

PRÓLOGO

El *Plan de Acción de Servicio al Cliente- Cómo es: Cómo debería ser* permite a los grupos de profesionales abordar siete preguntas clave:

1. ¿Cuáles son nuestras prioridades actuales de servicio al cliente?
2. ¿Cuáles son nuestras prioridades deseadas de servicio al cliente?
3. ¿Cómo se comparan nuestras prioridades deseadas con las prioridades actuales de servicio al cliente?
4. ¿Qué planes de acción son necesarios para cambiar el servicio al cliente: lograr el salto del “*Cómo es*” al “*Cómo debería ser*”?
5. ¿Quién es el responsable de la acción?
6. ¿Cuándo deberían lograrse los resultados?
7. ¿Qué recursos y apoyos son necesarios para convertir en realidad nuestras prioridades de servicio al cliente?

El *Plan de Acción de Servicio al Cliente- Cómo es: Cómo debería ser* está dirigido a:

- Personal de contacto y servicio al cliente.
- Jefes de centros de servicio al cliente y sus equipos.
- Equipos de gestión de cuentas.
- Equipos de ventas, incluidos los agentes comerciales asociados.
- Personal de servicios de distribución.
- Jefes y personal de telemarketing.
- Jefes de departamento que deseen una mayor alineación de sus actividades con otros departamentos dentro de la organización.
- Grupos responsables de atender a los clientes internos y externos.

Este producto es de gran utilidad para los departamentos que prestan sus servicios a clientes internos, así como para los equipos de servicio al cliente y gestión de cuentas, que trabajan directamente con los clientes externos. Asimismo, los departamentos o funciones, incluidos finanzas, servicios de información, calidad, marketing, planificación y recursos humanos consideran que este producto les ayuda a mejorar sus actividades de servicio a los clientes internos.

Como herramienta para la creación de consenso, es una actividad de grupo muy útil para estimular y centrar las actividades de servicio al cliente, planificar los objetivos de servicio al cliente, las metas y los planes de acción, y para desarrollar planes de acción de servicio al cliente que garanticen el éxito de la organización.