



La Atención al Público de la ANEP

Isabel Jorge

ANEP | ADMINISTRACIÓN
NACIONAL DE
EDUCACIÓN PÚBLICA

1- ¿Qué quiere el cliente al ser atendido de forma telefónica o en mostrador?

Utiliza el chat para contestar. Arriesga. Sin miedos.

Usemos la palabra cliente
o público
de forma indistinta

Tipos de públicos





Lo que tu haces, lo hace la empresa

El servicio al cliente es la imagen de la empresa

2- “Yo soy y aquí estoy”. Algunas indicaciones sobre nuestra actitud, tono de voz, modismos, presentación personal que hacen la diferencia al momento de evaluar de forma positiva o negativa la atención brindada y recibida

Lo que tu dices, lo dice la empresa

¿Te has puesto a pensar qué opinión tienen de ti tus clientes?

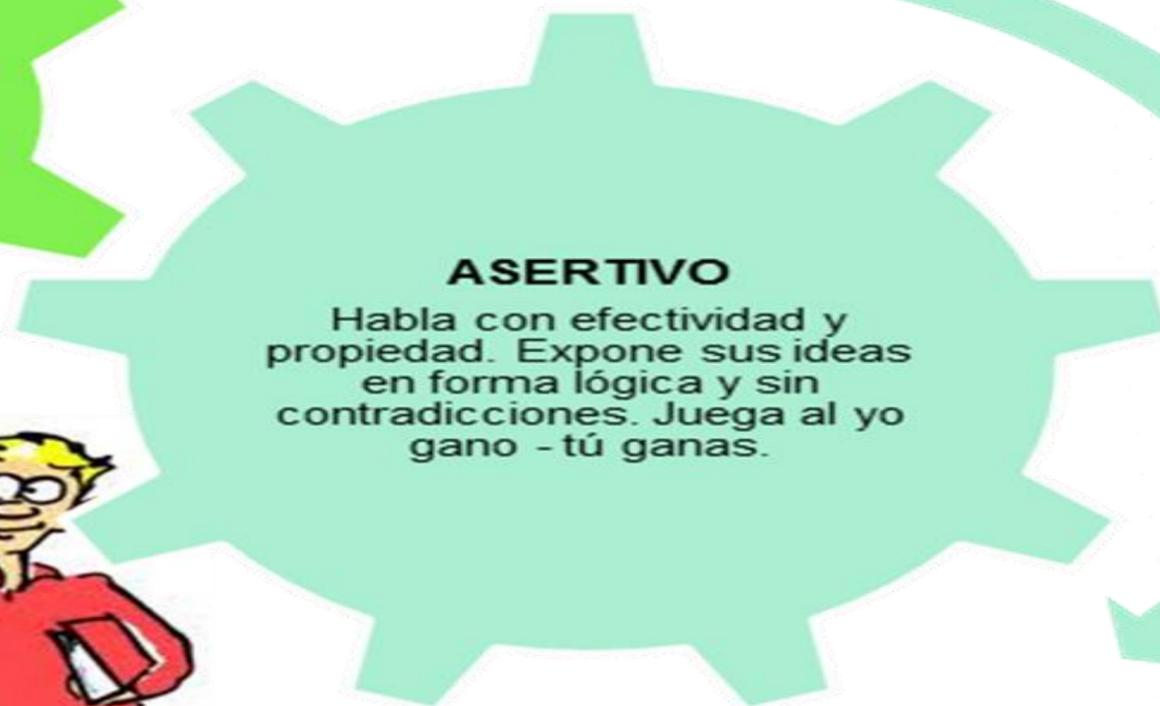
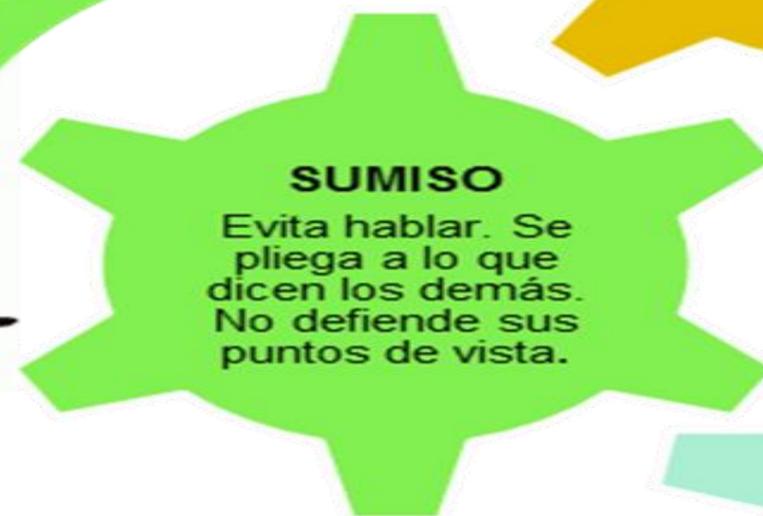


3- Comunicación asertiva.

Aprender a comunicar de forma positiva

Compone oraciones de forma lógica. Maneja una estructura sólida obvia para el razonamiento. Utiliza declaraciones claras y concisas. El interlocutor no tiene problemas para comprenderte así.

Algunos clientes:



**¿Quiénes son?
¿Qué hago?**



**4- Enumeración
de factores
que se ven
afectados
por la situación
de pandemia.**

Cuéntame en el chat



5- ¿Cómo se puede llevar adelante una jornada laboral tomando en cuenta los nuevos desafíos?

Organiza tu jornada

Organiza la casa

Avisa que estarás trabajando

Pide colaboración y paciencia con tu tarea

Pon reglas claras para todos





Organiza tu jornada

Organiza la casa

**Avisa que estarás
trabajando**

**Pide colaboración y
paciencia con tu tarea**

**Pon reglas claras para
todos**

Método **5S** para organizar tu espacio de trabajo (EXPLICACIÓN)

**1- Clasifica
(Seiri)**



Se busca **separar las cosas innecesarias** (documentos/objetos) en la oficina.

Así se eliminan del espacio de trabajo los elementos que no son útiles.

**2- Ordenar
(Seiton)**



Identifica y ubica los **materiales** necesarios de manera que sean rápidos de conseguir, utilizar y reponer. Esto para hacer el espacio de trabajo más eficaz.

Te recomendamos la organización de los **objetos** según la utilización.

**3- Limpiar
(Seiso)**



Se busca mejorar el nivel de limpieza en el área o lugar de trabajo.

Debes **identificar las fuentes de suciedad** y buscar eliminarlas, de manera que no se reproduzcan nuevamente.

**4- Mantener
(Seiketsu)**



Tiene como fin señalar las anomalías, **buscar que estas no aparezcan nuevamente**, es decir, que no exista suciedad, y desorden, para ello se deben establecer normas y procedimientos.

**5- Disciplinar
(Shitsuke)**



Su objetivo es seguir mejorando y revisar los estándares. Todo se trata de hábito y de **mejora continua** como forma de trabajo.





Practica, improvisa

6- ¿Qué hacer en nuestro lugar de trabajo cuando no hay nada para hacer?

Método **5S** para organizar tu espacio de trabajo (EXPLICACIÓN)

<p>1- Clasifica (Seiri)</p>  <p>Se busca separar las cosas innecesarias (documentos/objetos) en la oficina.</p> <p>Así se eliminan del espacio de trabajo los elementos que no son útiles.</p>	<p>2- Ordenar (Seiton)</p>  <p>Identifica y ubica los materiales necesarios de manera que sean rápidos de conseguir, utilizar y reponer. Esto para hacer el espacio de trabajo más eficaz.</p> <p>Te recomendamos la organización de los objetos según la utilización.</p>	<p>3- Limpiar (Seiso)</p>  <p>Se busca mejorar el nivel de limpieza en el área o lugar de trabajo.</p> <p>Debes identificar las fuentes de suciedad y buscar eliminarlas, de manera que no se reproduzcan nuevamente.</p>	<p>4- Mantener (Seiketsu)</p>  <p>Tiene como fin señalar las anomalías, buscar que estas no aparezcan nuevamente, es decir, que no exista suciedad, y desorden, para ello se deben establecer normas y procedimientos.</p>	<p>5- Disciplinar (Shitsuke)</p>  <p>Su objetivo es seguir mejorando y revisar los estándares. Todo se trata de hábito y de mejora continua como forma de trabajo.</p> <p><small>www.menteprofesional.com @menteprof freepik.com</small></p>
---	--	--	---	---



7- Mejora del vínculo con los compañeros



8- Recopilación de información clave



9- Generar protocolos en conjunto con el grupo de trabajo para ordenar las actividades, prevenir errores y estar atentos a las indicaciones generales de prevención de salud

10- Aprender a ser crítico, estar atento. Ver, observar, analizar y reordenar las ideas para una mejora continua.

IDENTIFICA A TU

Público objetivo

1 maxi tipos Identifica las **características sociodemográficas**, de tus clientes o del mercado al que deseas llegar. (edad, residencia, sexo, ocupación, NSE, etc.)

2 maxi tipos Investiga ese sector del mercado para descubrir sus datos **socioculturales y psicosociales**. (hobbies, valores, intereses, costumbres, etc.)

3 maxi tipos Ubica dentro de ese perfil las **preferencias de compra y uso** de los servicios o productos que ofreces.

Reunida y analizada la información, ésta constituye el **PERFIL** de tu público objetivo, hacia el que habrás de dirigir tu estrategia de ventas..



Conocer a nuestro público nos enseñará cómo hablarles, cómo entenderlos



Visual: Aquellos cuyo sentido predominante es la vista

Auditivo: En este caso el sentido predominante es el oído

Kinestésico: Esta categoría agrupa los sentidos tacto, olfato y gusto





CLIENTES VISUALES:

Este tipo de clientes son los que procesan la información con la visualización del mundo.

Algunas de las características de estos clientes son: -Entienden el mundo tal como lo ven. -Recuerdan algo en forma de imagen. Hablan usando palabras describiendo formas, tamaños, colores. Cuentan las cosas como si fuera una película. Recuerdan lo que ven

Comportamientos de Clientes



Si es Visual: querrá que le enseñen el producto, dirá “yo quiero ver”, “si, ya veo”, “me enseña”

Si es Auditivo: cauteloso con forma hablar/ escoge sus palabras, escucha con calma. “lo escucho”, “prosiga”, me puede explicar como funciona?

Si es Kinestesico: toca el producto y ve que se siente, lo puedo probar? **Es comodo? Práctico y ligero?**

Sistema de representación	Predicados	Implicaciones al presentar
	ver, brillante, ilustrar, claridad, oscuridad	Descripciones con lenguaje visual y transparencias con visuales: gráficos, diagramas, ilustraciones, fotografías, vídeos
	oír, sonar, tono, armonizar, decir, escuchar, sintonizar	Uso de todo el rango de la paleta paraverbal, historias, anécdotas, parábolas, efectos de sonido
	tocar, gustar, materia, denso, coger, poner, sentir	Actividades físicas que hagan mover las manos y los pies, participación activa de la audiencia, juegos, dinámicas, prácticas



Las personas auditivas suelen hablar de manera muy armónica y monótono. Se centran muchísimo en sus palabras, siendo muy pausados. Ellos cuidan muchísimo el mensaje para que éste resulte claro al receptor.

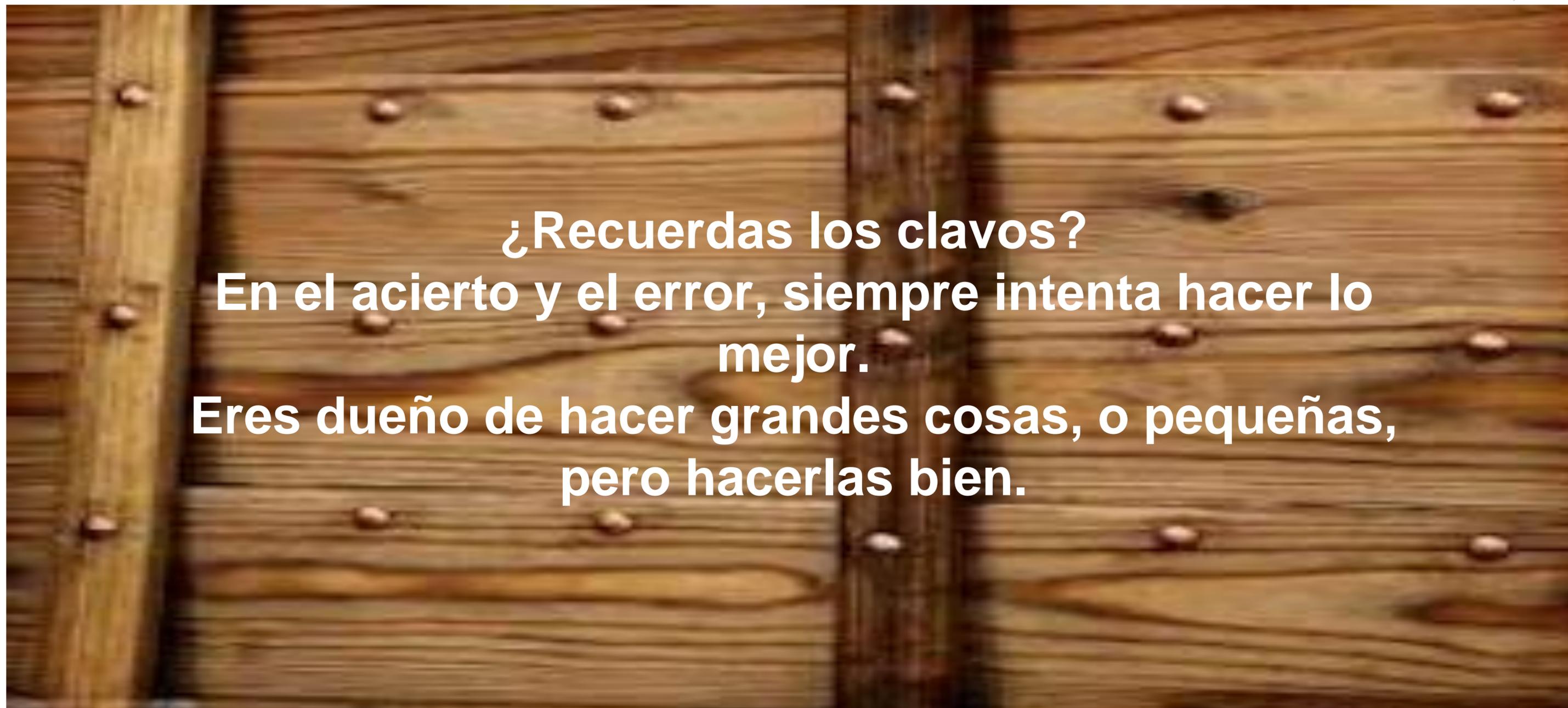
Hay que decirle las cosas, no dejarlas escritas

Son muy perceptivos a los tonos de voz usadas



CARACTERÍSTICAS DE LOS KINESTÉSICOS

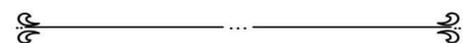
- Todo lo perciben desde la emocionalidad.
- Parecen lentos porque necesitan procesar la información a través de las emociones.
- Hablan lento.
- Casi no mueven los brazos, gesticulan hacia adentro.
- Miran hacia abajo.
- La comunicación es a través del contacto, abrazos, apretón de manos etc
- Necesitan confort
- Caminan lento.
- Respiran desde el abdomen.



**¿Recuerdas los clavos?
En el acierto y el error, siempre intenta hacer lo
mejor.
Eres dueño de hacer grandes cosas, o pequeñas,
pero hacerlas bien.**

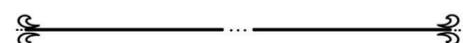
sonríe

cada día



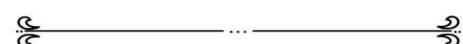
vive

cada instante



ama

a cada hora



disfruta

cada segundo

No
olvides



**Aún hay mucho por hablar sobre nuestros clientes
Te invito a estar atento/a todos los días, como cliente y como
personal de atención,
como funcionario/a público.**

Muchas gracias

ANEP | ADMINISTRACIÓN
NACIONAL DE
EDUCACIÓN PÚBLICA