LAS CARACTERÍSTICAS DE LA CALIDAD EN EL SERVICIO.

Los empleados del servicio influyen sobre las características de la calidad del servicio:

- CONFIABILIDAD, entregar el servicio como prometió.
- RESPONSABILIDAD, deseo de servicio con rapidez y rigor.
- SEGURIDAD, habilidad para transmitir credibilidad o inspirar confianza.
- EMPATÍA, situarse en el lugar del cliente y saber escuchar.
- TANGIBLES, instalaciones, decoración, etc.

2-. EL PAPEL DE LOS EMPLEADOS DE CONTACTO.

- Los empleados de contacto establecen un vínculo entre el cliente y la empresa.
- ¿Qué personas desarrollan estas funciones cruciales? ¿Cuáles son sus habilidades y su experiencia?
- En industrias como la comida rápida, los hoteles, la venta al detall, los empleados de contacto son los menos preparados y los peor pagados de la organización.
- Además de las habilidades personales estos puestos requieren elevados niveles de trabajo emocional y suele ser necesaria la habilidad para manejar conflictos interpersonales.

2.1.- TRABAJO EMOCIONAL.

- Se refiere al trabajo que va más allá de las habilidades físicas necesarias para desarrollar el trabajo y realizarlo con la calidad requerida.
- Significa también sonreír, establecer contacto visual, mostrar interés sincero y deseo de servicio y mantener una conversación mediante un diálogo constructivo o interesante.
- Se establece una relación personal a nivel de los sentimientos del otro.
- Se traduce en amabilidad, cortesía, etc.

2.2.- FUENTES DE CONFLICTO.

- Los empleados de primera línea (personal de contacto) a menudo se ven sometidos a conflictos internos o externos, interpersonales o interorganizacionales durante su trabajo.
- La confusión y fustración pueden derivar en tensión con el consiguiente stress y dificultad para atender correctamente a los clientes.

2.2.1.- las fuentes de conflicto son:

- Conflictos empleado / función.
- Conflictos empresa / cliente.
- Conflictos cliente / cliente.

2.3.- INTERCAMBIOS ENTRE CALIDAD / PRODUCTIVIDAD.

- Hay que dejar al cliente satisfecho pero hay que lograr productividad.

Por ejemplo, el vendedor ha de dejar al cliente satisfecho, pero además tiene que vender y cubrir sus cuotas.

4.- CULTURA DE SERVICIO.

La cultura corporativa se ha definido como “el patrón de valores y creencias compartidas que dan sentido a los miembros de una organización y les proporciona las normas para comportarse dentro de la organización.”

La cultura del servicio es aquella en que existe un orgullo por prestar un buen servicio a los clientes y la satisfacción del cliente es uno de los retos más importantes que tiene la organización, es casi una forma de ser y de estar.

a) <u>Desarrollo de una cultura de servicio.</u>

   No es algo que se consigue rápidamente, sino que es algo que requiere un esfuerzo continuado a largo plazo.

b) <u>Trasladar una cultura de servicio de un país a otro.</u>

   “ piense globalmente, actúe localmente”