



CÁMARA DE
COMERCIO
E INDUSTRIA
DE EL SALVADOR

MODULO XII – SEGUIMIENTO POST VENTA

Programa incrementando la competitividad para la venta





Un sistema de PQRS, se convierte en una herramienta para el control y mejoramiento continuo de los servicios y procesos que se desarrollan en las empresas, y es responsable de generar la fidelización del mercado objetivo, haciendo que las ventas generen un valor agregado al conectar de forma estrecha al comprador con los productos o servicios que ofrece.

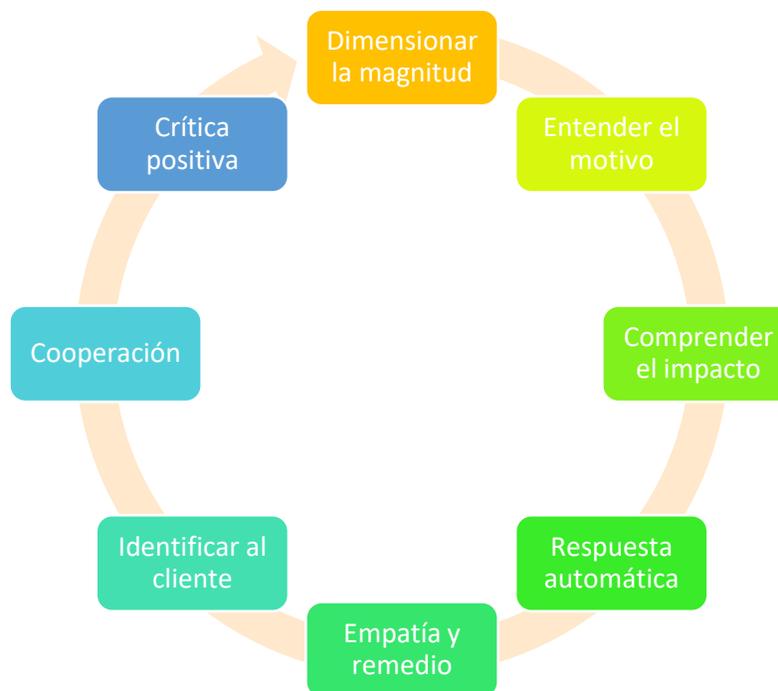
Peticion: Derecho que tiene toda persona para solicitar o reclamar ante las autoridades competentes por razones de interés general o interés particular para elevar solicitudes respetuosas de información y/o consulta y para obtener pronta resolución de las mismas.

Queja: Cualquier expresión verbal, escrita o en medio electrónica de insatisfacción con la conducta o la acción de los servidores públicos o de los particulares que llevan a cabo una función estatal y que requiere una respuesta. (Las quejas deben ser resueltas, atendidas o contestadas dentro de los quince (15) días siguientes a la fecha de su presentación.

Reclamo: Cualquier expresión verbal, escrita o en medio electrónico, de insatisfacción referida a la prestación de un servicio o la deficiente atención de una autoridad pública, es decir, es una

declaración formal por el incumplimiento de un derecho que ha sido perjudicado o amenazado, ocasionado por la deficiente prestación o suspensión injustificada del servicio. (Los reclamos deben ser resueltos, atendidos o contestados dentro de los quince (15) días siguientes a la fecha de su presentación).

Sugerencia: Cualquier expresión verbal, escrita o en medio electrónico de recomendación entregada por el cliente, que tiene por objeto mejorar el servicio que se presta en cada una de las dependencias de la organización



MANEJO DE PQRS EN REDES SOCIALES

- Moderar el lenguaje
- No entrar en discusiones
- No volverse personal
- Mantener cortas las respuestas

Aceptar las críticas

1. Entender la magnitud. Los iniciadores de negocios deben saber de qué se está quejando la gente. Si piensas en esto desde antes, podrás identificar la seriedad de la queja y el curso de acción necesario para corregirla.

2. Entender el motivo. ¿Qué quiere el cliente? ¿Está buscando la devolución de su dinero o un cambio? ¿Quiere una disculpa o simplemente ser escuchado? Comprender el resultado deseado ayudará a diseñar tu respuesta.

3. Entender el impacto. Debes atender todas las quejas con la misma atención, aunque claramente algunas sean más importantes que otras. Asegúrate de identificar las amenazas más importantes y prioriza los recursos apropiadamente. Después de que entendiste el problema, prepárate para arreglarlo.

4. No dejar a alguien esperando. A las redes sociales les encantan las noticias. El problema o queja puede divulgarse en unas cuantas horas, así que necesitas un mecanismo que te permita responder ciertas quejas a tiempo. Una **respuesta automática** a los emails es una forma, pero los comentarios en las redes y otras empresas necesitan ser monitoreados con regularidad.

5. Primero consolar y después remediar el problema. En muchos casos las quejas se lanzan en un momento de enojo (como en las primeras horas del gimnasio). Algunos clientes sólo quieren que los escuches y con un poco de compasión y empatía pueden salir de ese estado de enojo.

6. Identificar al cliente. Algunas quejas son generadas por parte de consumidores que nunca están satisfechos, que buscan algún regalo de promoción o que tienen un motivo oculto, como desprestigiar a tu empresa y productos. Si ese es el caso, es mejor no enredarse en un tono igual de fuerte, ya que sólo aumentará el enojo de ambos.

7. Buscar la cooperación. Cuando sea posible, involucra a las personas en el problema y dales el poder para actuar, esto puede provocar que se conviertan en aliadas y que te retroalimenten para resolver la situación.

8. Pedir una crítica positiva. Si has solucionado las preocupaciones de tus clientes, no tengas miedo de pedirles que cambien su crítica negativa o de pedirles una positiva. Ten en mente que lo peor que puede pasar es que se nieguen.

PERFIL DEL EJECUTIVO PQRS

Para elegir una persona que atienda las PQRS de una empresa, se debe tener cuidado con que cumpla con las cualidades indispensables para atenderlas, porque de no ser así, se convierte en un arma de doble filo para la compañía. A continuación, se mencionan las cualidades más importantes que se deben considerar:

- **Asertividad**
 - **Empatía**
 - **Escucha Activa**
 - **Inteligencia emocional**
-
- **Asertividad:** Identificar lo que se piensa o se siente a la persona indicada en el momento oportuno, con las palabras y el tono adecuado, generando un proceso más efectivo y grato para el cliente.
 - **Empatía:** Tener calidez de la atención, resultando para el cliente en una relación amigable que lo escucha y se preocupa por sus necesidades y deseos.
 - **Escucha Activa:** Debe entrar la escucha en el mensaje y no en la persona. Respondiendo claramente a dos estímulos sensoriales: a lo que se ve y se oye.
 - **Inteligencia emocional:** Es la capacidad de mantener el control de emociones, sin dejarse llevar por las situaciones que se presenten