



**Servicio al Cliente**

***Informe Confidencial***

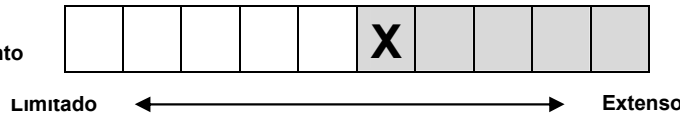
**Sr. Ejemplo**

Miércoles, Marzo 14, 2008

**Profiles Costa Rica  
San Rafael de Escazu, Escazú  
(506) 2228-7000**

**CONOCIMIENTOS**

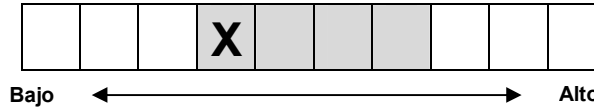
- Comprensión Limitada
- Requiere (+) Entrenamiento



- Comprensión Extensa
- Requiere (-) Entrenamiento

**ASERTIVIDAD**

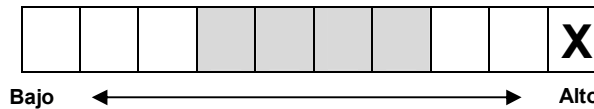
- Reservado
- Casero
- Callado



- Persuasivo
- Seguro de sí mismo
- Gusta Salir

**PERSISTENCIA**

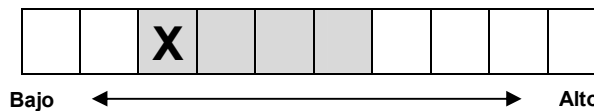
- Vacila fácilmente
- Indeciso
- Sensible al rechazo



- Perseverante
- Firme
- Emocionalmente fuerte

**EMPATIA**

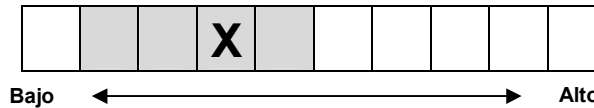
- Enfocado a resultados
- Orientado a la tarea
- Metas específicas



- Enfocado a personas
- Enfocado a relaciones
- Empático

**EMPUJE**

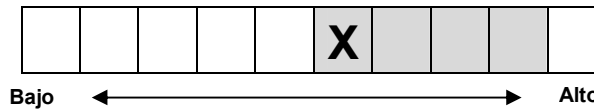
- Poco competitivo
- Sumiso
- Desea agradar



- Altamente competitivo
- Agresivo
- Oportunista

**ORGANIZACION**

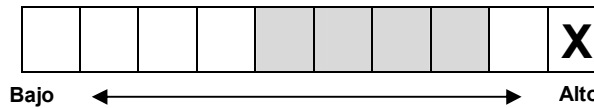
- Desorganizado
- Prefiere la variedad
- Enfoque creativo



- Organizado
- Se adapta a procedimientos
- Enfocado a la rutina

**MADUREZ**

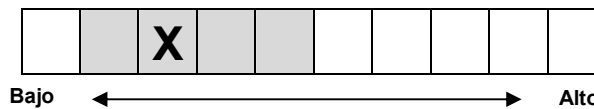
- Original
- Impetuoso
- Temperamental



- Juicio centrado
- Estable
- Tolerante

**CREATIVIDAD**

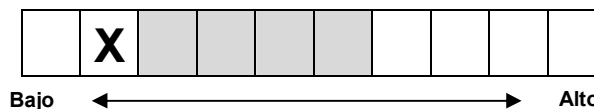
- Estructurado
- Sistemático
- Específico



- Inventivo
- Único
- Innovador

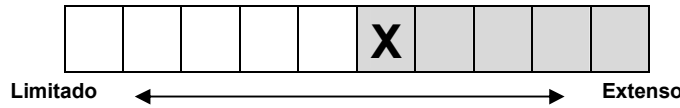
**INCENTIVO**

- Seguridad
- Pragmático
- Interior



- Reconocimiento
- Retroalimentación
- Externo

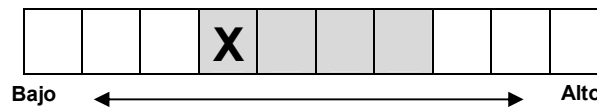
### CONOCIMIENTOS



Sr. Ejemplo obtuvo una puntuación en el rango central del Perfil de Servicio al Cliente, lo cual indica que actualmente tiene una buena inclinación para tratar a los clientes y resolver sus problemas. Es probable que tome un enfoque de sentido común para el servicio al cliente, y se concentrará en satisfacer las necesidades del cliente, indagando sobre maneras de proporcionarle servicio adicional. Este indicador de aptitud es fuerte, y con un poco de adiestramiento bien enfocado, su nivel de especialización podría mejorar bastante rápido. Dé énfasis al adiestramiento en algunas de las áreas más sutiles de servicio al cliente, cómo tratar con las personas por teléfono y medir las reacciones de estos por el tono de la voz.

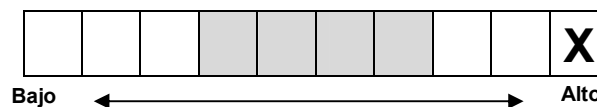
El resultado de la sección “**Conocimientos de Servicio al Cliente**” se calcula en base al número de respuestas correctas de dicha sección. Para ver la lista de preguntas que fueron contestadas incorrectamente, refiérase a la última sección de este reporte.

### ASERTIVIDAD



- Hablará en grupos de discusión cuando reciba apoyo, y donde su aportación sea solicitada activamente.
- Está dispuesto(a) a permitir que otros manejen el proceso de grupo al evaluar las necesidades de los clientes.
- Hace preguntas para encontrar dirección sobre como responder a los clientes.

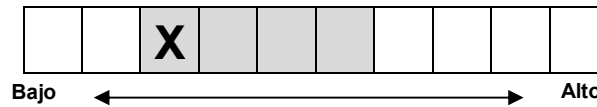
### PERSISTENCIA



- Tiene una disciplina rígida, pero típicamente no defrauda a los clientes.
- Podría tener dificultades en cambiar de dirección a medio camino.
- Podría seguir buscando el logro de objetivos más allá de su utilidad.

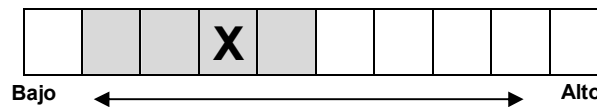
La barra sombreada representa el rango de características típicamente encontradas en el rol de Representante de Servicio al Cliente en su organización. Las X's indican la calificación de esta persona.

### EMPATIA



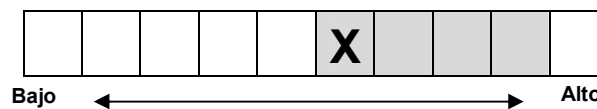
- Puede ser percibido(a) por los clientes como callado(a) o reservado(a).
- Cuando se le pregunta, proporciona una cantidad mínima de información personal.
- Se puede concentrar en los detalles cuando sirve a los clientes.

### EMPUJE



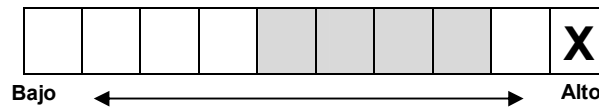
- Toma un enfoque metódico para evaluar oportunidades, y para reaccionar a los cambios en las necesidades del cliente.
- Sirve como recurso para otros que necesitan ayuda en atender las solicitudes de clientes.
- Seguirá un paso de trabajo firme manteniendo la consistencia en el servicio al cliente.

### ORGANIZACION

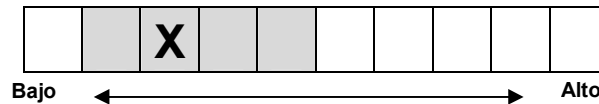


- Establece metas y fechas límites, pero puede ser flexible y espontáneo(a) con los clientes.
- Puede integrar los objetivos de servicio al cliente a los planes tácticos.
- Intenta anticiparse a las necesidades de los clientes y evalúa los recursos disponibles.

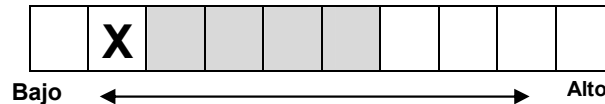
La barra sombreada representa el rango de características típicamente encontradas en el rol de Representante de Servicio al Cliente en su organización. Las X's indican la calificación de esta persona.

**MADUREZ**

- Evita exaltarse en lo que respecta a problemas con clientes.
- Puede separar las reacciones personales de los hechos.
- Es estable en su trabajo.

**CREATIVIDAD**

- Le gusta la estructuración, detalle e investigación en los asuntos de servicio al cliente.
- Funciona bien en un ambiente estable y estático que permite tiempo para planear.
- Tiende a seguir la rutina para cumplir las metas con los clientes.

**INCENTIVO**

- Se motiva por los premios tangibles y prácticos para extender el servicio a los clientes.
- Toma la iniciativa para solucionar las necesidades del cliente.
- Supera los obstáculos para lograr buenos resultados con los clientes.

La barra sombreada representa el rango de características típicamente encontradas en el rol de Representante de Servicio al Cliente en su organización. Las X's indican la calificación de esta persona.

## **ESCALA DE ADECUACION**

La adecuación global de esta persona con relación al patrón Servicio al Cliente es de 77%.

### **AL CLIENTE:**

La decisión para contratar o promover a un individuo debe tomarse en base a un sistema total de selección de empleados que comprende muchos factores. El componente de evaluación de Profiles International, Inc. (este informe) debe usarse como una herramienta de apoyo para la decisión, en el contexto de un sistema de selección apropiado para su organización. El sistema de calificación se ha diseñado para proporcionar una comparación entre los resultados del individuo y la base de datos de referencia de Profiles International, o el patrón de éxito definido en su organización. Para maximizar la efectividad de esta evaluación, el informe debe usarse siempre dentro del contexto general de identificar el entrenamiento y necesidades de desarrollo de esta persona. Al usar este informe para la toma de decisiones, su contenido sólo debe usarse como la base para un tercio de la decisión. Profiles International sólo es responsable por el contenido de este informe, y no es responsable por cualquier divulgación no autorizada o mal uso de la información contenida en éste.

## RESPUESTAS INCORRECTAS

A continuación se presenta la lista de preguntas que fueron contestadas incorrectamente en la sección “**Conocimientos de Servicio al Cliente**” de la prueba. La respuesta correcta (V/F), se presenta al final de cada pregunta entre paréntesis.

- 4. Los clientes tienden a esperar más de usted a medida que trabajan más con usted. (V)
- 6. Si un cliente parece tener problemas en entender lo que estoy diciendo, intentaré conseguir a otra persona para que se lo explique. (V)
- 10. Es importante notar cuando un cliente se ve bien, y hacerle un comentario al respecto. (V)
- 16. Es importante siempre darle al cliente lo que pide, aun cuando yo no crea que será lo mejor para éste a la larga. (F)
- 17. Nunca debe permitirse a un cliente ver que usted no sabe algo. (F)
- 18. Muchos clientes tienen expectativas irrazonables. (F)
- 24. Yo intento animar a las personas que parecen interesadas en nuestros productos a que vengan a visitarnos, en lugar de hablarles por teléfono. (F)
- 32. Si un cliente llama por teléfono, debo detener cualquier cosa que esté haciendo y atenderlo inmediatamente. (F)
- 34. La mayoría de clientes leerá un manual si usted se los proporciona. (F)
- 40. Es importante para mí el poder tomar una decisión con un cliente en el momento, en lugar de tener que ir con mi jefe. (F)
- 42. A veces usted tiene que estar en desacuerdo con un cliente. (V)
- 45. El propósito de un negocio es ganar dinero. (V)
- 46. A veces entrar en desacuerdo con un cliente llevará a mejores resultados para todos los involucrados. (V)
- 47. Entre mejor me vista, más me respetarán los clientes. (V)
- 49. Está bien comer el almuerzo en el lugar de trabajo con tal que atienda a los clientes. (F)
- 54. Es importante siempre dirigirse a los clientes como Señor, Señora o Señorita. (F)
- 59. Existen algunos clientes que nosotros simplemente no queremos. (V)