

	<b>PROTOCOLO DE SERVICIO AL CLIENTE</b>	<b>GUIA</b>
		<b>VC-GC-GA-01</b>
		<b>VERSIÓN: 09</b>
		<b>Página 1 de 19</b>

ELABORÓ	REVISÓ	APROBÓ
Marylú Bautista <b>Jefe SIG</b>  Maria Esperanza Achure <b>Coordinadora de Servicio al Cliente</b>	Carmen Jagemberg <b>Gerente Comercial</b>	Humberto Posada Cifuentes <b>Gerente General</b>

TABLA DE CONTROL DE CAMBIOS			
Versión	Fecha de aprobación	Descripción	Cargo que solicitó el cambio
0	22/06/2011	Versión Original	-
1	02/12/2013	Se incluye en el Numeral 4 “Buenas Prácticas en la Atención al Cliente” el Numeral 4.8 Directriz por Incumplimiento del Protocolo de Atención al Cliente, donde se señalan los lineamientos para atender las PQR por Comportamiento Indebido.	Jefe de Servicio al Cliente
2	05/05/2014	El Numeral 4.7 se pasa a llamar Protocolo de saludo y guión oficina de atención al cliente y prestación del servicio, donde se incluye el escenario c. en relación al operario de recolección o barrido presencial, señalando los lineamientos para dar respuesta al cliente.	Jefe de Servicio al Cliente
3	06/11/2014	Se modificó el nombre del cargo Jefe de atención al Cliente a Jefe de Servicio al Cliente y los nombre de las áreas Gerencia Técnica y Dirección de Recursos Humanos a Gerencia de Operaciones y Dirección de Talento Humano a partir de los cambios efectuados en la estructura organizacional de la empresa. En el Numeral 4.1 se modificó la palabra ayudarle por la palabra servirle en el protocolo de saludo. En el Numeral 4.8 se elimina el proceso disciplinario como desprendimiento de una queja y se incluye una investigación para determinar la procedencia de la caja. Se incluye que el	Jefe de Servicio al Cliente

	<b>PROTOCOLO DE SERVICIO AL CLIENTE</b>	<b>GUIA</b>
		<b>VC-GC-GA-01</b>
		<b>VERSIÓN: 09</b>
		<b>Página 2 de 19</b>

		<p>supervisor comercial informará al área jurídica y a la Gerencia de operaciones del caso sobre la situación de la queja, una vez se realice esto el Jefe inmediato tiene un día para reportar al trabajador.</p>	
4	02/10/ 2019	<p>De acuerdo con los lineamientos de Veolia se ajusta el código alineado al nuevo control de información documentada así como la imagen corporativa. Se realiza ajuste en el nombre del documento, complementandose con el protocolo de servicio al cliente <b>MPV-01-G-11</b> así mismo se agregan buenas prácticas en la atención al cliente, Se ajusta el Ítem 5.2.8 omitiendo el numeral dos (2). Al numeral tres (3) se ajusta los días de respuesta.</p> <p>Se agregan nuevas normas de atención al cliente.</p>	Jefe de Servicio al Cliente
5	28/04/2020	<p>Se cambia de código <b>VC-INR-GA-01</b> a <b>VC-GC-GA-01</b> por cambio en el proceso de Implementación de Negocios Gestión de Residuos a Gestión Comercial.</p>	Jefe SIG
6	18/06/2020	<p>Se incluye la definición de Covid-19.</p> <p>Se elimina el protocolo de “saludo de mano”, como medida de prevención del COVID-19.</p> <p>Se actualiza el capítulo <b>6.2.7.</b> numeral <b>C:</b> Se actualizan responsables y consideraciones a cumplir para un mejor tratamiento al cliente.</p> <p>Se modifica el capítulo <b>6.2.8.</b> , se elimina el numeral 3 y 4 y, se redirecciona al procedimiento de procesos disciplinarios.</p> <p>Se incluye el numeral <b>6.2.9.</b> Servicio al Cliente en Tiempos de Covid-19 y se relacionan los <b>VHC-GO-P-23</b> Protocolo COVID-19 y <b>VHC-GO-I-09</b> Normas de Bioseguridad Áreas de Servicio al Cliente.</p>	Jefe de Servicio al Cliente



PROTOCOLO DE SERVICIO AL  
CLIENTE

GUIA

VC-GC-GA-01

VERSIÓN: 09

Página 3 de 19

7	31/03/2022	<p>Se actualiza el nombre del responsable del área de servicio al cliente.</p> <p>Se incluye en <b>6.2.7 PROTOCOLO DE SALUDO Y GUIÓN OFICINA DE ATENCIÓN AL CLIENTE Y PRESTACIÓN DEL SERVICIO</b>, medio de comunicación con el usuario el correo electrónico del área de servicio al cliente.</p> <p>Se incluye en el mismo numeral el lanzamiento de alguna de las dos (2) encuestas de experiencia de cliente, una que es relacionada con la gestión y calidad de respuesta o la atención que se brindó en front.</p>	Coordinador Servicio al cliente
8	14/09/2023	<p>Se actualiza el nombre del gerente en el ítem revisó.</p> <p>Se actualiza el nombre del gerente en el ítem aprobó.</p> <p>Se elimina el ítem <b>6.2.9. Servicio al Cliente</b> en Tiempos de Covid-19.</p> <p>Se elimina del ítem <b>7. Referencias</b> el <b>VHC-GO-P-23</b> Protocolo COVID-19.</p>	Coordinador Servicio al cliente
9	17/04/2024	<p>En el ítem elaborado se eliminó el cargo de Coordinador SIG.</p>	Jefe SIG

	<b>PROTOCOLO DE SERVICIO AL CLIENTE</b>	<b>GUIA</b>
		<b>VC-GC-GA-01</b>
		<b>VERSIÓN: 09</b>
		<b>Página 4 de 19</b>

## TABLA DE CONTENIDO

<b>1. OBJETIVO</b>	<b>4</b>
<b>2. ALCANCE</b>	<b>4</b>
<b>3. RESPONSABLES</b>	<b>4</b>
<b>4. DEFINICIONES Y TERMINOLOGÍA</b>	<b>4</b>
<b>5. CONSIDERACIONES GENERALES</b>	<b>4</b>
<b>6. DESCRIPCIÓN</b>	<b>4</b>
6.1 CONTEXTO GENERAL	4
6.2 BUENAS PRÁCTICAS EN LA ATENCIÓN AL CLIENTE	5
6.2.1 LA ACOGIDA; SALUDAR, RECIBIR, DESPEDIR	7
6.2.2 LAS NORMAS DE CORTESÍA CON EL CLIENTE	10
6.2.3 LA COMUNICACIÓN CON EL CLIENTE	12
6.2.4 LA ATENCIÓN TELEFÓNICA EN LA EMPRESA	13
6.2.5 EL PÚBLICO Y LA EMPRESA	14
6.2.6 LA IMAGEN DE LA EMPRESA Y LOS TRABAJADORES	15
6.2.7 PROTOCOLO DE SALUDO Y GUIÓN OFICINA DE ATENCIÓN AL CLIENTE Y PRESTACIÓN DEL SERVICIO	15
6.2.8 DIRECTRIZ POR INCUMPLIMIENTO DEL PROTOCOLO DE ATENCIÓN AL CLIENTE.	17
<b>7. REFERENCIA</b>	<b>18</b>
<b>8. REGISTROS</b>	<b>18</b>

	<b>PROTOCOLO DE SERVICIO AL CLIENTE</b>	<b>GUIA</b>
		<b>VC-GC-GA-01</b>
		<b>VERSIÓN: 09</b>
		<b>Página 5 de 19</b>

## 1. OBJETIVO

Atender los requerimientos del cliente y/o usuario de VEOLIA, entablando una comunicación estandarizada para todos los canales de atención, que garantice la claridad en la información suministrada y la búsqueda permanente de la fidelización.

## 2. ALCANCE

Aplica para la atención de clientes y usuarios, de manera presencial y telefónica por parte del personal de VEOLIA.

## 3. RESPONSABLES

<b>Personal Responsable del Cumplimiento de este Documento</b>	
<b>Cargo</b>	<b>Gerencia/Dirección</b>
Coordinador de Servicio al Cliente	Gerencia Comercial
Personal de Servicio al Cliente	Gerencia Comercial
Todo el Personal de la Organización	Gerencia Regional

## 4. DEFINICIONES Y TERMINOLOGÍA

<b>Definición de términos usados en este documento</b>	
<b>Término</b>	<b>Definición</b>
<b>Usuario</b>	Persona que usa habitualmente un servicio.
<b>PQR</b>	Son (Peticiónes, Quejas y Recursos), son las actividades básicas del proceso de servicio al cliente desarrolladas en las oficinas comerciales que responden a las necesidades de los clientes.
<b>Clientes</b>	Persona que utiliza los servicios de un profesional o de una empresa, especialmente la que lo hace regularmente y puede en cualquier momento cambiar de operador de servicio.
<b>Covid-19</b>	Es una nueva enfermedad, causada por un nuevo coronavirus que no se había visto antes en seres humanos. El nombre de la enfermedad se escogió siguiendo las mejores prácticas establecidas por la Organización Mundial de la Salud (OMS) para asignar nombres a nuevas enfermedades infecciosas en seres humanos.

## 5. CONSIDERACIONES GENERALES

No Aplica

## 6. DESCRIPCIÓN

### 6.1 CONTEXTO GENERAL

	<b>PROTOCOLO DE SERVICIO AL CLIENTE</b>	<b>GUIA</b>
		<b>VC-GC-GA-01</b>
		<b>VERSIÓN: 09</b>
		<b>Página 6 de 19</b>

La calidad en la atención al cliente adquiere cada día mayor importancia en cualquier tipo de negocio, siendo esta un factor diferenciador frente a la competencia y un aspecto de evaluación que cada vez es más controlado por los estamentos de vigilancia.

En VEOLIA estamos convencidos que un buen servicio al cliente nos garantiza la perdurabilidad en el mercado y nos fortalece en la búsqueda permanente de ser los mejores. Entendemos que un cliente satisfecho no solo es aquel a quien le cumplimos a cabalidad con las obligaciones contractuales si no también a quien atendemos, escuchamos y hablamos con: respeto, amabilidad y tolerancia.

En el desarrollo del servicio al cliente son esenciales: la formación y motivación de cada uno de los colaboradores que tratamos con los usuarios y su orientación hacia un servicio excelente. Sólo tenemos que “ponernos en la piel de nuestros clientes” para comprender el objetivo de este protocolo y verlos como el principio fundamental de nuestro trabajo.

## 6.2 BUENAS PRÁCTICAS EN LA ATENCIÓN AL CLIENTE

Con el fin de que en la empresa se maneje un solo estándar en el desarrollo de la Atención al Cliente, a continuación se establecen las siguientes prácticas que deben ser seguidas por quienes tienen contacto con esta parte interesada..

<b><u>EL CLIENTE ES:</u></b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>La persona más importante de todo negocio, y su fuente de ingresos</i></li> <li>• <i>El cliente no depende de nuestro trabajo, nosotros dependemos absolutamente de él</i></li> <li>• <i>El "Cliente" no supone una interrupción en nuestro trabajo; sencillamente, porque él es el objetivo del mismo. Incluso como trabajadores nos hace un favor al entrar porque dependemos de él; nosotros no le estamos haciendo un favor al cliente.</i></li> <li>• <i>No podemos verle únicamente como "dinero" en la "caja", es un ser humano y nuestra función es atenderle</i></li> <li>• <i>Se merece la mayor atención y cortesía por parte de la empresa.</i></li> <li>• <i>Definitivamente, sin el "Cliente" nuestro negocio tendría que cerrar.</i></li> </ul>

Recuerde que el cliente y su satisfacción son la razón de ser de nuestra organización, por favor atienda siempre las siguientes recomendaciones:

- En caso de conocerlo, salude siempre al cliente por su nombre o utilizando pronombres como “señor” “señora” “señorita” “niño” “niña” “joven”, evite términos familiares o de confianza como “mamita” “sardina” “nena”, no tutee. Déle la bienvenida “Gracias por venir, en que puedo colaborarle” y procure sonreír.

	<b>PROTOCOLO DE SERVICIO AL CLIENTE</b>	<b>GUIA</b>
		<b>VC-GC-GA-01</b>
		<b>VERSIÓN: 09</b>
		<b>Página 7 de 19</b>

- Diríjase al cliente con amabilidad y en un tono moderado, indague sobre el motivo de su contacto,ntos que lo puedan incomodar. Indague con el ánimo de ayudar a conocer el motivo de su contacto o reclamación (PQR).
- Trate de determinar rápidamente el objeto de su contacto o reclamación (PQR), y explíquelo las posibles soluciones y de qué manera se va a llevar a cabo el proceso de atención de su solicitud y/o reclamación (PQR). Indique si es del caso, cuando se le efectuará la visita, que se revisará en la visita y cuánto se tardará la empresa en darle solución a su PQR.
- Cuando tome el reclamo dele a conocer que la empresa cuenta con máximo 15 días hábiles para contestar su solicitud o reclamación (PQR), sin embargo hágale saber que lo estamos haciendo en menos tiempo. Por lo que se debe dar un tiempo prudencial para que la empresa realice la visita y se le halle solución a su problema según el acuerdo de nivel de servicio establecido.
- Permita que el cliente se exprese, no coarte su intención de explicar qué es lo que quiere, no lo haga sentir de que su visita es en vano, y hágale sentir que la información recibida fue muy valiosa.
- Al revisar la facturación, cuestiónese sobre lo que se le está facturando frente a lo planteado por el usuario, aunque el cliente no lo solicite si logra identificar alguna otra inconsistencia regístrela claramente y hágaselo saber.
- Solicite datos adicionales a la ubicación del predio y nombre del reclamante como son dirección de localización, teléfono de localización, cédula de ciudadanía o tarjeta de identidad, informe al cliente que es con el fin de mantenerles informado acerca del avance o resultado de su reclamo, que esta información es de uso privado y no será revelada por ningún motivo.
- Cuando se presente un cliente a realizar un reclamo, sin importar el motivo y el estado anímico del cliente, trate de mantener la calma y de no alterarse, recuerde que el cliente o usuario es nuestra razón de ser y está en juego la imagen de la Empresa. Nunca alce la voz, dialogue con el cliente, tranquilícelo y dé solución rápida al problema.
- Los buenos modales hacen parte de su presentación y de la calidad de asesoría que usted, está ofreciendo.
- Haga sentir al cliente es lo más importante para la empresa, y por tanto no use palabras impositivas o frases imperativas ejemplo: "Tiene" "Le toca" "De todos modos" "Su reclamo se rechazó" "que quiere" , en lugar de ello utilice palabras como "debe" "usted puede" "su reclamo no fue favorable" "en que puedo colaborarle".

	<b>PROTOCOLO DE SERVICIO AL CLIENTE</b>	<b>GUIA</b>
		<b>VC-GC-GA-01</b>
		<b>VERSIÓN: 09</b>
		<b>Página 8 de 19</b>

- No hable mal del servicio de la competencia, utilice como estrategia exaltar las cualidades y calidad de nuestro servicio.
- Su escritorio hace parte de su presentación personal, manténgalo organizado y no mantenga a la vista revistas o catálogos de almacenes, maquillaje, carteras, comida y/o papelería mal organizada o por archivar, en general objetos que no hagan parte con el cabal desarrollo de sus funciones.
- Cuando reciba quejas o reclamos por parte del cliente escúchelo atentamente y tome nota de lo expresado, no reclame, recuerde que el usuario es nuestra razón de ser y su papel es servir de mediador entre la empresa y el usuario, por lo tanto no lo interrumpa por atender llamadas personales (Teléfono Fijos – Celulares), si debe levantarse del puesto para consultar o preguntar a otro funcionario de la Empresa sobre el tema, explíquelo al usuario que va a consultar y que por favor espere un momento.
- No debe ausentarse de su puesto de trabajo sin antes asegurarse que un compañero de oficina lo sustituya mientras regresa (Ej: Baño, ir a oficina de Gestión Humana. etc)
- Mientras atienda un usuario o en la oficina se encuentren usuarios, no se deben comentar cosas o aspectos ajenos al trabajo como por ejemplo: “que buena que estuvo la rumba” “cuánto costó el peinado o los zapatos” “lo lindo que se portó el novio”, entre otros ejemplos.
- Siempre agradezca al usuario.

### **6.2.1 LA ACOGIDA; SALUDAR, RECIBIR, DESPEDIR**

Una grata acogida es clave en cualquier proceso, saludar es un gesto de cortesía y una demostración de amabilidad y cordialidad.

Pero además en nuestro ámbito laboral, es el primer gesto de acogida, la fase inicial de contacto comienza con un saludo, Un “buenos días” o “buenas tardes” es la fórmula adecuada.

**SONRISA + SALUDO + OFRECIMIENTO A AYUDAR**  
**SONRISA + BUENOS DÍAS + NECESITA QUE LE ATIENDAN?**  
**PUEDO SERVIRLE?**  
**EN QUÉ PUEDO SERVIRLE?**

	<b>PROTOCOLO DE SERVICIO AL CLIENTE</b>	<b>GUIA</b>
		<b>VC-GC-GA-01</b>
		<b>VERSIÓN: 09</b>
		<b>Página 9 de 19</b>

Recuerda que es muy importante diferenciar los tipos de saludo, un “Hola”, no está hecho para todo el mundo debería reservarse para aquellas ocasiones en que exista un cierto grado de confianza y este suele ser un error frecuente en el trato al cliente.

### **SALUDAR:**

Saludar es la suma de palabras y gestos.

- a. Mostrar cordialidad.
- b. Mirar simultáneamente a los ojos.
- c. Ofrecer una sonrisa y un gesto afables;

De nada sirve un “buenos días” si se emplea con gesto agrio:

- a. Tono de voz seco.
- b. Sin apenas mirar al cliente.
- c. Estos gestos evidenciarían que no nos agrada su presencia.

### **Para tener en cuenta:**

- Corresponder siempre a un saludo; quien saluda espera la misma respuesta.
- No debemos saludar sin dirigir la vista al cliente que acaba de llegar.
- No es positivo saludar por sorpresa al cliente y no puede vernos. Lo recomendable sería salir a su encuentro.
- Cuando estamos ocupados con otros clientes y accede un nuevo visitante, saludaremos al recién llegado aunque estemos atendiendo, incluso asintiendo cordialmente para que el nuevo cliente evidencie que nos percatamos de su presencia y que es tan importante para nosotros como los demás, pediremos disculpas por no poder ocuparnos de él de inmediato y le indicaremos que lo haremos en cuanto sea posible.
- Si estamos atendiendo y suena el teléfono, el cliente presencial tiene prioridad.
- Si un cliente interrumpe y estamos ocupados, no debemos manifestar incomodidad. Se debe mostrar siempre agrado y deseo de cooperar.

En la atención al cliente existe un claro abuso del “Tú”. Tutear implica que tenemos confianza con esa persona pero en nuestra sociedad nos lanzamos a tutear sin tener en cuenta que puede molestar.

	<b>PROTOCOLO DE SERVICIO AL CLIENTE</b>	<b>GUIA</b>
		<b>VC-GC-GA-01</b>
		<b>VERSIÓN: 09</b>
		<b>Página 10 de 19</b>

Suele asociarse el “usted” con una “edad avanzada” y sin embargo su significado es simplemente una muestra de “respeto”. Especialmente con las personas de edad, o los visitantes extranjeros quienes más se sorprenden e incomodan al recibir un “tuteo”.

No debe tutear indiscriminadamente, seamos prudentes al dirigirnos al público. Pero una vez iniciado el diálogo con una determinada opción, continuemos durante toda la conversación con la misma fórmula (la del “tú” o la del “usted”); sería ilógico cambiar constantemente.

### **¿CUÁNDO COMENZAR POR EL “USTED”?**

- Al cliente desconocido que acude por primera vez a nuestro negocio. Es incorrecto tratar a nuestros clientes de: cielo, corazón, cariño, etc.
- A una persona famosa o muy conocida
- A personas de mayor posición social: jefes, autoridades.
- A personas de mayor edad que nosotros.
- A los de categoría inferior (colaboradores de nuestra empresa, personal de limpieza y mantenimiento).
- A personas ajenas a la Empresa: Clientes, comerciales, proveedores, etc.
- A extranjeros (en la mayoría de los países no están acostumbrados al tuteo y les parece descortés).
- Durante la “Relación” será siempre la persona de mayor edad o categoría social, (o en su caso, las señoras), quienes deben proponer el “tuteo”.

### **TAN IMPORTANTE ES RECIBIR COMO DESPEDIR CORRECTAMENTE**

No debemos descuidar la despedida, es el último eslabón de la atención al cliente y la última impresión que se llevará de nuestra compañía. Mantengamos una actitud cordial y amable sea cual sea el resultado de la visita del cliente.

- Acompañarle hasta la salida
- Facilitarle la apertura de la puerta, especialmente si tiene dificultades
- Despedirle correctamente

Un “Adiós, muchas gracias” acompañado de una actitud cordial sería una perfecta despedida.

	<b>PROTOCOLO DE SERVICIO AL CLIENTE</b>	<b>GUIA</b>
		<b>VC-GC-GA-01</b>
		<b>VERSIÓN: 09</b>
		<b>Página 11 de 19</b>

### “CLAVES”

- **Acogida grata**, expresión relajada y sonriente, saludar al recibir.
- **Amabilidad**, frase y detalle oportunos.
- **Rapidez**, efectividad, buenos tiempos de entrega y respuesta.
- **Buena Comunicación con el cliente**, hacerse entender y entender al cliente (tan importante es el “lenguaje verbal” como el “lenguaje no verbal”).
- **Eficacia**, capacidad resolutive en cualquier circunstancia.
- **Gratitud**, dar siempre las gracias y saber corresponder.
- **Atención individualizada**, “Buenos días señor.”, “Enseguida le pasó”, “está satisfecho con el servicio... Tuvo algún problema?”.
- **Calidad**, la satisfacción por el trato recibido desde que llegan hasta que se marcha el comprador.

### 6.2.2 LAS NORMAS DE CORTESÍA CON EL CLIENTE

Para que las relaciones con los clientes, sean fructíferas y positivas, uno de los aspectos más importantes en el ámbito laboral es el Capital humano. Todos en la cadena de trabajadores deben dar muestras de educación y respeto.

En cualquier caso, de cómo procedan los colaboradores, de su profesionalidad (un trato amable y correcto, eficiencia y dominio del puesto) depende enormemente el éxito del negocio; por consiguiente, los factores indispensables que no pueden faltar en la atención al cliente son:

- Atención.
  - Confiabilidad.
  - Cortesía.
  - Disposición de ayudar.
  - Integridad y honradez.
  - Eficiencia.
- El saludo debe ser inmediato; en caso que la atención la inicie recepción, el funcionario encargado de atender al cliente, no debe hacerlo esperar más de 5 minutos, si es posible ofrézcale algo de tomar.

	<b>PROTOCOLO DE SERVICIO AL CLIENTE</b>	<b>GUIA</b>
		<b>VC-GC-GA-01</b>
		<b>VERSIÓN: 09</b>
		<b>Página 12 de 19</b>

- Utilice una postura de respeto al dirigirse al cliente.
- Invite al cliente a sentarse en las oficinas o cubículos dispuestos por la compañía para brindarles la atención.
- Es incorrecto mantener en un establecimiento corrillos entre el personal en presencia de público.
- No se debe mantener discusiones acaloradas con un compañero en presencia de clientes o de otros compañeros.
- Si un superior debe llamar al orden a un colaborador no lo hará delante de nadie (estos asuntos deben tratarse en privado).
- Nuestro rostro debe expresar cordialidad mediante la sonrisa; es el mejor regalo que podemos ofrecer y el menos costoso.
- Debemos esforzarnos por emplear un tono de voz adecuado, ni demasiado alto ni demasiado bajo (en cualquier caso adaptándonos a las circunstancias).
- Se procurará en lo posible, memorizar el nombre del cliente (durante la conversación tiene un efecto muy positivo). Nuestro nombre es el sonido más agradable que podemos escuchar.
- La puntualidad es una de las más evidentes muestras de educación y cortesía.
- Entregar una TARJETA DE EMPRESA tiene su momento. La oportunidad la marcarán las circunstancias aunque conviene dejarla para el final porque en la conversación y si no es imprescindible, podría interrumpir y desestabilizar la comunicación.
- La música estridente en el puesto de trabajo resulta poco agradable e invita al desorden, en ocasiones es señal de desconcentración y/o desinterés. Está comprobado que en sitios de música exagerada el cliente pierde concentración en la información que transmitimos
- Sea discreto con las conversaciones; no mencione datos comprometedores, ni haga referencia a comportamientos o actitudes de otros clientes.

	<b>PROTOCOLO DE SERVICIO AL CLIENTE</b>	<b>GUIA</b>
		<b>VC-GC-GA-01</b>
		<b>VERSIÓN: 09</b>
		<b>Página 13 de 19</b>

### 6.2.3 LA COMUNICACIÓN CON EL CLIENTE

Siempre debemos buscar entre líneas y descubrir lo que necesita el cliente, nuestra tarea es adaptarnos a él, facilitarle sus expectativas y satisfacer su demanda en el menor tiempo posible.

Sin duda la eficacia de la comunicación depende tanto del que escucha como del que habla, pero para comunicarnos bien y de modo convincente con el público debemos tener en cuenta algunas consideraciones.

**A.** Practique la escucha activa. Deje que el cliente hable

**B.** Hay preguntas denominadas “abiertas” que permiten que el cliente se exprese sin rodeos y obtener la información precisa: “¿Qué?” - “Cuándo?” - “¿Por qué?” obliga a decir algo más que un “sí” o un “no”.

**C.** Sea empático; muestre disposición a entenderle, póngase en el lugar del cliente

**D.** Use palabras sencillas, convincentes y creíbles.

**E.** Las señales corporales son importantes (tenga en cuenta la expresión que puede ofrecer su rostro).

**F.** No discuta con el cliente, no sirve de nada. Discutir opiniones y emitir juicios no conduce a nada. Nunca se gana una discusión. Manténgase neutral;

**G.** No ponga en duda la capacidad del cliente cuando hable con él

- **es preferible decir** “¿me explico?”      - **en lugar de** ¿me entiende?

**H.** No malgaste el tiempo de su cliente; no le haga esperar, no le entretenga con largas conversaciones (las confianzas en exceso no favorecen el servicio; el vínculo que se crea puede resultar asfixiante).

**I.** No presente argumentos referidos a usted tales como:

- “por mi experiencia
- “en mi opinión”.

En lugar de:

- “Le voy a comentar algo nuevo”
- “Seguro que le interesará saber que.

	<b>PROTOCOLO DE SERVICIO AL CLIENTE</b>	<b>GUIA</b>
		<b>VC-GC-GA-01</b>
		<b>VERSIÓN: 09</b>
		<b>Página 14 de 19</b>

## 6.2.4 LA ATENCIÓN TELEFÓNICA EN LA ORGANIZACIÓN

La satisfacción del cliente no está en manos de un solo departamento sino de toda la empresa, es dado pensar que solo son responsables de la atención al cliente quienes tienen relación directa con ellos cuando en realidad no es así, pues cualquier momento puede establecer atención y hacer la diferencia, la comunicación telefónica por ejemplo; es de suma importancia, porque la ausencia de contacto visual impide percibir: los gestos, reacciones y dudas del cliente.

Estos son algunos consejos prácticos que pueden mejorar el uso de esa herramienta de trabajo tan imprescindible como delicada:

- Emplee un tono profesional y directo pero con mucha amabilidad.
- Hable “en imágenes”, usando ejemplos que permitan clarificar las explicaciones en la mente del cliente.
- Al no haber comunicación visual, la voz se convierte en el único medio para transmitir nuestra imagen.
- El cliente deberá percibir a través del teléfono: entusiasmo, interés, expresividad, sinceridad, confianza cortesía, optimismo, amabilidad, Invitación a comunicar y una correcta vocalización

### AL DESCOLGAR.

- Saludar cortésmente
- Concentrarnos en esa llamada

### DURANTE LA LLAMADA.

- Averiguar los motivos.
- Hablar con ritmo lento; nos entenderán mejor y ofrece seguridad
- Vocalizar correctamente (el mensaje se entenderá mejor).
- Tomar notas.
- Hablar con optimismo (el interlocutor no debe percibir desgana).
- Si durante la conversación no entendemos algo, bajemos un poco el tono para decir “disculpe, pero no le oigo bien, ¿puede repetírmelo, por favor?”.
- Evitar las muletillas “si, vale, claro, ya.
- Si recibimos una llamada que pertenece a otro departamento, encargarnos de derivarle a dicho departamento o persona responsable.

### AL DESPEDIRSE

- Mantener una actitud amable

	<b>PROTOCOLO DE SERVICIO AL CLIENTE</b>	<b>GUIA</b>
		<b>VC-GC-GA-01</b>
		<b>VERSIÓN: 09</b>
		<b>Página 15 de 19</b>

- Agradecer la llamada
- Despedirse correctamente
- No colgar antes que el interlocutor lo haga

#### **TENGA EN CUENTA QUE**

- Siempre debe haber alguien que atienda el teléfono.
- Debe identificarse inmediatamente (nombre - empresa / Departamento / motivo).
- Dirijase al interlocutor utilizando el “usted”.
- Escuche a su interlocutor y anote sus sugerencias.
- Evite un exceso de cordialidad, pero también el uso de demasiados tecnicismos.
- Si hay que interrumpir, se hará con amabilidad.
- Independientemente de las circunstancias debemos mostrarnos siempre amables, pacientes y tolerantes.
- Adapte el lenguaje a su interlocutor.
- No podemos decir “le atenderán enseguida” cuando en realidad el cliente debe esperar varios minutos. Es preferible devolverle nosotros la llamada cuando podamos atenderle.

#### **6.2.5 EL PÚBLICO Y LA EMPRESA**

El cliente es heterogéneo, modificable, y fácilmente influenciado. Es inestable porque resulta muy susceptible al cambio de opinión y sin una razón aparente; cada individuo posee un nivel cultural y económico distinto, diferente educación, diferente edad, distintos gustos, hábitat, creencias.

- **Cliente eventual.** Nos visita ocasionalmente.
- **Cliente habitual.** Nos visita de forma repetida y también lo hace en otras empresas.
- **Cliente exclusivo.** Sólo nos visita a nosotros, habría que evaluar si la razón de su visita obedece a una falla o falta en el servicio o a su fidelidad.
- **Cliente Propagandista.** Convencido de las ventajas de nuestra empresa, transmite a otros mensajes positivos sobre nuestra empresa. Nos hace propaganda y recomienda nuestro servicio a otras personas. Es muy importante cuidarlos.

Existen otra clase de clientes que requieren una atención especial, diferencial y grata, sin que ello implique que abandonemos a otras clases de clientes; en este último grupo están: mujeres en estados de gestación, niños, ancianos, minusválidos, directivos o grupos de alto nivel.

	<b>PROTOCOLO DE SERVICIO AL CLIENTE</b>	<b>GUIA</b>
		<b>VC-GC-GA-01</b>
		<b>VERSIÓN: 09</b>
		<b>Página 16 de 19</b>

## **6.2.6 LA IMAGEN DE LA EMPRESA Y LOS TRABAJADORES**

Desde el mismo instante en que el consumidor accede a un comercio, está sometido a la influencia de innumerables factores que le hacen reaccionar; percepciones y sensaciones que le estimulan o no a comprar, e incluso a permanecer allí.

De entrada el impacto visual es decisivo; lo que nos llega a través de los “sentidos” contribuye a forjar mentalmente, una opinión positiva o negativa.

Por ello es importante que usted mantenga en orden, limpio y definido su lugar de trabajo, eso será señal de organización y pulcritud en todas sus tareas, lo cual redundará en confianza y seguridad al cliente

Un segundo aspecto relevante es su imagen, su presencia física bien cuidada, su lenguaje gestual, su voz y la seguridad con que transmite información además de la higiene, el vestido, los accesorios; deberán ser delicadamente escogidos y tratados de modo que transmitan al cliente una imagen adecuada de usted, del papel que desempeña en la empresa y de su compromiso con su labor.

Usted, colaborador, es la empresa; lo que: hace, dice, realiza, contesta, arregla, gestiona, comunica, decora, resuelve, será la imagen que el cliente perciba.

La compañía, proporcionará los medios idóneos para que se comunique y conozca de ella, pero será usted y sólo usted quien transmita la información de manera asertiva y se comunique con otros adecuadamente.

Recuerde que pueden enseñarnos a hablar y el uso de las palabras adecuadamente pero no a sonreír y transmitir a todos de la misma manera, ese es su elemento adicional y su toque personal, será entonces el plus que le brinde a su compañía.

## **6.2.7 PROTOCOLO DE SALUDO Y GUIÓN OFICINA DE ATENCIÓN AL CLIENTE Y PRESTACIÓN DEL SERVICIO.**

Para estandarizar la comunicación inicial con el cliente, todos los trabajadores estableceremos un protocolo de saludo, que nos permita identificarnos de otras empresas y establecer un canal de comunicación que se ajuste a las necesidades de nuestros clientes y a nuestra política de calidad.

### **Escenarios:**

#### **A. Auxiliar de Atención al cliente en visita presencial**

	<b>PROTOCOLO DE SERVICIO AL CLIENTE</b>	<b>GUIA</b>
		<b>VC-GC-GA-01</b>
		<b>VERSIÓN: 09</b>
		<b>Página 17 de 19</b>

- Buenos días (tardes, noches) bienvenido a VEOLIA, mi nombre es..... en qué puedo servirle? (El usuario manifestara su necesidad).
- Si es posible resolver en la visita sin generar el PQR, el auxiliar deberá dar las explicaciones y argumentar la procedencia o no de la reclamación.
- Una vez cerrado el tema motivo de visita, el auxiliar: “le agradezco me regale los siguientes datos para incluir su visita en nuestro sistema, (si el cliente existe en nuestra base, confirmara los datos contenidos en el sistema actualizando o adhiriendo datos personales en la base de PQR). Por favor me regala un teléfono de contacto adicional y correo electrónico si lo tiene”.
- Terminada la visita el auxiliar: facilitará las encuestas que miden los momentos de verdad que tienen que ver con la gestión y calidad de la respuesta o la atención recibida en el momento “Sr o Sra. (nombre propio) para fines de medir la experiencia de la atención prestada le invitamos a escanear el código QR o gestionar una encuesta mediante enlace anónimo, que nos ayudará a mejorar la experiencia que viven nuestros clientes con la empresa”. “Muchas gracias por su visita, puedo servirle en algo más.” (herramienta de Qualtrics- proyecto voz de cliente)

#### **B. Funcionarios de Veolia que brinden atención al cliente en forma telefónica**

- Buenos días (tardes, noches) gracias por comunicarse con VEOLIA, mi nombre es, en qué puedo servirle? (El usuario manifestara su necesidad).
- Si es posible resolver o dar explicación telefónica sin generar el PQR, el auxiliar deberá dar las explicaciones y argumentar la procedencia o no de la reclamación.
- Una vez cerrado el tema motivo de llamada, el auxiliar: le agradezco me regale los siguientes datos para incluirlos en nuestro sistema, (si el cliente existe en nuestra base, confirmara los datos contenidos en el sistema actualizando o adhiriendo datos personales en la base de PQR) Por favor me regala un teléfono de contacto adicional y correo electrónico si lo tiene.
- Terminada la llamada el auxiliar: “Sr o Sra. (nombre propio) para fines de calidad, puede usted calificar mi atención con 3 de los siguientes ítems, excelente, bueno, deficiente.” El auxiliar: “Muchas gracias por su llamada, puedo servirle en algo más?”

#### **C. Funcionarios de Veolia que no correspondan al área de servicio al cliente, incluye: operarios de barrido y recolección, líderes, visitadores y cualquier personal de la organización que tenga contacto con el cliente.**

	<b>PROTOCOLO DE SERVICIO AL CLIENTE</b>	<b>GUIA</b>
		<b>VC-GC-GA-01</b>
		<b>VERSIÓN: 09</b>
		<b>Página 18 de 19</b>

- Buenos días (tardes, noches), mi nombre es, en qué puedo servirle? (El cliente manifestara su necesidad).
- Si es posible resolver, el funcionario deberá orientar al cliente, si no, se remite con la línea nacional de atención 018000950096, a la página web, oficinas de servicio al cliente o el correo electrónico co.servicioalcliente.aseo.orient@veolia.com
- Siempre se debe mostrar un gesto de ayuda ante el cliente.
- Está prohibido responder de manera descortés e irrespetuosa o realizar cualquier gesto o conducta (**ejemplo:** reírse de su petición) que genere indisposición por parte del cliente.
- Si en dado caso la respuesta que tiene que brindar es negativa, ejemplo: “**NO** le puedo disponer sus residuos en el vehículo compactador” se debe hacer de una manera amable y explicando puntualmente el motivo.
- Recuerde que de una buena presentación depende la imagen de la empresa, por ende se debe portar siempre el uniforme bien puesto con sus respectivos elementos de protección personal, en dado caso de portarlos.
- Respetando los protocolos de bioseguridad, se debe dar cumplimiento a los recomendaciones anteriormente descritas.

#### **6.2.8 DIRECTRIZ POR INCUMPLIMIENTO DEL PROTOCOLO DE ATENCIÓN AL CLIENTE.**

El incumplimiento de este protocolo por parte de algún funcionario que genere una experiencia de contacto negativa en el cliente y se radique como un PQR por comportamiento indebido será tramitado de la siguiente manera:

1. Al momento de radicada la queja, el Auxiliar de servicio al cliente le informará al cliente que de esta queja se desprende una investigación para determinar la procedencia de la queja, que una persona de nuestra empresa le visitara en su domicilio para ampliar la información y que al final del proceso se informara que sucedió.
2. El Jefe inmediato encargado contacta al cliente dentro de los 3 días hábiles de la queja dejando registro en el Acta de Visita (si la visita es presencial), detallando la situación con el apoyo del cliente. Si la situación lo amerita, El Jefe inmediato procederá a actuar teniendo en cuenta el **VC-RH-P-02** Procesos Disciplinarios con el fin de garantizar un compromiso de mejora por parte del funcionario que cometió la falta al cliente.

	<b>PROTOCOLO DE SERVICIO AL CLIENTE</b>	<b>GUIA</b>
		<b>VC-GC-GA-01</b>
		<b>VERSIÓN: 09</b>
		<b>Página 19 de 19</b>

3. Una vez definida la acción correctiva, se contactará al cliente y se explicará qué desarrollo se le dió al caso, se le dará las gracias por ayudarnos a mejorar y se le presentarán las disculpas como empresa.

## 7. REFERENCIA

<b>DOCUMENTOS RELACIONADOS</b>			
<b>Código</b>	<b>Título</b>	<b>Tipo de Documento</b>	<b>Retención</b>
<b>VC-GC-P-01</b>	Atención de servicio al cliente	Procedimiento	De acuerdo de tabla de retencion documental
<b>VC-RH-P-02</b>	Procesos Disciplinarios	Procedimiento	
<b>VHC-GO-I-09</b>	Normas de Bioseguridad Áreas de Servicio al Cliente	Instructivo	

## 8. REGISTROS

<b>FORMATOS A UTILIZAR</b>			
<b>Código</b>	<b>Título</b>	<b>Área que debe retener el documento</b>	<b>Retención</b>
-	Acta de Visita	Comercial	De acuerdo de tabla de retencion documental