



GUIA DE ATENCION AL CLIENTE

| | |
|----------|------------|
| Código: | G-SC-002 |
| Versión: | 0 |
| Fecha: | 02-05-2016 |

GUÍA DE ATENCIÓN AL CLIENTE

| | | | |
|---|------------------------------------|----------|------------|
|  CÁMARA DE COMERCIO DE BARRANCABERMEJA <i>Unidos por la competitividad</i> | GUIA DE ATENCION AL CLIENTE | Código: | G-SC-002 |
| | | Versión: | 0 |
| | | Fecha: | 02-05-2016 |

TABLA DE CONTENIDO

| | | |
|------|---|--------------------------------------|
| 1. | OBJETIVO | 3 |
| 2. | ALCANCE..... | 3 |
| 3. | DEFINICIONES | 3 |
| 4. | CONTENIDO | 3 |
| 5. | PRESENTACIÓN PERSONAL..... <i>¡Error! Marcador no definido.</i> | |
| 5.1. | PERSONAL FEMENINO | <i>¡Error! Marcador no definido.</i> |
| 5.2. | PERSONAL MASCULINO | <i>¡Error! Marcador no definido.</i> |
| 6. | COMUNICACIÓN PRESENCIAL | 4 |
| 6.1. | ANTES DE LA VISITA: | 4 |
| 6.2. | DURANTE LA VISITA:..... | 4 |
| 6.3. | DESPUÉS DE LA VISITA:..... | 5 |
| 7. | COMUNICACIÓN TELEFÓNICA | 5 |
| 7.1. | AL INICIAR LA COMUNICACIÓN: | 5 |
| 7.2. | DURANTE LA COMUNICACIÓN: | 6 |
| 7.3. | AL FINALIZAR LA COMUNICACIÓN:..... | 6 |
| 8. | COMUNICACIÓN VIRTUAL..... | 6 |
| 8.1. | ENVÍO DE CORREO ELECTRÓNICO:..... | 6 |
| 8.2. | RECEPCIÓN DE CORREO ELECTRÓNICO:..... | 7 |
| 9. | PROPUESTAS COMERCIALES..... | 7 |
| 9.1. | FORMA DE PRESENTACIÓN | 8 |
| 9.2. | CONTENIDO DE LA PROPUESTA..... | 8 |
| 10. | GENERALIDADES | 9 |
| | <input type="checkbox"/> Condiciones generales | 9 |
| | <input type="checkbox"/> Documentos de referencia | 9 |
| 11. | CONTROL DE CAMBIOS | <i>¡Error! Marcador no definido.</i> |

| | | | |
|---|------------------------------------|----------|------------|
|  CÁMARA DE COMERCIO DE BARRANCABERMEJA <i>Unidos por la competitividad</i> | GUIA DE ATENCION AL CLIENTE | Código: | G-SC-002 |
| | | Versión: | 0 |
| | | Fecha: | 02-05-2016 |

1. OBJETIVO

Unificar criterios para la atención presencial o no presencial con el cliente, con el fin de mantener una relación profesional y agradable ante el cliente, lograr un impacto positivo frente a la imagen de la empresa y alcanzar los objetivos establecidos.

2. ALCANCE

Aplica para todo el personal que tenga contacto con clientes en cualquiera de las sedes de la jurisdicción de la Cámara de Comercio de Barrancabermeja.

3. DEFINICIONES

Cliente: Persona natural o jurídica que utiliza o adquiere, de manera frecuente u ocasional, uno o varios de los servicios ofertados por la organización.

4. CONTENIDO

A partir de la definición de la siguiente guía, se brinda a los funcionarios de la CAMARA DE COMERCIO DE BARRANCABERMEJA orientaciones detalladas sobre la forma como deben interactuar con los clientes de la organización a través de los diferentes canales, proyectando en todo momento una imagen profesional, cordial y respetuosa. Con este fin se han establecido una serie de orientaciones básicas de relacionamiento y de comunicación presencial, telefónica y virtual, que se detallan a continuación.

5. ATENCION AL PUBLICO EN SALA

La atención en sala está dispuesta mediante la siguiente manera:

5.1 RECEPCIÓN:

La funcionaria encargada de la recepción, AUXILIAR DE PQRS, es la responsable de tener el primer contacto con el visitante a la sala; debe saludar formalmente, buenos días señor(a) según el caso, y preguntar al cliente en buen tono de voz, ¿qué servicio o solicitud tiene? Para expedir el ticket de turno según sea el caso, surtido esto, debe invitar a tomar asiento al cliente en la sala de espera mostrándole donde se encuentra la pantalla para estar atento al turno.

5.2 PERSONAL EN TAQUILLA:

El personal en taquilla recibirá al cliente de acuerdo al consecutivo de turno, saludará cortés y formalmente solicitando el ticket, verificando si el número es el que corresponde en cola y de acuerdo a sus posibilidades atenderá el requerimiento del cliente.

Después de la orientación, la cual debe ser concisa y concreta, soportada en consulta y gestión en el sistema de información, invitará al cliente a calificar el servicio clasificando según su apreciación en el dispositivo dispuesto para tal fin.

El funcionario en taquilla facilitará y solicitará el (los) documentos soporte que la diligencia requiera.

| | | | |
|---|------------------------------------|----------|------------|
|  CÁMARA DE COMERCIO DE BARRANCABERMEJA <i>Unidos por la competitividad</i> | GUIA DE ATENCION AL CLIENTE | Código: | G-SC-002 |
| | | Versión: | 0 |
| | | Fecha: | 02-05-2016 |

De acuerdo al trámite se orientará al cliente a asesoría especializada y liquidación de servicios, en caso de ser una gestión EMBARGO o radicación de PQRS continuar en el segundo piso de la CAMARA DE COMERCIO o directamente se liquidará los costos necesarios para que el cliente pase a caja y de continuidad al proceso de gestión.

6. COMUNICACIÓN PRESENCIAL

6.1. ANTES DE LA VISITA:

- Los promotores de registro deben tener en cuenta las normas, los horarios y otros requisitos definidos por el cliente para programar la visita.
- Se debe proponer una agenda de trabajo para la visita y se debe preparar con antelación la documentación necesaria y los elementos requeridos para la misma. En lo posible esta agenda debe quedar formalizada vía correo electrónico o calendario virtual con el cliente.
- Se deben llevar impresos y estructurados los formatos que deben ser diligenciados durante la visita.
- Se debe llegar con anticipación a la visita programada con el cliente.
- En caso de poder asistir a la reunión manifestar oportunamente al cliente.

6.2. DURANTE LA VISITA y/o ATENCION EN LAS INSTALACIONES:

- Se debe hacer contacto visual con el cliente, saludar y despedirse de forma cortés usando expresiones como “buenos días”, “buenas tardes”, “un gusto saludarle”, “que tenga un buen día”, entre otras aplicables a la situación.
- Se debe hacer referencia a su interlocutor conforme a la profesión o cargo que ejerza, por ejemplo Ingeniero(a) o Doctor(a). Para ello, es importante indagar previamente quién es la persona con la que se reunirá, su profesión y su cargo al interior de la organización. En caso de no conocer exactamente la profesión o cargo, se referirá a su interlocutor como Señor(a).
- Se debe realizar una corta presentación de su cargo y su trabajo en CAMARA DE COMERCIO DE BARRANCABERMEJA, en caso de ser una visita se debe manifestar el objetivo de la misma y la agenda propuesta (recaudo, recepción de documentos, entre otros)
- Se debe manejar un lenguaje técnico pero a la vez claro y preciso.
- De ninguna forma se puede usar palabras soeces, inapropiadas, groseras u ofensivas; obscenidades o chistes de doble sentido.
- No se debe usar con el cliente trato confianzudo o meloso, y en lo posible no se tuteará.
- El saludo debe cumplir con la formalidad de un apretón de manos.

| | | | |
|---|------------------------------------|----------|------------|
|  CÁMARA DE COMERCIO DE BARRANCABERMEJA <i>Unidos por la competitividad</i> | GUIA DE ATENCION AL CLIENTE | Código: | G-SC-002 |
| | | Versión: | 0 |
| | | Fecha: | 02-05-2016 |

- Los funcionarios deben ser amables y usar palabras como “por favor”, “gracias”, “le agradezco”, entre otras; aplicables de acuerdo a la situación.
- Se deben evitar interrupciones. Por lo tanto, se deben colocar en modo reunión o apagados teléfonos celulares, tabletas y demás aparatos electrónicos que no sean requeridos como soporte en la visita o la reunión.
- Se debe respetar el tiempo designado para la visita o reunión, para ello se debe planear con anterioridad la agenda de la misma y llevar control del tiempo durante el desarrollo de la reunión.
- Se deben diligenciar los formatos que se consideren pertinentes sin tachones, ni enmendaduras y hacerlos firmar por el cliente si es necesario.
- Finalizando la visita se deben concretar con el cliente los resultados de la misma y se deben definir claramente los acuerdos o compromisos pactados.

6.3. DESPUÉS DE LA VISITA:

- Se deben realizar los registros correspondientes en los formatos aplicables a la situación, ya sea en medio físico o electrónico.
- Se deben adelantar los trámites y gestiones internas necesarias para concretar y dar cumplimiento efectivo y oportuno a los acuerdos o compromisos pactados con el cliente.
- Se debe hacer seguimiento al cliente y a los acuerdos o compromisos pactados con él, por medio de visitas comerciales, vía telefónica o vía correo electrónico.

7. COMUNICACIÓN TELEFÓNICA

7.1. AL INICIAR LA COMUNICACIÓN:

- El funcionario debe saludar de forma cortés, usando expresiones como “buenos días” o “buenas tardes” y debe solicitar muy amablemente ser contactado con la persona con quien desea comunicarse, usando palabras como “por favor”, “gracias”, “le agradezco”, entre otras aplicables de acuerdo a la situación.
- Se debe hacer referencia a su interlocutor conforme a la profesión o cargo que ejerza, por ejemplo Ingeniero(a) o Doctor(a). Para ello, es importante indagar previamente quién es la persona con la que se comunicará, su profesión y su cargo al interior de la organización. En caso de no conocer exactamente la profesión o cargo, se referirá a su interlocutor como Señor(a).
- Se debe identificar como funcionario de CAMARA DE COMERCIO DE BARRANCABERMEJA y debe indicar su nombre, su cargo y su trabajo dentro la organización.

| | | | |
|---|------------------------------------|----------|------------|
|  CÁMARA DE COMERCIO DE BARRANCABERMEJA <i>Unidos por la competitividad</i> | GUIA DE ATENCION AL CLIENTE | Código: | G-SC-002 |
| | | Versión: | 0 |
| | | Fecha: | 02-05-2016 |

7.2. DURANTE LA COMUNICACIÓN:

- Se debe exponer brevemente el objetivo de la llamada telefónica.
- El funcionario debe hablar claramente, con fluidez y con buena articulación y vocalización para que el cliente pueda entenderle.
- De ninguna forma se puede usar palabras soeces, inapropiadas, groseras u ofensivas; obscenidades o chistes de doble sentido.
- No se debe usar con el cliente trato confianzudo o meloso, ni se tuteará.
- El funcionario debe ser cortés, prudente y propositivo.
- Se debe tomar atenta nota del requerimiento del cliente y realizar las gestiones necesarias para dar cumplimiento ágil y efectivo.
- Se debe concretar con el cliente los resultados de la comunicación telefónica y se deben definir claramente los acuerdos o compromisos pactados.

7.3. AL FINALIZAR LA COMUNICACIÓN:

- El funcionario debe despedirse de forma cortés, usando expresiones como “un gusto saludarle”, “que tenga un buen día”, entre otras aplicables a la situación.
- Se deben adelantar los trámites y gestiones internas necesarias para concretar y dar cumplimiento efectivo y oportuno a los acuerdos o compromisos pactados con el cliente.

8. COMUNICACIÓN VIRTUAL

El correo electrónico corporativo es utilizado como medio para manejar comunicaciones con las partes interesadas de la organización, así como medio de comunicación interna.

8.1. ENVÍO DE CORREO ELECTRÓNICO:

- De ninguna forma se usará el correo electrónico corporativo para el envío de información de carácter personal o que incluya contenido ofensivo y que pueda incomodar o molestar al destinatario.
- Los correos electrónicos se deben redactar siguiendo las correspondientes reglas de gramática, ortografía y puntuación comúnmente aceptadas, garantizando en todo caso sencillez, claridad y precisión.
- No se debe utilizar jergas o palabras que puedan generar malos entendidos en su interpretación.
- Se debe indicar con precisión el asunto del mensaje.
- El mensaje debe seguir una estructura como la siguiente:

| | | | |
|---|------------------------------------|----------|------------|
|  CÁMARA DE COMERCIO DE BARRANCABERMEJA <i>Unidos por la competitividad</i> | GUIA DE ATENCION AL CLIENTE | Código: | G-SC-002 |
| | | Versión: | 0 |
| | | Fecha: | 02-05-2016 |

Buenos días (o Buenas tardes)

Señor(a) _____

Opcional: Cargo y empresa

Cordial Saludo,

Firma Corporativa

- El mensaje debe redactarse en letras minúsculas, teniendo en cuenta que un documento o una sola expresión en mayúsculas pueden percibirse como gritos, órdenes o regaños. Las letras iniciales de los nombres propios deben escribirse en mayúsculas.
- Cuando se requiera enviar un documento adjunto, se debe aclarar dentro del mensaje el propósito de esta remisión.

8.2. RECEPCIÓN DE CORREO ELECTRÓNICO:

- Cuando se reciba un correo electrónico (interno o externo) es necesario que el funcionario como mínimo, de respuesta de confirmación de recepción del mensaje para cerrar el ciclo de comunicación. Si el contenido del mensaje expresa el requerimiento de alguna gestión adicional, el funcionario debe indicarle al remitente que revisará el tema y dará la respectiva contestación con la mayor agilidad.
- Si el contenido del mensaje no es de competencia del funcionario, éste debe confirmar la recepción del mensaje e informar al remitente que re-direccionará internamente la comunicación y se asegurará de que respondan oportunamente a su requerimiento.

9. PROPUESTAS COMERCIALES

| | | | |
|---|------------------------------------|----------|------------|
|  CÁMARA DE COMERCIO DE BARRANCABERMEJA <i>Unidos por la competitividad</i> | GUIA DE ATENCION AL CLIENTE | Código: | G-SC-002 |
| | | Versión: | 0 |
| | | Fecha: | 02-05-2016 |

9.1. FORMA DE PRESENTACIÓN

- Las propuestas comerciales presentadas por la CAMARA DE COMERCIO DE BARRANCABERMEJA deben elaborarse en documento de Word y si es necesario, se realizará una presentación en PowerPoint para hacer más dinámica la exposición ante el cliente. En caso de enviarse la información por medio de correo electrónico debe realizarse en formato PDF.
- Las propuestas comerciales deben entregarse en el medio que solicite el cliente y en medio físico.
- Las propuestas comerciales deben entenderse por sí mismas, por lo tanto no deben ser densas para la lectura (mucho texto), deben ser claras, comprensibles y concisas, y deben contar con elementos visuales (cuadros, figuras, colores, etc.)
- Las propuestas comerciales deben seguir una secuencia lógica, en la que se contemplen los elementos que se enunciarán más adelante. No obstante, es importante personalizarlas nombrándolo con frecuencia.
- Si el documento cuenta con marca de agua, ésta debe ser de un tono mucho más claro que la letra para que permita la lectura adecuada del texto que contiene la propuesta.
- La letra, las imágenes, los cuadros, las tablas y las figuras de las propuestas comerciales se deben visualizar perfectamente, sin manchas y sin enmendaduras. No se entregará al cliente propuestas comerciales que cuenten con letra, imágenes, cuadros, tablas y/o figuras borrosas.
- Las propuestas comerciales se deben redactar siguiendo las correspondientes reglas de gramática, ortografía y puntuación comúnmente aceptadas, garantizando en todo caso sencillez, claridad y precisión.

9.2. CONTENIDO DE LA PROPUESTA

Las propuestas comerciales presentadas por la CAMARA DE COMERCIO DE BARRANCABERMEJA deben tener como mínimo los elementos que se enuncian a continuación, esta estructura puede variar conforme a la necesidad del cliente y los requerimientos particulares que se tenga para la sustentación ante el mismo:

1. Carta de presentación: Carta dirigida al cliente donde se presenta a la empresa, los servicios que presta y la propuesta de valor que ofrece.
2. Justificación: Por qué es necesario y pertinente implementar los servicios ofrecidos por la CAMARA DE COMERCIO DE BARRANCABERMEJA.
3. Objetivos: Propósitos que apuntan hacia la solución de la necesidad del cliente.
4. Alcance: Límites lógicos para la prestación del servicio de acuerdo a la necesidad del cliente.

| | | | |
|---|------------------------------------|----------|------------|
|  CÁMARA DE COMERCIO DE BARRANCABERMEJA <i>Unidos por la competitividad</i> | GUIA DE ATENCION AL CLIENTE | Código: | G-SC-002 |
| | | Versión: | 0 |
| | | Fecha: | 02-05-2016 |

5. Propuesta de valor: Características especiales que ofrece la cámara para prestar un servicio de acompañamiento empresarial.
6. Inversión: Condiciones de facturación y pago de los servicios prestados por la cámara, conforme a las necesidades de las partes.
7. Portafolio de servicios de la cámara: Descripción general de todos los servicios ofrecidos por la cámara, líneas de acción y experiencia en la prestación de los mismos.
8. Vigencia: en el caso de propuestas de acompañamiento empresarial, debe exponerse la vigencia de la misma.

GENERALIDADES

Condiciones generales

- No aplica

Documentos de referencia

- Portafolio de Servicios de la CAMARA DE COMERCIO DE BARRANCABERMEJA.