

## La importancia del Servicio al cliente

El servicio puede ser descifrado como aquella actividad que relaciona la empresa con el cliente, a fin de que este quede satisfecho con dicha actividad. El servicio al cliente, es una gama de actividades que en conjunto originan una relación.

Deben ser innumerables las situaciones que se cuentan entre ventajas para las empresas que prestan un adecuado servicio al cliente, no sólo porque les proporcionará mayor entrega a sus clientes, trayendo consigo mayor estabilidad en el mercado, porque sin duda "el fin de cualquier negocio-según dice Theodore Levitt-es el de hacer y conservar clientes" sino; porque podemos advertir a manera de mención simplemente que en el caso de atención de reclamos de los consumidores hacia la empresa (parte trascendental en el servicio al cliente) las instituciones pueden evitar el daño que pueden originar los clientes descontentos, con el simple hecho de atender esas quejas, mediante estrategias adecuadas.

Una pérdida en las utilidades puede ser el resultado de una cliente que no se ha quejado, o cuya queja no ha sido bien tratada, porque aunque invisible el fenómeno, puede darse el caso que el cliente no se queja del servicio, sino simplemente se aleja de el.

Sigue al dorso.....

### Para reflexionar...

*Las mejores reformas que el mundo conoce son aquéllas que empiezan por uno mismo.*

G. Bernard Shaw

*Cuando uno realiza con decisión su trabajo, se despiertan fuerzas que comienzan a trabajar en uno mismo.*

R.M. Rilke

*La gente vulgar sólo piensa en pasar el tiempo; el que tiene talento, en aprovecharlo.*

A. Schopenhauer

### Sabias que..

El 1 de mayo de 1886, el presidente de los Estados Unidos, Andrew Jhonson, promulga la ley Ingersoll que establecía ocho horas de trabajo diarias, como resultado se genera una lucha entre clases y finalmente en el año 1889 en la ciudad de Paris durante una conferencia internacional de trabajadores se toma la decisión de que todos los 1 de mayo paralizarían sus actividades todos los obreros del mundo. Paradójicamente en el lugar de los hechos el día del trabajo se celebra en septiembre y no en mayo como lo hacemos en República Dominicana.



Arriba, una vista de la concurrencia al primer Verkauffer celebrado en el 2004, donde también se impusieron botones de oro 14 kilates a empleados con 10 años o más de servicio en la empresa.

## Vuelve la emoción del verkauffer krafts



Algunos de los vendedores reconocidos: de izq. a der. Martha Rodríguez, Enrique Raposo y Elmer Padilla, miembros del equipo "Los truenos" de la Regional Norte, y Yordis Ramírez, de la Oficina Principal, Verkauffer marzo.

El pasado sábado 17 de abril, se llevo a cabo un importante evento, en nuestras oficinas, donde se premiaron un grupo de vendedores y empleados por la excelente labor que han realizado.

Según manifestó el Lic. Carlos Sánchez, este acto se destacó por el espíritu de camaradería que hubo en su desarrollo.

Dentro de la agenda se toco lo relacionado al concurso VERKAUFER en el que pasaron a ser miembros del club:

Pablo del Rosario con categoría de hierro, Porfirio Raposo, Martha Rodríguez, Jony Rodríguez Baldera y el Sr. Orlando Naveo en la categoría bronce. Las demás categorías quedaron desiertas hasta el próximo evento.

El club Verkauffer es para los grandes líderes, ya que para ser miembro es necesario haberse destacado tanto en ventas como en cobros, cuyo promedio será el que corresponda a la categoría asignada.

El Sr. Jony Rodríguez Baldera fue el vendedor líder del mes de febrero y Yordis Ramírez en el mes de marzo. FELICITACIONES!!!

Durante la actividad se otorgaron sendos pergaminos de reconocimiento como también premios metálicos a Esmeraldo Gómez, chofer, y Elisa Sena, Asistente de Ventas por la excelente labor realizada en el desempeño de sus funciones demostrando capacidad y disposición en el trimestre enero-marzo 2004.

Se entregaron pines de oro en 14 kilates por tener más de 10 años de servicio en la empresa a las siguientes personas: Agustina Pérez, Antonio Núñez (Antonito), Miladys Reyes (Regional II) y Ramón Gutiérrez

EN HORA BUENA!!!!

### EDITORIAL

Por el Lic. Radhames Ortiz D. (Presidente Grupo Krafts)

El esfuerzo individual nos llevara a ser "lo mejor"

Frecuentemente buscamos en las historias de grandes triunfadores esas lecciones que pueden ser asumidas en nuestra lucha por alcanzar el objetivo de desarrollo de nuestra empresa, lo que a la postre se traduce en el éxito individual, personal, de cada uno de nuestros empleados.

Esta vez, repasando la historia de Kim Woo-Chong, el fundador de la exitosa empresa coreana Daewoo, en su libro "El Mundo es Tuyo, pero tienes que ganartelo", traduzco parte de su capitulo relativo al esfuerzo personal para ser el mejor.

Así, siendo este en su mocedad vendedor de periódicos notaba que no avanzaba para nada en sus objetivos económicos, pues, a pesar de su esfuerzo de continuar trabajando por mas y mas horas no podía vender mas periódicos que los demás y así no ganaría suficiente dinero que le permitiera su objetivo de sostener económicamente a su familia, opto por cambiar de táctica, corriendo permanentemente al través de los comercios regando el periódico, de modo que nadie pudiera alcanzarlo. Luego, se tomaba el tiempo necesario para volver comercio tras comercio a cobrar su entrega y, a pesar de que no todos le pagaban enseguida, podía vender todos sus periódicos diariamente, y por lo general le pagaban uno o dos días después.

Cuenta el señor Woo-Chong, que al cabo de dos meses los otros muchachos habían renunciado a su oficio de vender periódicos, de manera que el mercado quedo solo para el.

*Y es que la persona que aspira a ser la mejor en su campo se esfuerza todo lo posible. Cuando lo hace, aunque no sea el ganador, esta muy cerca de serlo. En cambio, cuando uno piensa que no es capaz de conseguir algo, que no tiene la capacidad para ser el mejor, entonces "logra no ser el mejor".*



Abajo, composicion grafica del primer Verkaufer celebrado en el año 2004, donde se brindo un suculento buffet que fue degustado por todos los presentes.

Viene de la primera pagina...

## ¿Como puedo mejorar la habilidad comunicativa?

Extraido del libro Los 10 mandamientos para la Dirección de personas  
Shirmon L. Dolan – Irene Martin

A la hora de comunicarse, las personas pueden adoptar tres estilos: pasivo agresivo y asertivo.

El estilo pasivo, se caracteriza por un comportamiento tímido, inhibido, auto negador, sumiso y evitador de conflicto, en el que la persona trata de ignorar sus propias necesidades y sentimientos de cara a satisfacer a los demás. La timidez es ineficaz, ya que concede a la otra una ventaja que no es justa.

El estilo agresivo es el opuesto al pasivo, su conducta presenta los rasgos de dominante, enérgica, centrada en sí misma, autofacilitadora y auto expresiva sin tener en cuenta los sentimientos y derechos de los demás e intentado aprovecharse injustamente de los derechos ajenos.

Por su parte el estilo asertivo es expresivo y autoestimulante y se basa en el concepto ético de que no es justo o bueno violar nuestros propios derechos humanos ni los de los demás, como el derecho a la expresión de la propia personalidad o el derecho a ser tratado con dignidad y respeto. La asertividad es la capacidad de expresar las propias ideas y emociones, pero haciéndolo de manera que facilite a que los demás hagan lo mismo.

Para mejorar la capacidad comunicativa se debe intentar desarrollar el estilo asertivo y tratar de ser, según sea el caso, menos tímidos o agresivos.

## ELEMENTOS DEL SERVICIO AL CLIENTE

**El contacto cara a cara:** entre cuyos factores o atributos encontramos desde los saludos, forma y modo de trato con el cliente. Es importante tener actitudes positivas en el trato con el cliente, como el respeto a las personas, las sonrisas amables, la ayuda desinteresada al cliente o el sutil trato con el cliente difícil, conllevan hacia un buen uso de este elemento, en cambio las actitudes emocionales, la osadía con el cliente o el favoritismo. Alejan el compromiso de uso de este elemento.

**Relación con el cliente difícil:** “los clientes difíciles no siempre son difíciles” un análisis del servicio nos puede mostrar que se trata de algo reparable que no ha funcionado apropiadamente en la relación. El personal que se involucra con atención al cliente debe estar consciente de que es probable que un cliente aparentemente difícil puede sufrir de diversos tipos de complejos o minusvalías, como sordera, parálisis entre otros o simplemente mal humor que hacen “difícil” su atención, por lo que en lo posible, cada empleado debe servir al cliente de este tipo, de la manera más natural posible. El comportamiento mal educado de algún cliente es muchas veces un reto en el cual por ningún motivo se debe cambiar la forma de trato con ellos.

**El contacto telefónico:** también representa un factor trascendental en el servicio que se ofrece al cliente. No importa si una compañía esté diseñando cualquier sistema de servicio al cliente, los planificadores deben abordar los aspectos claves, desde el modo de la atención por teléfono hasta el tiempo en el que se debe establecer la comunicación, especialmente si se trata de sobre el tiempo que se tarda en atender una llamada, así como en la cuestión de recibir llamadas telefónicas sin presencia física, tal el caso de los mensajes telefónicos que deben ser recibidos conforme a todas las actitudes positivas de “servir al cliente” para que el individuo que recibe o emite un mensaje quede satisfecho de que fue comprendido.

**La productividad de los empleados impulsa el valor del servicio.** Quién si no el mismo empleado de la organización, puede brindarle mayor valor al servicio que presta a sus clientes, apoyándose en su responsabilidad, pulcritud y sobre todo en su propia motivación. Esta motivación será factible si el flujo de comunicación interna es dinámica y real dentro de la organización.

El valor del servicio impulsa la satisfacción del cliente, este se encontrará realmente satisfecho si el servicio que recibe tiene calidad y si puede ser considerado por el como el mejor.

El valor del servicio como tal se verá incrementado si el personal de la entidad que lo provea, utiliza en sus actividades las herramientas adecuadas, con la ética profesional que se amerita con respeto hacia la empresa y hacia la persona que se le brinda el servicio.

### TALENTOS

*No te dejes llevar por apariencias  
Y centra tu valor en realidades  
Decidete a luchar con insistencia  
Para que hayan rosas en tus rosales*

*Tú tienes el valor para ser líder  
Aprende a trabajar con alegría  
Planifica tu trabajo diario  
Y aprovecharas el tiempo día a día*

*Ayudarte a ti mismo es lo primero  
Para luego ayudar a los demás  
El líder se hace diariamente cuando  
Se tienen ansias de triunfar*

*No busques el poder en otra parte  
No tienes que buscarlo por ahí  
Escudriña lo que hay en tus adentros  
Porque el poder esta dentro de ti*

CARLOS SANCHEZ, Coordinador de ventas

### APRENDAMOS!...

#### No discuta: pongase del lado de su oponente

“Rara vez conviene responder a los prejuicios y a las emociones con un ataque frontal. Es mejor fingir que uno esta de acuerdo con ellos para ganar tiempo y poder combatirlos. Es importante aprender a navegar con el viento en contrario y maniobrar hasta encontrar buen viento”.

Fortune de Pelice, 1778



FOTO DEL RECUERDO: Cuerpo de vendedores en el año 1993, once años atrás. Como pasa el tiempo!...



## CUMPLEAÑOS MAYO

• Félix Jáquez	Ventas	01
• Teresa medrano	Regional Norte	04
• Jony Rodríguez	Ventas	05
• Gilberto Suriel	Almacén	07
• Crisilda Pilarte	Recursos Humanos	11
• Annelise Ortiz	A. Trading	17
• Agustina Pérez	Conserje Ofic.. Principal	20
• Alexandra Abreu	Ventas	20
• Elena Guerrero	Asistente Adm.	22
• Máximo Martínez	Ventas	31