

INSTITUTO PRIVADO RAFAEL
AREVALO MARTINEZ



CURSO:
MERCADOTECNÍA

CATEDRATICA:
MAYTE ESCOBAR

NOMBRE:
ZABDY ANDREA APEN GARCIA

GRADO:
4TO ADMON.

TAREA #5 DE ESTRATEGIA DE LA ATENCION AL
CLIENTE

IPRAM

Curso: Mercadotecnia

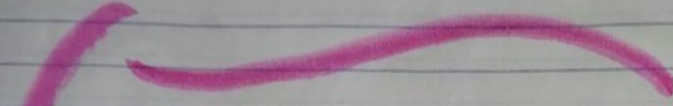
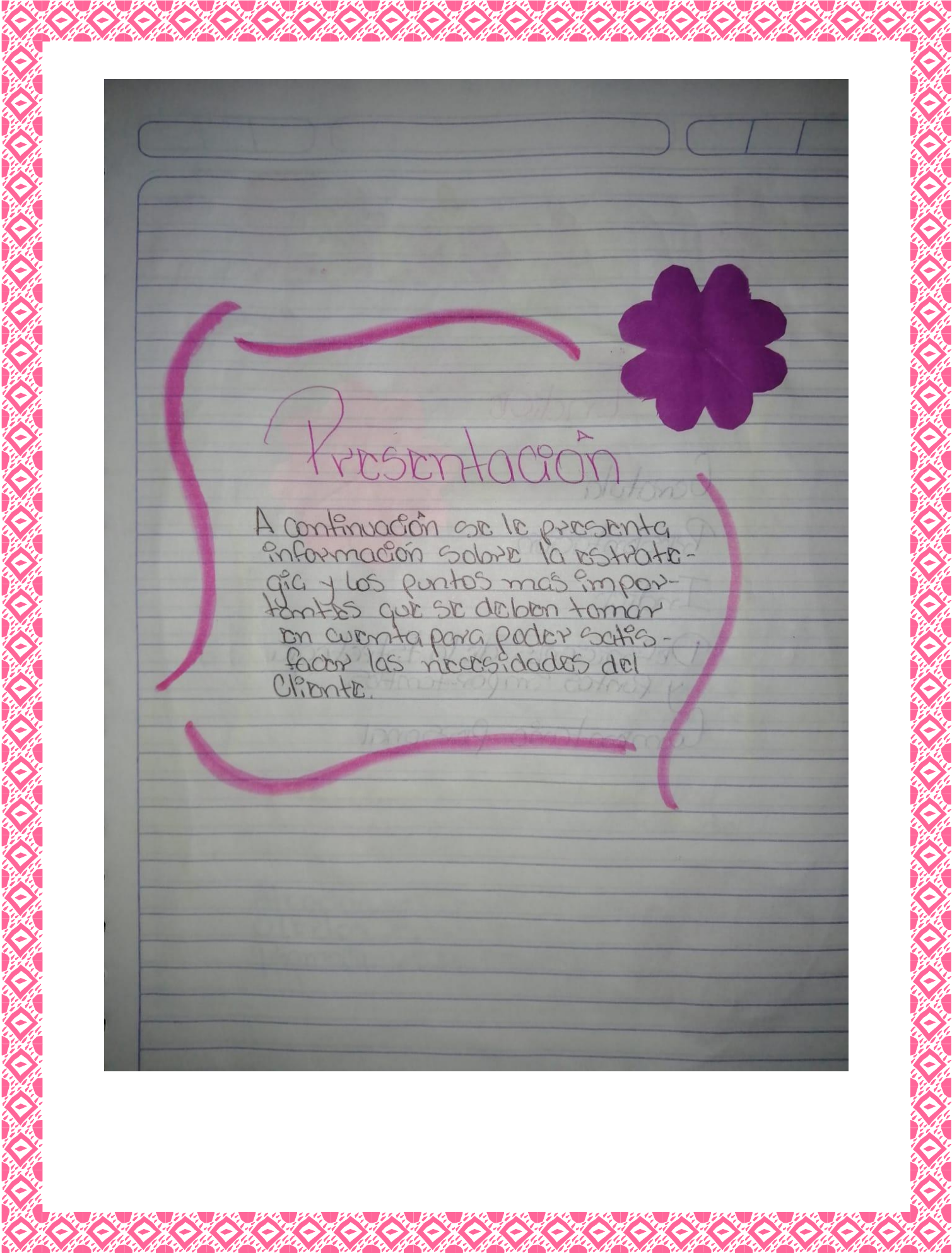
Catedrática: Mayte Escobar

Nombre: Zaby Andrea

Apel. García

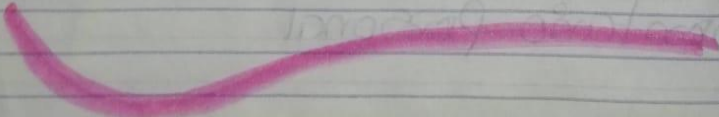
Grado: Lto. Admón

Tema: #5 Estrategia de la Atención al Cliente.



Presentación

A continuación se le presenta información sobre la estrategia y los puntos más importantes que se deben tomar en cuenta para poder satisfacer las necesidades del Cliente.



Indice

Caratula

Presentacion

Indice

Definiciones de la Estrategia
y Puntos importantes

Comentario personal

Estrategia de la Atención al Cliente

- **La Propuesta de Valor:** Es un recurso para transmitir de manera objetiva y directa las ventajas que una empresa puede aportar a sus clientes. Es el primer paso para mostrar cómo puede tu empresa satisfacer a un cliente de manera eficiente y precisa.

Estrategia: Si fuera una empresa de servicio telefónico:

Atención al cliente.
Ofertas en sus ventas.
Promociones al cliente.



- **Clientes y Necesidades:** La organización debe preocuparse por realizar un análisis previo que le permita entender a sus clientes, conocer sus necesidades y exigencias para, de esta forma, evaluar si sus productos y servicios satisfacen dichas necesidades.

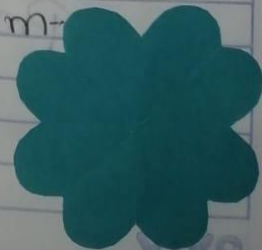
Estrategia: Estudiar el campo de ventas y servicios.

Estudiar a empresas competidoras para mejorar sus estrategias de venta y promociones.

- **Competidores:** Conjunto de empresas que ofrecen el mismo bien o producto.

Estrategia: Mejorar los servicios y promociones de empresas competidoras.

Innovar el producto y servicio a medida que sea atractivo para el cliente ante las empresas competidoras.



• **Recursos y Competencias:** Son los activos con los que la empresa dispone y que le permiten ejecutar su estrategia competitiva.

Estrategia: La empresa debe de planificar el capital para poder ejecutar las estrategias competitivas.

• **Socios:** Son los empleados, accionistas, proveedores y comunidades de la compañía.

Estrategia: Que los que conforman la Sociedad de la Empresa deben de estar de mutuo acuerdo para tomar las mejores decisiones.

- **Modelo de Ingresos:** Es la estrategia de administrar los flujos de ingresos de una empresa y los recursos necesarios para cada flujo de ingresos.

✓ **Estrategia:** Debe existir una buena planificación con estrategias adecuadas para que el capital sea utilizado de la mejor manera y obtener los mejores ingresos.

- **Riesgos y Costos:** Puede tomar la forma de un evento potencial que pueda menoscabar la implementación de una estrategia de negocios o el logro de los metas estratégicas.

✓ **Estrategia:** Debe tener soluciones para poder enfrentar cualquier problema que pueda afectar los objetivos de la empresa.

Criterio Personal

Es de gran importancia la información de la estrategia y los puntos más importantes para poder atraer y satisfacer sus necesidades.

Solicitudes

- ★ Membresía de clubes o programas.
- ★ Servicios por suscripción (por ejemplo, servicios públicos).
- ★ Servicios con requisitos previos (por ejemplo, créditos, inscripción a la universidad).

Ingreso de Pedidos

- ★ Llenado de solicitud en el lugar.
- ★ Pedido por correo o teléfono.
- ★ Pedido por correo electrónico o en un sitio web.

Reservaciones y registros

- ★ Asientos / mesas / habitaciones
- ★ Alquiler de vehículos o equipo
- ★ Citas con profesionales
- ★ Admisión a lugares restringidos (por ejemplo, museos, acuarios.)