

PLAN ESTRATÉGICO DE SERVICIO AL CLIENTE
“Restaurante Nuevo Milenio en el Valle del Cauca”

1



LIBARDO ANTONIO GUERRERO SARRIA

UNIVERSIDAD SANTIAGO DE CALI
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
SANTIAGO DE CALI
MAYO 2012

PLAN ESTRATÉGICO DE SERVICIO AL CLIENTE
“Restaurante Nuevo Milenio en el Valle del Cauca”

2



LIBARDO ANTONIO GUERRERO SARRIA

Asignatura
SERVICIO AL CLIENTE

Docente
VÍCTOR HUGO LEAL L.

UNIVERSIDAD SANTIAGO DE CALI
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
SANTIAGO DE CALI
MAYO 2012

PLAN ESTRATÉGICO DE SERVICIO AL CLIENTE
“Restaurante Nuevo Milenio en el Valle del Cauca”

3

TABLA DE CONTENIDO

RESUMEN	Pág 04
INTRODUCCIÓN	05
1. PLAN ESTRATÉGICO DE SERVICIO AL CLIENTE	06
2. OBJETIVOS DEL PLAN ESTRATÉGICO DE SERVICIO AL CLIENTE	07
2.1 Objetivo general	07
2.2 Objetivos específicos	07
3. GENERALIDADES (Organigrama)	08
4. RESEÑA HISTÓRICA	09
5. VISIÓN	10
6. MISIÓN	11
7. VALORES	12
8. PROBLEMA	13
9. IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA	14
10. PLANTEAMIENTO DE LA ESTRATEGIA	15
11. DESARROLLO DE LA ESTRATEGIA	17
12. IMPLEMENTACIÓN DEL PLAN ESTRATÉGICO PARA EL MEJORAMIENTO DEL SERVICIO AL CLIENTE	24
13. CONCLUSIONES	25
RECOMENDACIONES	26
BIBLIOGRAFÍA	27

PLAN ESTRATÉGICO DE SERVICIO AL CLIENTE
“Restaurante Nuevo Milenio en el Valle del Cauca”

4

RESUMEN

El objeto de estudio de este trabajo es diseñar un plan estratégico de Servicio al Cliente, el cual identifique las reclamaciones, las necesidades y las expectativas de los clientes, evalúe los procesos que impactan directamente en la satisfacción de los mismos y valide esas expectativas vs. la realidad del servicio que el cliente está recibiendo; esto con el fin de asegurar la fidelidad y aumento de clientes.

PLAN ESTRATÉGICO DE SERVICIO AL CLIENTE
“Restaurante Nuevo Milenio en el Valle del Cauca”

5

INTRODUCCIÓN

La necesidad de mejorar los productos y servicios, reducir errores y defectos y mejorar la productividad, han sido siempre objetivos esenciales de las empresas enfocados a crear una ventaja competitiva en los mercados, logrando alcanzar los estándares de calidad establecidos por los clientes. Conforme más negocios compiten en servicio, el éxito en estos mercados demanda ciclos de introducción del producto y de los servicios cada vez más breves y una más rápida respuesta a los clientes. Para lograr esto, una empresa debe ser capaz de identificar lo que es hoy (fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas), y lo que desea ser mañana (visión); debe además, conocer qué es realmente lo que el cliente desea recibir (calidad esperada) para diseñar, finalmente, el camino estratégico que le permitirá llegar a la meta.

Conocer al cliente, es realmente, la ventaja competitiva de las empresas. La voz del cliente es la principal herramienta con que cuentan las organizaciones, hoy día, para la planeación estratégica, el diseño de nuevos productos y / o servicios, mejora de la calidad, entre otros. Por consiguiente, un programa de servicio al cliente debe brindar en todo momento satisfacción, debe tener la flexibilidad y visión necesaria para cumplir con las expectativas siempre crecientes de los clientes.

Para poder brindar un servicio acorde a las necesidades y expectativas de los clientes, es importante la existencia de un sistema que permita controlar, administrar y asegurar la calidad. El liderazgo de la calidad total es una filosofía empresarial y debe ser en últimas, el objetivo primordial de toda organización.

Este trabajo trata de Diseñar un plan estratégico de Servicio al Cliente para aumentar y mantener los clientes del restaurante NUEVO MILENIO en la ciudad de Cali, para ello se han implementada una serie de estrategias que en el desarrollo del mismo se mencionan, al igual que sus recomendaciones.

PLAN ESTRATÉGICO DE SERVICIO AL CLIENTE
“Restaurante Nuevo Milenio en el Valle del Cauca”

6

1. PLAN ESTRATÉGICO DE SERVICIO AL CLIENTE
“Restáurate Nuevo Milenio LTDA.”

Para la identificación de cada uno de los problemas que una compañía tiene con el servicio al cliente, basta con un análisis detenido frente a una posición personal de los clientes en una empresa en el momento de ser atendidos.

Es allí donde se evidencia que el Restaurante Nuevo Milenio tiene falencias que puede llegar a traer consecuencias muy complejas a la organización, debido a la falta de un plan estratégico de servicio al cliente totalmente diseñado e implementado llevado a cabo con todos los colaboradores de la empresa.

También aplicar los 5 principios del servicio es primero:

- ❖ Sentirse bien consigo mismos y con lo que se hace.
- ❖ Practicar hábitos de cortesía ser siempre amable.
- ❖ Usar comunicación positiva para crear una buena impresión.
- ❖ Escuchar y hacer preguntas.
- ❖ Actuar profesionalmente.
- ❖ Dar valor agregado

PLAN ESTRATÉGICO DE SERVICIO AL CLIENTE
“Restaurante Nuevo Milenio en el Valle del Cauca”

7

2. OBJETIVOS DEL PLAN ESTRATEGICO

2.1 Objetivo General

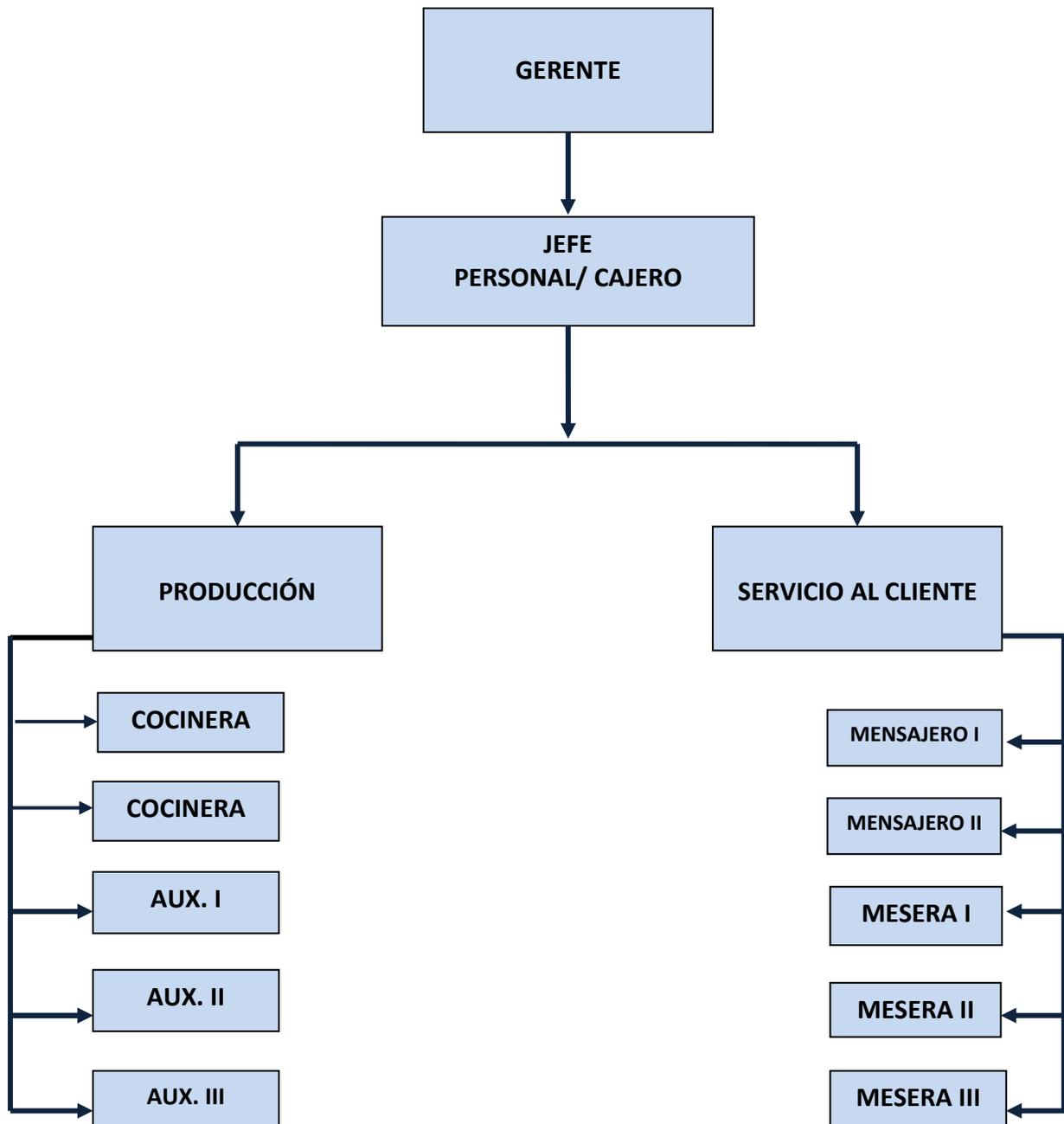
Diseñar un plan estratégico de servicio al cliente para aumentar los clientes del restaurante NUEVO MILIENIO empresa del Área de gastronomía, prestadora de servicios de comidas y bebidas de calidad en la ciudad de Cali y concretar por lo menos el 50% de los clientes ya tratados.

2.2 Objetivos Específicos

- ❖ Mejorar la estrategia diseñada para la identificación de clientes potenciales, y así tener un mayor porcentaje de probabilidad de concretarlos.
- ❖ Incentivar al personal de servicio para mejorar el trato que se le brinda a cada tipo de cliente.
- ❖ Realizar un plan estratégico de gran importancia para ejecutar pautas a la hora del seguimiento oportuno a los clientes.
- ❖ Capacitar a los empleados encargados de la atención al cliente; que garanticen una mayor eficacia.

PLAN ESTRATÉGICO DE SERVICIO AL CLIENTE
“Restaurante Nuevo Milenio en el Valle del Cauca”

3. GENERALIDADES
RESTAURANTE NUEVO MILENIO
“Organigrama”



PLAN ESTRATÉGICO DE SERVICIO AL CLIENTE
“Restaurante Nuevo Milenio en el Valle del Cauca”

9

4. RESEÑA HISTORICA

El Restaurante y Nuevo Milenio se fundó hace 10 años, con la idea de que fuera una empresa familiar en donde todos los miembros de la familia formaran parte de este gran reto. Aquí comenzaron a forjar sus sueños y el bienestar de la familia.

La idea de crear una sociedad fue del Señor Don Francisco Guerrero y Carmen Vargas padres de los dueños del actual Restaurante Nuevo Milenio, Luis Francisco Guerrero Vargas, Mario Alberto Guerrero Vargas y Luis Alberto Guerrero Vargas. Hace 5 años ellos empezaron a trabajar solos, fundaron una sociedad por la que han tenido que trabajar duro para mantener a flote el restaurante creando así un nombre y un prestigio en la zona y fuera de ella.

Iniciaron con un local pequeño el que tenía lugar para más de 40 personas, luego se propusieron agrandar el local ya que no tenían la suficiente capacidad para brindar un mejor servicio a los clientes, por ello el 15 de agosto del 2009 inauguraron una nueva parte la cual tiene un cupo para 250 personas , después de dos años se reconstruyo la parte antigua, haciéndola más cómoda, para los clientes, el 01 de noviembre del 2010 se vio materializada la idea con la inauguración de una nueva parte del edificio con la que cuentan hoy en día los clientes.

Los Hermanos Guerrero tratan de brindar el mejor Servicio a los Clientes desde que ingresan al restaurante, tratan de cuidar los más mínimos detalles, porque los consideran un miembro más de nuestra familia.

PLAN ESTRATÉGICO DE SERVICIO AL CLIENTE
“Restaurante Nuevo Milenio en el Valle del Cauca”

10

6. VISIÓN

El Restaurante Nuevo Milenio estará enfocado en el año 2014 hacer líder, en servicio de restaurante para todos los usuarios contando con proyección expansión de más sedes en el departamento del Valle, convirtiéndonos en ser competitivos en calidad para satisfacer a todos los usuarios y con un alto posicionamiento en el mercado nacional.

PLAN ESTRATÉGICO DE SERVICIO AL CLIENTE
“Restaurante Nuevo Milenio en el Valle del Cauca”

11

6. MISIÓN

Nuestra misión corporativa es brindar soluciones de alimentación y nutrición a nuestros clientes, para satisfacer las necesidades inmediatas y futuras con servicios innovadores y un gran talento humano en la industria de hoy, con un alto nivel de competitividad en precios y calidad.

PLAN ESTRATÉGICO DE SERVICIO AL CLIENTE
“Restaurante Nuevo Milenio en el Valle del Cauca”

12

7. VALORES

El restaurante NUEVO MILENIO es una empresa que cada día se esfuerza para ofrecer a todos sus clientes un servicio de alta calidad, a través de la innovación, estrategias en el mercado y el apoyo del talento humano que es un pilar fundamental para la organización en el día a día.

Basados en eficiencia, eficacia para lograr la excelencia y fundamentados en Innovación; Puntualidad; Compromiso; Confianza; Respeto; Calidad; Honestidad; Responsabilidad; Lealtad y Profesionalismo, incluyendo el valor agregado.

PLAN ESTRATÉGICO DE SERVICIO AL CLIENTE
“Restaurante Nuevo Milenio en el Valle del Cauca”

13

8. EL PROBLEMA

El problema que encontramos y el cual es el responsable del desarrollo del plan estratégico de SERVICIO AL CLIENTE, es la falta de seguimiento formal y agradable a cada uno de los clientes que se dirigen al restaurante en busca de una excelente comida que satisfaga sus necesidades. Los empleados del restaurante NUEVO MILENIO no realizan el seguimiento apropiado a cada cliente después de entregado el alimento solicitado; les falta una base de datos para mantener informados de los clientes, no se hace seguimiento, se falla en estrategia de buscar nuevos clientes, también descuidan los clientes asistentes.

Se concluye que es indispensable para el restaurante NUEVO MILENIO el mejoramiento continuo con el servicio al cliente, respecto al seguimiento adecuado que se debe realizar a cada uno de los clientes; es primordial para el restaurante concretar los clientes que actualmente tiene. La adquisición de nuevos clientes es muy importante, a igual que una base de datos pero de nada está sirviendo en estos momentos porque solo tiene gastos de papelería, de personal, y clientes poco concretados.

Hoy en día la competitividad del mercado es mucho más fuerte; y el servicio al cliente es mucho más entrador y si la empresa no compite con la astucia de negociación y presión, no se logrará concretar dichos clientes.

Los 5 principios del servicio son primero en la implementación del plan estratégico del servicio al cliente.

PLAN ESTRATÉGICO DE SERVICIO AL CLIENTE
“Restaurante Nuevo Milenio en el Valle del Cauca”

14

9. IDENTIFICACION DEL PROBLEMA

Después de un análisis adecuado se concluye que el problema del inadecuado seguimiento a los clientes existentes y con posibilidades notorias de un buen contrato alimenticio; es el afán de ir a la búsqueda de más posibles clientes, y al finalizar el mes se concluye que ninguno le confirma; simplemente porque aquellos que se abandonaban decidían no seguir con el contrato de alimentación y contrataban con otros restaurantes los cuales estuvieron mucho más atentos y dispuestos a negociar; y aquellos clientes que se consiguieron aun no deciden o no lo tienen claro.

PLAN ESTRATÉGICO DE SERVICIO AL CLIENTE
“Restaurante Nuevo Milenio en el Valle del Cauca”

15

10. PLANEACION DE LA ESTRATEGIA

Para el planeamiento de la estrategia de Servicio al Cliente es importante tener en cuenta los siguientes interrogantes: ¿Quién?; ¿Qué?; ¿Cómo?; ¿Cuándo?; y ¿A quién?; a demás se debe incluir el diseño del programa incluyendo todas las áreas de la organización y el seguimiento al programa en aras de lograr sus objetivos debe ser permanente

10.1 ¿Quién?

NUEVO MILENIO LTDA. es un restaurante la cual está presentando inconvenientes para la concertación de contratos alimenticios a los clientes de Clínicas y empresas del sector financiero, siendo esta la parte fundamental de su razón de ser, la adquisición final de los servicios asesorados y respectivamente analizados para la contratación, ofreciendo precios con los cuales se pueden negociar, para llegar al mercado competitivo. El mencionado restaurante está interesado en una estrategia para el manejo exitoso del seguimiento a los clientes existentes y nuevos; y de esta manera cerrar negociaciones positivamente; este es el motivo y el foco del desarrollo de esta propuesta.

10.2 ¿Qué?

El siguiente plan se basara en la propuesta de varias estrategias para lograr que por lo menos el 80% de los contratos realizados a clientes de clínicas y del sector financiero con dichas necesidades sean concretados y negociados; resalto que su implementación ayudará a mejorar el servicio al cliente que brinda el restaurante NUEVO MILENIO LTD

PLAN ESTRATÉGICO DE SERVICIO AL CLIENTE
“Restaurante Nuevo Milenio en el Valle del Cauca”

16

10.3 ¿Cómo?

La implementación de las estrategias necesariamente está a cargo del departamento de Atención al Cliente; cada uno de los empleados tendrá empoderamiento para decidir sobre la negociación a realizar con los clientes para concretar dicha contratación alimentaria; el seguimiento de ciertos parámetros con el fin de no llegar a una pérdida por parte de la compañía. Para ello también se requiere un presupuesto para gastos de representación que se utilizarán en el proceso de negociación con los clientes; sin embargo este gasto deberá estar contemplado dentro de otros gastos varios de la contratación alimentaria.

10.4 ¿Cuándo?

La inversión requerida para la propuesta de mejoramiento en el poder de negociación con los clientes para concretar los contratos alimenticios es de aproximadamente \$23.000 semanales por cliente.

Este valor podría variar dependiendo el alcance de cada proyecto. Es decir, entre más servicios abarque la contratación sería mayor el incremento de los gastos de servicios.

10.5 ¿A Quién?

El plan estratégico está diseñado para satisfacer las necesidades de los clientes bajo condiciones de negociación óptimas que permitan concretar dichas contrataciones alimenticias. Está dirigido a todos los encargados del seguimiento de los clientes del restaurante; y como beneficio de esto los clientes podrán encontrar un acuerdo satisfactorio.

PLAN ESTRATÉGICO DE SERVICIO AL CLIENTE
“Restaurante Nuevo Milenio en el Valle del Cauca”

17

11. DESARROLLO DE ESTRATEGICAS A IMPLEMENTAR

NOMBRE:	ESTRATEGIA A: “Seguimiento a posibles clientes potenciales”
OBJETIVO:	Concretar el cliente y satisfacer sus necesidades.
IMPORTANCIA	Adquisición de clientes potenciales para el restaurante.
ACCIONES:	<p>Entrega de la propuesta con la importante aclaración de que estamos a la espera de una pronta respuesta para replantear la negociación.</p> <p>Realizar el seguimiento telefónicamente dos días después para obtener información sobre el estudio de dicha contratación.</p> <p>Si no se obtiene aún ninguna respuesta entonces tres días después se debe hacer la visita personalmente, y ofrecer una oferta mejor a la que se tenía.</p> <p>En el momento de la visita personalmente se puede acceder al presupuesto destinado por cada cliente, con un detalle pequeño pero significativo.</p> <p>Discretamente se puede intentar rescatar información sobre contrataciones o presupuestos que el cliente tenga con otros restaurantes.</p> <p>Llevar un informe detallado sobre las visitas y el resultado de las mismas.</p> <p>Aplicar el poder de negociación para encantar al cliente y ofrecerle valores agregados.</p>
RECURSOS:	<p>Humanos: Todo el personal encargado de la Atención al Cliente.</p> <p>Técnicos: Computador, para llevar el control específico.</p> <p>Financieros: Costo mano de obra de la persona encargada \$750.000</p>
RESPONSABLE	Administrador
DURACION	Permanente

PLAN ESTRATÉGICO DE SERVICIO AL CLIENTE
“Restaurante Nuevo Milenio en el Valle del Cauca”

18

NOMBRE:	ESTRATEGIA B: “Precios Competitivos”
OBJETIVO:	Ser competitivos con los precios que se ofertan en las contrataciones alimenticias; y abandonar la estrategia de inflar demasiado los precios en la primera contratación y posterior a esto hacer descuentos significativos; ya que hasta el momento lo único que se ha logrado es alarmar a los clientes.
IMPORTANCIA:	Competir en primera instancia con los precios del mercado.
ACCIONES:	<p>Manejar el análisis unitario puntualmente con los costos necesarios.</p> <p>Después de tener este análisis incrementar los gastos que se han hecho o que se realizaran para dicho cliente.</p> <p>Incrementar en un menor porcentaje la ganancia sobre el análisis unitario; ya que en el AIU igualmente se reflejara utilidad.</p> <p>Manejar el AIU con los valores exigidos por la compañía sin necesidad de aumentar los porcentajes para después disminuirlos por sugerencia de los clientes.</p> <p>Después del subtotal aumentar el 4% ó 6%</p> <p>Ofrecer el precio adecuado para tener como competir ante el mercado.</p> <p>Manifiestar los procesos, sus consecuencias y sus beneficios para que el cliente decida cual se ajusta a su presupuesto.</p>
RECURSOS:	<p>Humanos: Personas encargas de las compras en el restaurante.</p> <p>Técnicos: Computador y calculadoras para realizar análisis los cálculos necesarios.</p> <p>Financieros: Costo por persona encargada \$800.000</p>
RESPONSABLE:	Administrador
DURACION	Permanente

PLAN ESTRATÉGICO DE SERVICIO AL CLIENTE
“Restaurante Nuevo Milenio en el Valle del Cauca”

19

NOMBRE:	ESTRATEGIA C: “Información Compartida”
OBJETIVO:	Que la información sea retroalimentada y de esta manera todos los empleados tengan acceso al estado de cada cliente y darle una respuesta oportuna cuando sea solicitada. Igualmente para que todos puedan estar al tanto de todas las contrataciones e incluso replantear alternativas, o descuentos especiales autorizados por el Administrador.
IMPORTANCIA:	Brindarles información eficiente a los clientes según su solicitud.
ACCIONES:	<p>Tener una base de datos sobre cada cliente y su estado actualizado, ordenado por nombre o razón social, oferta, condiciones de pago, tipo de contratación, acuerdos hechos hasta el momento, y sus respectivos pendientes.</p> <p>Después de cada visita retroalimentar la base de datos.</p> <p>Tener en la base de datos un campo aclaratorio, en el cual se especifica detalles sobre el tipo de cliente; como que le gusta, que le molesta, que es lo que realmente quiere, que se le ha obsequiado si es el caso, fecha de cumpleaños, entre otros detalles que logran marcar la diferencia.</p> <p>Es importante que en la base de datos se especifique el empleado que lleva el caso y algunos detalles que se consideren importantes para tener en cuenta.</p>
RECURSOS:	<p>Humanos: Todo el personal que lleve a cabo procesos con los clientes.</p> <p>Técnicos: Computador, para realizar la base de datos y para Retroalimentarla constantemente.</p> <p>Financieros: Costo por persona encargada \$450.000</p>
RESPONSABLE:	Administrador
DURACION	Permanente

PLAN ESTRATÉGICO DE SERVICIO AL CLIENTE
“Restaurante Nuevo Milenio en el Valle del Cauca”

20

NOMBRE:	ESTRATEGIA D: <i>“Capacitación para fortalecer el Poder de negociación”</i>
OBJETIVO:	Capacitar todo el personal que tenga acceso a las negociaciones para que de esta manera identifique puntos claves y sean más eficientes a la hora de negociar con un cliente.
IMPORTANCIA:	Mejorar el manejo de las negociaciones y de esta manera concretar clientes.
ACCIONES:	<p>Recopilar información entre los empleados sobre cuáles son las falencias que presentan o cuales son las dudas que quieren resolver; por medio de una encuesta o conversación directa con ellos.</p> <p>Partiendo de la información obtenida se realiza un análisis sobre cuáles son los puntos claves a tratar en la capacitación.</p> <p>Identificar cual es el personaje idóneo y con una amplia experiencia en negociaciones para que presente la capacitación.</p> <p>Contratar y programar a la persona seleccionada para que dicte la capacitación.</p> <p>Comunicar a los empleados la fecha, hora y duración de la capacitación para que de esta manera se programen ellos igualmente sin quedar mal ante ningún cliente.</p> <p>Dictar la capacitación.</p> <p>Resolver inquietudes y enumerar pautas para llevar a cabo una excelente negociación.</p> <p>Solicitar un informe a los empleados sobre lo captado y lo que personalmente haría en algún tipo de negociación específico con el fin de identificar que tan efectiva y provechosa fue la capacitación.</p> <p>Analizar el informe y concluir cuales fueron los resultados, tomando decisiones concretas.</p>
RECURSOS:	<p>Humanos: La persona idónea escogida.</p> <p>Técnicos: Computador y video Beam para el desarrollo de la Capacitación.</p> <p>Financieros: Costo por persona encargada \$750.000</p>
RESPONSABLE:	Gerencia
DURACION	4 horas

PLAN ESTRATÉGICO DE SERVICIO AL CLIENTE
“Restaurante Nuevo Milenio en el Valle del Cauca”

21

NOMBRE:	ESTRATEGIA E: “Post - Venta”
OBJETIVO:	Lograr la satisfacción del cliente e identificar que tan satisfechos quedan los clientes con el servicio prestado.
IMPORTANCIA:	Mejoramiento continuo y fidelización de los clientes.
ACCIONES:	<p>Hacer un análisis de los términos y el estado de la entrega de los servicios para así mismo saber con qué tipo de cliente se enfrentará. Si es un cliente satisfecho perfecto, pero si es un cliente molesto manejarlo de la mejor manera y resolver su inconveniente, pero adicionalmente dar valor agregado con el fin de resarcir el inconformidad.</p> <p>Realizar una llamada al cliente dos días después de prestado el servicio a solicitarle información sobre las expectativas cumplidas. En la llamada se debe manifestar la importancia de su opinión para el restaurante.</p> <p>Rescatar la mayor información sobre el servicio prestado, realizando preguntas como: ¿quedo usted satisfecho con la prestación de nuestros servicios?, ¿tuvo algún inconveniente con el resultado?, ¿este inconveniente fue resultado?</p> <p>Informarle al cliente que siempre estará el restaurante para servirle en todo lo que necesite.</p> <p>En caso de ser un cliente molesto se debe inmediatamente solucionar su dificultad.</p> <p>Ofrecer disculpas en nombre del restaurante.</p> <p>Dar valor agregado significativo dependiente el tipo de cliente.</p>
RECURSOS:	<p>Humanos: Todo el personal encargado del Servicio.</p> <p>Técnicos: Teléfono fijo o celular, para realizar seguimiento o también personalmente si es el caso.</p> <p>Financieros: Costo por persona encargada \$300.000</p>
RESPONSABLE:	Administrador
DURACION	Permanente

PLAN ESTRATÉGICO DE SERVICIO AL CLIENTE
“Restaurante Nuevo Milenio en el Valle del Cauca”

NOMBRE:	ESTRATEGIA F: “Cumplimiento de lo prometido”
OBJETIVO:	Lograr la atención del cliente, que identifique el restaurante como una empresa seria y alcanzar la fidelización de los ya existentes.
IMPORTANCIA:	Adquisición de nuevos clientes y fidelización de ya existentes.
ACCIONES:	<p>Antes de realizar cualquier promesa se debe estudiar perfectamente de tal manera que se pueda cumplir, en el tiempo y de la calidad prometida.</p> <p>Realizar la promesa al cliente con formalidad y seguridad porque lo que se está diciendo es fiable y se lograra cumplir a cabalidad.</p> <p>Realizar seguimiento a lo prometido a cada uno de los clientes para que de esta manera se satisfaga su necesidad y que el cliente recuerde lo que se le prometió.</p> <p>Cumplir lo prometido a cada uno de los clientes.</p> <p>Concluir realizando una visita o llamada para verificar que lo prometido se cumplió y ganar terreno con el cliente.</p>
RECURSOS:	<p>Humanos: Todo el personal que tiene trato con el cliente.</p> <p>Técnicos: Teléfono fijo o celular, para realizar seguimiento o también permitido personalmente si es el caso.</p> <p>Financieros: Costo por persona encargada \$500.000</p>
RESPONSABLE:	Administrador
DURACION	Permanente

PLAN ESTRATÉGICO DE SERVICIO AL CLIENTE
“Restaurante Nuevo Milenio en el Valle del Cauca”

NOMBRE:	ESTRATEGIA G: <i>“Comunicación inmediata para los Clientes”</i>
OBJETIVO:	Atender oportunamente al cliente de manera que seamos siempre su primera opción, gracias a la comunicación eficiente.
IMPORTANCIA:	Captar la atención del cliente sobre la comunicación inmediata, tema tan importante que muchas compañías han dejado deteriorar.
ACCIONES:	<p>Aprovechar las dos líneas telefónicas que se tienen en el momento contestando siempre antes del tercer timbre.</p> <p>Implementar el sistema de llamada en espera e identificador de llamadas, para que tan pronto se desocupe la línea el empleado pueda retornar la llamada al cliente que no se logró comunicar.</p> <p>Respuesta oportuna a los correos llegados al restaurante.</p> <p>Comunicación por medio de celulares disponibles para la información.</p> <p>Aprovechar la dotación de equipos de avanzada tecnología y propagar el numero pin y permitir que sea otro medio de comunicación efectivo.</p> <p>Dar respuesta inmediata a los correos electrónicos personales de los empleados del restaurante.</p>
RECURSOS:	<p>Humanos: Todo el personal que tiene que ver con el Servicio.</p> <p>Técnicos: Teléfono fijo, celulares y computadores para la comunicación inmediata y oportuna de los clientes</p> <p>Financieros: Costo por persona encargada \$450.000</p>
RESPONSABLE:	NUEVO MILENIO, todo el restaurante
DURACION	Permanente

PLAN ESTRATÉGICO DE SERVICIO AL CLIENTE
“Restaurante Nuevo Milenio en el Valle del Cauca”

24

**12. IMPLEMENTACION DEL PLAN ESTRATEGICO PARA EL MEJORAMIENTO
DEL SERVICIO AL CLIENTE**

El plan estratégico anteriormente plasmado se expondrá en una reunión con gerencia, de manera que sea este departamento quien apruebe cada una de las estrategias aquí plasmadas y de esta forma los empleados tengan el empoderamiento para colocarlas en marcha. Después de esta aprobación la información será suministrada a los empleados de manera puntual para que su ejecución sea todo un éxito.

Logrando de este modo solucionar el problema de concertación y negociación con los clientes, que “NUEVO MILENIO” restaurante presenta en este momento; debido a la falta de una excelente atención por parte del personal encargado.

PLAN ESTRATÉGICO DE SERVICIO AL CLIENTE
“Restaurante Nuevo Milenio en el Valle del Cauca”

25

13. CONCLUSIONES

- ❖ Se logró determinar y priorizar las necesidades y las expectativas de los clientes por medio de la evaluación de los atributos que conforman cada uno de los procesos de servicio al cliente; igualmente se detectaron las razones de cancelación de los servicios.
- ❖ Desarrollar y establecer un índice de servicio al cliente, permitió identificar fallas actuales de los procesos que causan la insatisfacción del cliente; se identificaron las actividades críticas (puntos de control) en cada proceso de servicio identificando la deficiencia de la actividad, el énfasis en la acción correctiva y la iniciativa de mejora.
- ❖ El restaurante debe emprender acciones de cambio que se requieren para la implantación del Modelo de Mejoramiento Continuo de la Calidad; de esta forma podrá desarrollar los procesos de mejoramiento necesarios para lograr la consecución de las metas y los objetivos.
- ❖ Para que el modelo genere mejoras sustanciales y continuas, es necesario adaptar la cultura organizacional de la empresa a la satisfacción de los clientes. Es importante inculcarles a los empleados una cultura de autogestión de manera que sean ellos los gestores de la calidad.

PLAN ESTRATÉGICO DE SERVICIO AL CLIENTE
“Restaurante Nuevo Milenio en el Valle del Cauca”

26

RECOMENDACIONES

- ❖ La implementación y mantenimiento del plan estratégico del restaurante requiere de una serie de campañas de transformación cultural y manejo del cambio, donde se sensibilice al personal involucrado sobre la importancia de controlar los factores críticos en la relación con el cliente suministrados por los clientes.
- ❖ El restaurante debe garantizar el buen desarrollo de los procedimientos y actividades, para lo cual debe diseñar planes de entrenamiento y / o capacitación, según sea necesario, y definir herramientas de gestión y control de la labor de los empleados con el fin de asegurar el desarrollo óptimo de las funciones establecidas en las cartas descriptivas de los empleados. Además debe brindarles a los empleados un ambiente cálido, garantizando las herramientas necesarias para que el empleado pueda desempeñarse satisfactoriamente.
- ❖ Definir espacios de tiempo laborales que permitan la retroalimentación de información suministrada por los clientes entre el personal involucrado directamente e indirectamente.
- ❖ Dictar talleres de servicio al cliente a todas las áreas del restaurante involucradas en la prestación de servicios que impactan en el cliente, con el fin de reforzar los conocimientos y las actuaciones frente al cliente.
- ❖ Mantener un sistema de información robusto que permita capturar, almacenar y procesar la información de los indicadores de gestión.

PLAN ESTRATÉGICO DE SERVICIO AL CLIENTE
“Restaurante Nuevo Milenio en el Valle del Cauca”

27

BIBLIOGRAFÍA

<http://www.youtube.com/watch?v=IBYGjsbNHdQ>

<http://www.youtube.com/watch?v=G43vru8acFM&feature=relmfu>

<http://www.youtube.com/watch?v=-loCy2MITig&feature=relmfu>

ALBRECHT, Karl y ZEMKE, Ron. Gerencia del Servicio. Colombia: Editorial Legis, 1991.

EVANS, James y LINDSAY, William. Administración y Control de la Calidad. Cuarta Edición. México: Internacional Thomson Editores, 1999.

GERSON, Richard. Cómo Medir la Satisfacción del Cliente. México D.F. Grupo Editorial Iberoamérica, S.A. de C.V., 1998.

WELLINGTON, Patricia. Cómo Brindar un Servicio Integral al Cliente. Colombia: Mc Graw Hill, 2001.