



**UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE  
DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE ADMINISTRACION**

**CARRERA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS**

**CASO DE PRÁCTICO**

**PREVIO A LA OBTENCION DEL TITULO DE  
LICENCIADO EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS**

**TEMA:**

**ANALISIS DE MARKETING SERVICIO Y AL CLIENTE EN LA  
EMPRESA ARTEFACTA**

**AUTORES**

**CHACHA RIVAS JOSUE ELIAN**

**GUAYAQUIL**

**2023**

## CERTIFICADO DE SIMILITUD

### ANALISIS DE MARKETING SERVICIO Y AL CLIENTE EN LA EMPRESA ARTEFACTA

#### INFORME DE ORIGINALIDAD

<b>7%</b>	<b>2%</b>	<b>0%</b>	<b>6%</b>
INDICE DE SIMILITUD	FUENTES DE INTERNET	PUBLICACIONES	TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

#### FUENTES PRIMARIAS

<b>1</b>	<b>Submitted to Universidad del Istmo de Panamá</b> Trabajo del estudiante	<b>3%</b>
<b>2</b>	<b>Submitted to Universidad Internacional del Ecuador</b> Trabajo del estudiante	<b>1%</b>
<b>3</b>	<b>Submitted to Universidad Tecnológica Centroamericana UNITEC</b> Trabajo del estudiante	<b>1%</b>
<b>4</b>	<b>repositorio.ulvr.edu.ec</b> Fuente de Internet	<b>1%</b>
<b>5</b>	<b>Submitted to Aliat Universidades</b> Trabajo del estudiante	<b>1%</b>
<b>6</b>	<b>repositorio.ucv.edu.pe</b> Fuente de Internet	<b>1%</b>



SILVIA ALEXANDRA  
ESPIÑOZA MENDOZA

Excluir citas

Activo

Excluir coincidencias < 1%

## INDICE

AGRADECIMIENTO .....	v
DEDICATORIA .....	v
INTRODUCCIÓN .....	1
RESUMEN .....	2
SEGMENTACION DE CLIENTES.....	3
PROPUESTA DE VALOR .....	3
Perfil de cliente de Artefacta: .....	5
Clientes .....	5
Ventajas .....	5
Mapa de valores nominales.....	5
Generador de ganancias .....	5
Productos y servicios .....	5
Artículo y Conocimiento del producto .....	5
CANALES .....	5
WhatsApp Business .....	7
Llamada Telefónica .....	7
RELACION CON CLIENTE .....	9
Gestión postventa.....	9
Actividades de postventa:.....	9
Elemento visual del administrador de servicio a cliente .....	10
SERVICIO A CLIENTE.....	10
FLUJOS DE INGRESO.....	11
RECURSOS CLAVE.....	12
Capacitación de agentes .....	12
Calidad.....	13
Beneficios de la gestión de la calidad en el call center .....	13
¿ Cómo gestionar la calidad del servicio al cliente? .....	14
Realizar una encuesta .....	14
monitorear el proceso .....	14
Cuidar el trato.....	15
Administrador de motocicletas.....	15

Gestora de Retención .....	15
ACTIVIDAD CLAVE .....	16
Incremento de las ventas.....	16
Brindar un servicio a cliente personalizado y óptimo .....	16
Optimiza tus recursos .....	16
Retener los clientes .....	16
Logística – tiempo de entrega.....	17
ALIADOS CLAVES .....	17
CRM GoldMine .....	18
Internet.....	19
IVR .....	19
ESTRUCTURA DE COSTO .....	20
CONCLUSION .....	24
BIBLIOGRAFIA .....	25

### *TABLA DE ILUSTRACIONES*

Ilustración 1. Modelo Canvas.....	3
Ilustración 2. Elementos Visuales.....	4
Ilustración 3. Formas de Contacto .....	6
Ilustración 4. Whatsapp Business .....	7
Ilustración 5. Forma de Contacto Directo .....	8
Ilustración 6. Servicio a Cliente .....	11
Ilustración 7. Software CRM GoldMine.....	19

### *TABLA DE BALANCE*

Tabla 1. Balance General.....	20
Tabla 2. Balance General 2.....	21
Tabla 3. Balance General 3.....	22
Tabla 4. Presupuestos .....	23

## *AGRADECIMIENTO*

**A Dios por permitirme llegar hasta aquí y tenerme siempre con vida y salud además de mantener con vida siempre a mis familiares y conocidos.**

**A mi padre y madre, por apoyarme siempre desde antes hasta ahora durante todo mi proceso de estudio universitario.**

**A todas aquellas personas que, en distintos momentos de este proyecto, me acompañaron desde lo material y lo espiritual.**

## *DEDICATORIA*

**A Dios, que fue mi guía, fuerza, mano de lealtad y amor, que está conmigo hasta el día de hoy.**

**Gracias a mis padres, Víctor Manuel chacha y Dinora Edith Rivas, quienes con amor, paciencia y trabajo han logrado hoy otro sueño, por darme un ejemplo de esfuerzo y valentía para no tener miedo a la adversidad, porque Dios; siempre está conmigo**

## INTRODUCCIÓN

Modelo canvas. Es una herramienta de gestión estratégica que le permite comprender los aspectos clave de su negocio: cómo se relacionan y cómo se complementan entre sí. Obtenga visibilidad de la infraestructura, la entrega, los clientes y las finanzas de su organización para identificar brechas y analizar el rendimiento. Fue desarrollado por Alexander Osterwalder, consultor de gestión y profesor de gestión y sistemas de información. Definieron nueve categorías de modelos que representan componentes clave de una organización. (Clavijo, 2023)

Antes de definir qué es y su propósito, es importante señalar que el nombre original de este modelo era "Business Model Canvas", que se traduce como "Business Model Canvas" en español. . Un modelo de lienzo o lienzo de modelo de negocio es una plantilla que le permite simplificar el análisis y la creación de modelos de negocio. Con él, puede visualizar la gestión estratégica de su empresa, ya sea una idea nueva, un proyecto ya validado o una reestructuración de algo que ya está en marcha.

Esta plantilla de Business Model Canvas se observa globalmente en un esquema de nueve cuadros interconectados para representar las interrelaciones de los sistemas comerciales. Estos cuadrantes muestran cómo se debe llevar a cabo cada acción planificada y te permiten estructurar tu idea o proyecto de negocio. (Barroeta, 2022)

La fidelidad de los clientes significa lograr que los clientes o consumidores que ya han comprado nuestros productos o servicios se conviertan en clientes leales de nuestros productos, servicios o marcas.

Muchas empresas ignoran la lealtad del cliente y se enfocan en adquirir nuevos clientes. Esto a menudo es incorrecto. Esto se debe a que retener clientes suele ser más rentable que adquirir nuevos clientes debido a la reducción de los costos administrativos y de marketing (vender a consumidores que ya han comprado). Vender con nosotros requiere menos pasos en el proceso de venta.

La relación con el cliente o servicio a cliente es la primera línea entre una empresa y sus clientes. La forma en que los clientes son tratados y recibidos inicialmente puede influir en su decisión de hacer negocios con su empresa.

Una estrategia efectiva de relación con el cliente incluye habilidades para escuchar, comunicación oral y escrita, habilidades analíticas y de resolución de problemas, y un compromiso organizacional para satisfacer las necesidades del cliente mientras lo hace sentir bienvenido y valorado. Incluye trabajo en equipo.

## *RESUMEN*

Artefacta, La Matriz está ubicada en la Calle Av 9 de Octubre 716 entre García Avilés y Boyacá de Guayaquil. El propósito de este estudio fue dar solución a un problema corporativo cuya solución se buscó a través de opciones estratégicas viables y fácilmente accionables que conduzcan a resultados efectivos, un programa de fidelización sostenible.

Un programa de lealtad fortalece a una empresa siempre que la estrategia se implemente y desarrolle de manera efectiva. es una organización con fines de lucro, enfrenta una competencia intensa con precios, productos, ofertas, marcas y promociones similares, y debe explorar mecanismos de influencia. El proyecto se desarrolló con el único propósito de mantener una buena relación con el comprador, ya que la rentabilidad y mejora del negocio dependen en gran medida del cliente. Por lo tanto, si no está satisfecho con el servicio, debe tener en cuenta solicitarlo. Otras opciones. Compre en un mercado competitivo como el telemarketing de hoy.



Ilustración 1. Modelo Canvas



Fuente: (MarketerosLATAM, 2022)

### SEGMENTACION DE CLIENTES

JURISDICCIÓN COMERCIAL GENERAL Y CORPORATIVA , Dado que las ventas del call center a nivel nacional se realizan mediante llamadas telefónicas y contacto con los clientes (si cuentan con tiendas físicas), no existe una clasificación especial de clientes clave y se forma una gran base de conocimiento. Con una gran audiencia, los telemarcadores pueden crear compactos (solicitudes de préstamo) y ofrecer electrodomésticos, motores eléctricos, productos tecnológicos, acondicionadores de aire y más. Ofrecemos a mujeres y hombres de entre 19 y 63 años la oportunidad de vender motos de serie y motos Suzuki y ampliar sus ventas.

### PROPUESTA DE VALOR

Artefacta.com es el proveedor de comercio electrónico líder en Ecuador, que ofrece una variedad de opciones que incluyen desarrollo comercial, crecimiento y estrategias competitivas que pueden mejorar su misión y visión en el mercado empresarial, con características para garantizar la mejor experiencia de compra. . , mejores precios, ofertas vigentes en el mercado, selección de productos y modelos de

motocicletas, 100% de certeza de que el producto llegará a Artefacta, opciones de pago ofrecidas, correspondencia individual a nivel de tienda, redes sociales (chat en línea, WhatsApp, etc.) . ); mejorar el servicio a cliente e incrementar las oportunidades de negocio para proveedores y accionistas. Actualmente, uno de los puntos fuertes es la exclusividad de la marca Suzuki en motos, siendo el único concesionario que las vende a nivel nacional, y lo mejor de todo, los ingresos por la compra o pedido del vehículo. acudir a la tienda, pero puede realizar la compra directamente a través del call center, encargando todo el proceso de matriculación del vehículo para su posterior entrega al cliente final.

**Título:** Compras de casa en casa

**Párrafo:** Estamos aquí para usted, todo lo que necesita es solo una llamada, un clic de distancia. Tenemos grandes ofertas en todas las compras.

*Ilustración 2. Elementos Visuales*



Fuente: (GoldMine, 2023)

### *Perfil de cliente de Artefacta:*

*Clientes:* El cliente tiene una familia y necesita tecnología, el uso de electrodomésticos para mejorar el nivel de vida y satisfacer las necesidades de los miembros del hogar, y la movilidad que proporciona la compra de una tienda de bicicletas.

*Ventajas:* En comparación con lo anterior, podemos entregar productos por servicio de mensajería al precio presentado por teléfono sin cargo adicional. Brindamos asesoramiento a la medida y las personas los combinan para que sea más fácil comprar para sus actividades diarias sin salir de casa o del trabajo.

### *Mapa de valores nominales*

*Generador de ganancias:* Dependiendo de los objetivos del cliente, los empleados de Artefacta pueden ofrecer al cliente la compra de electrodomésticos de cocina o modelos de motocicletas para facilitar el proceso desde casa.

Ser una marca reconocida a nivel nacional es perfectamente consistente con ser percibido por el público como una ventanilla única para todo lo que necesita sin tener que ir a una tienda o a una tienda por departamentos.

*Productos y servicios:* Electrodomésticos, aires acondicionados, electrodomésticos, motocicletas. Estos están disponibles con prácticamente una llamada telefónica o haciendo clic en las redes sociales de un contacto y sin costo adicional.

*Artículo y Conocimiento del producto:* Una variedad de cursos de capacitación de la marca Artefacta facilitan que los vendedores propongan y expliquen los beneficios de sus productos y convencan a sus clientes de que su oferta es la mejor.

## **CANALES**

El canal de distribución gestionado por Artefacta, es un canal de entrega directo al cliente. Los clientes pueden recoger sus pedidos directamente en su tienda o recogerlos en su domicilio sin cargo adicional. Los canales de distribución son el medio a través del cual se mueven los productos hasta que llegan al consumidor final.

Todas las empresas que operan en esta industria tienen sistemas interactivos para enviar productos a los consumidores finales. Estos son los canales de distribución, los fabricantes, los medios de distribución y finalmente los consumidores que intervienen en este proceso.

Aunque estos mecanismos están estrechamente relacionados con el marketing tradicional, también son aplicables al marketing digital, por lo que los trataremos con un poco más de detalle en este artículo. La importancia de los canales de distribución se debe principalmente a que las ventas aumentan a medida que los productos llegan a más consumidores a través de terceros.

Los fabricantes normalmente no tienen su propia red de distribución, por lo que a menudo trabajan con empresas de terceros con socios comerciales extensos y un alcance geográfico más amplio. Los canales de distribución son cada vez más poderosos y cada vez más importantes para las empresas. Dependiendo de la naturaleza de tu negocio y de la marca en la que quieras posicionarte, existe el modelo adecuado para ayudarte a alcanzar tus objetivos.

La globalización, la feroz competencia en el mercado y la creciente base de clientes consumidores han aumentado el valor del uso de tecnología de posicionamiento eficaz y efectiva.

Ahora que sabe todo acerca de los canales de distribución y lo que significan en su industria, lo animo a que descargue nuestro libro electrónico de marketing gratuito. Esperamos poder ayudarle. Una guía muy interesante. (Content, 2019)

Ilustración 3. Formas de Contacto

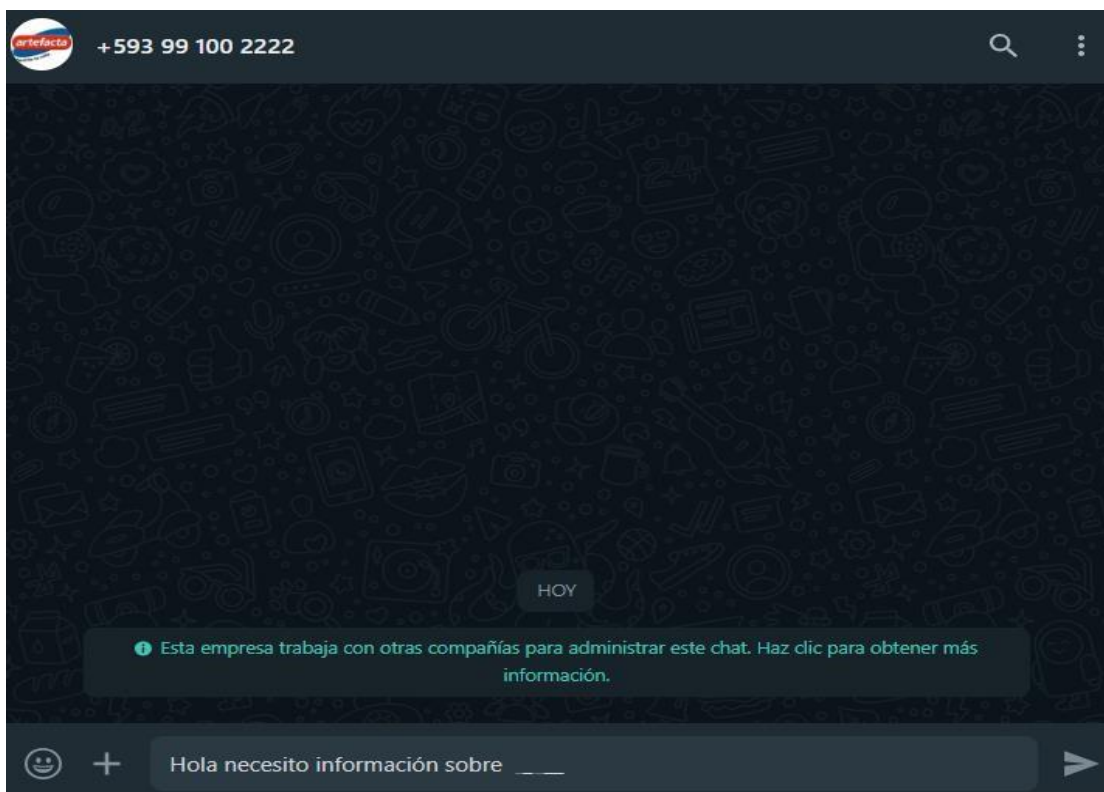


Fuente: (GoldMine, 2023)

*WhatsApp Business:* Los televendedores utilizan este vehículo para mantener contacto con clientes potenciales y contacto directo a través del número personal de cada vendedor. Esto elimina la necesidad de comunicarse a través de su página de inicio y le permite brindar a sus clientes toda la información que desean durante su oferta.

Propiedad, valor, forma de pago, solvencia.

Ilustración 4. Whatsapp Business



Fuente: WHATSAP BUNISESS

Elaborado por: CHACHA, J. (2023)

### *Llamada Telefónica:*

Esta es una estrategia de marketing directo conocida profesionalmente como telemarketing. Esta tecnología es empleada por Artefacta con el objetivo de llegar a audiencias específicas a partir del diálogo y la construcción de confianza entre teleoperadores y clientes, utilizando el contacto telefónico como principal medio de

comunicación.

El objetivo de esta metodología es aumentar las ventas ya que permite a las empresas publicitar de manera objetiva los productos que venden, dándoles una ventaja en el logro de sus objetivos. Además, estamos realizando una encuesta de clientes potenciales por adelantado. Para que la estrategia sea efectiva, es necesario obtener una base de datos que contenga la información de los datos de usuario requeridos para cada campaña, considerando el historial de datos importantes como consumo de compras, llamadas telefónicas, suscripciones, etc. para aplicar estrategias que puedan llegar a su público objetivo.

El uso de estos métodos y canales beneficiará al sector ya que les ahorra el costo de viajar a las tiendas y el tiempo que les toma encontrar lo que buscan. Puede transmitir

Ilustración 5. Forma de Contacto Directo

The image shows a screenshot of the 'Contáctenos' (Contact Us) page on the website artefacta.com. The page has a red header with the logo and navigation links. The main content area is white and contains a contact form with the following fields:

- Destinatario del mensaje \***: A dropdown menu with the text 'Por favor seleccione uno'.
- Tipo de consulta \***: A dropdown menu with the text 'Por favor seleccione uno'.
- Nombre \***: A text input field.
- Correo electrónico \***: A text input field.
- Teléfono**: A text input field.
- Comentario \***: A large text area for entering a message.

At the bottom of the form, there is a red button labeled 'ENVIAR' and a small red text note: '(\*) Datos Obligatorios'.

Fuente: Artefacta

Elaborado por: CHACHA, J. (2023)

las características del producto de manera más confiable. Además, mejora la capacidad de respuesta a las consultas de los clientes. Esto facilita las decisiones de compra, ya que puede obtener el producto que desea directamente en su puerta con un WhatsApp o una llamada telefónica.

## *RELACION CON CLIENTE*

Antes de comprender cómo esto puede beneficiar a su negocio, es importante comprender cómo son las interacciones con sus clientes. Interactuar con nuestros clientes nos ayuda a satisfacer sus necesidades y lograr la satisfacción del cliente con nuestros productos y servicios.

Una mejor comprensión de sus clientes generalmente le brinda una ventaja competitiva en el mercado. Una variedad de herramientas para escuchar y responder a sus necesidades.(Questionpro, 2023)

### *Gestión postventa*

El departamento de venta telefónica (call center) cuenta con tres asesores telefónicos que supervisan diversos procesos de postventa. El objetivo es proporcionar a los compradores una experiencia de primera clase y asegurar la lealtad del cliente.

#### *Actividades de postventa:*

- Pregunta a tus clientes por su opinión. En cuanto a su experiencia de compra: Transacciones con comerciantes: hasta logística o entrega de facturas a clientes.
- Ofrecer descuentos. Los clientes se vuelven leales cuando los datos están disponibles después de la primera compra. Para ello, periódicamente se ofrecen descuentos en los productos, aumentando la presencia de la empresa con los clientes y posibilitando nuevas compras.
- Póngase en contacto con clientes antiguos para ocasiones especiales, etc. Los cumpleaños, festivales, días festivos y celebraciones personales pueden fortalecer el vínculo entre una empresa y sus clientes, lo que lleva a nuevas compras.
- Un anuncio de diseño atractivo ayuda a atraer clientes a la parte audiovisual.

## Elemento visual del administrador de servicio a cliente.

- Proporcionar servicio a cliente a través de chat y teléfono.
- El uso de las redes sociales contribuye en gran medida a promocionar las propiedades y precios de los productos en ocasiones puntuales.
- Igualar o superar los precios de sus competidores durante los argumentos de venta sin dejar de centrarse en personalizar las compras de sus clientes (enviar el producto a otra ciudad, dar a alguien como regalo, etc.).
- Obtenga un excelente soporte técnico después de la compra.

## *SERVICIO A CLIENTE*

El servicio a cliente es todo el asesoramiento y apoyo que una empresa brinda a sus clientes cuando interactúan con una marca. Nuestro objetivo es satisfacer las necesidades del cliente y aumentar la satisfacción del cliente. Los consumidores a menudo tienen preguntas o inquietudes que el servicio de atención al cliente puede responder.

El servicio de atención al cliente es responsable de ayudar a los clientes a usar nuestros productos de manera más efectiva, resolviendo problemas y asegurando una buena experiencia de compra. El servicio a cliente generalmente ocurre después de una compra, pero también puede ocurrir antes o durante una compra, como un asociado de ventas que responde las preguntas de un cliente sobre la ropa.

Si el paquete recibido por el cliente está dañado, el cliente llamará o se pondrá en contacto con la empresa de transporte. Nuestro departamento de servicio a cliente trabajará con usted para solucionar cualquier problema y garantizar que tenga una experiencia positiva al tratar con esta marca. todo es parte del servicio a cliente.

La falta de atención al cliente es la causa más común de un mal servicio. Los correos electrónicos y las llamadas telefónicas sin respuesta, los vendedores fraudulentos que atienden a los clientes en las tiendas



y las ofertas deshonestas tienen un impacto negativo en las ventas y la reputación de una empresa. (Questionpro, 2023)

*Ilustración 6. Servicio a Cliente*



Fuente: Ramirez, (2023)

### *FLUJOS DE INGRESO*

Los flujos de ingresos son la forma en que una empresa o negocio persigue estrategias para monetizar su propuesta de valor para competir en el mercado y generar ganancias.

Convierta fácilmente sus ideas de negocios en realidad al mostrar sus flujos de ingresos en el modelo de lienzo de Alexander Osterwalder. Es flexible y fácil de entender visualmente, por lo que puede comprender mejor su modelo de negocio deseado. Y la fuente de ingresos es uno de los factores más importantes. (HubSpot, s.f.)

**COMPAÑÍA GENERAL DE COMERCIO** La empresa obtiene sus ingresos de la venta de bienes y servicios, así como de los intereses devengados sobre los préstamos otorgados a los clientes.

La línea de motocicletas de Suzuki es el producto más representativo de la industria y ofrece oportunidades de crecimiento dada la necesidad actual de movilidad independiente.

La mayoría de nuestras ventas se realizan a crédito, pero también aceptamos pagos con crédito, débito y efectivo para facilitar a los consumidores la realización de compras. Además, también ofrecemos venta de cartera a las más importantes agencias de cobranza..

## *RECURSOS CLAVE*

Los recursos clave son los activos necesarios y más importantes que deben definirse dentro de una organización para entregar la propuesta de valor y hacer que el proyecto funcione de manera efectiva.

Una propuesta de valor eficaz para llegar a segmentos de clientes, fomentar las relaciones con los clientes y generar los ingresos que garanticen la estabilidad y el éxito de su negocio depende de la definición correcta de los recursos clave necesarios para su modelo de negocio.

Tenga en cuenta que no todos los recursos se consideran "claves" porque no se consideran recursos a los que todos puedan acceder fácilmente.

Por lo tanto, debes analizar qué hace que tu propuesta de valor como emprendedor se destaque. H. Considere los recursos clave como recursos clave que hacen que lo que desea ofrecer sea único e innovador, y utilice recursos que no sean fáciles o inusuales de imitar. Entonces puedes hacer lo que planees. (EC, Emprendimiento, 2022)

Operar cualquier modelo de negocio requiere el uso de fondos para lograr objetivos establecidos. En esencia, es importante reconocer este "diferenciador" que brinda beneficios económicos y sociales. Uno de ellos es la retención de clientes. Para lograr este objetivo, los jefes de departamento deben considerar la contratación de personal senior a cargo de la gestión de ventas y posventa, el servicio posventa, los capacitadores y el control de calidad. El enfoque debe estar en cuidar a los clientes individuales y reconocer sus necesidades para que los consumidores permanezcan leales a la marca Artefacta.

*Capacitación de agentes:* Este factor es muy importante para las operaciones, ya que los resultados de las campañas de venta dependen de la agencia. Esto debe tenerse en cuenta durante la planificación y las sesiones informativas y es un factor importante al planificar su presentación. y sesión de entrenamiento.

*Calidad:* Este aspecto viene determinado por cómo perciben los clientes los tratamientos que reciben cuando visitan tu marca. Hay varias razones por las que los usuarios contactan con determinadas marcas. Quejas, preguntas o incluso felicitaciones por productos y servicios. Sin embargo, es importante que los clientes reciban respuestas, comunicaciones y soluciones personalizadas a sus preguntas lo más rápido posible para que puedan experimentar la mejor calidad posible. Esto permite a los clientes entender la calidad de su trato en palabras.

Un call center suele ser el primer punto de contacto entre un cliente y una empresa, así como un canal de atención para quejas, reclamos y consultas sobre productos. Por lo tanto, un servicio a cliente correcto, eficiente y satisfactorio es esencial para el éxito de la empresa. Se debe desarrollar un sistema de gestión de calidad departamental para revisar constantemente los servicios prestados a los usuarios y posibles clientes.

### *Beneficios de la gestión de la calidad en el call center*

Esto se logra monitoreando las llamadas, especialmente las llamadas de los departamentos de calidad. Con la ayuda del monitoreo, se pueden identificar errores en los procesos y errores en el conocimiento de los productos y servicios.. (Peiró, 2020) Esto permite que los departamentos de calidad creen informes que brindan información a los departamentos de capacitación para fortalecer las áreas donde las fallas ocurren con mayor frecuencia.

- Mejor servicio a cliente: cuando los agentes reciben comentarios constructivos, están mejor preparados para brindar soluciones positivas a cada interacción.
- Retención de clientes mejorada: el monitoreo de control de calidad automatizado evalúa cientos de interacciones, brindando a los centros de atención telefónica una vista completa del desempeño de los agentes.
- Comprender las interacciones de los agentes: el proceso de evaluación puede recopilar datos útiles que revelan dónde se necesita capacitación adicional para mejorar la eficiencia de los agentes..
- Mejora de la experiencia de los empleados: La satisfacción de los empleados impacta positivamente en la experiencia del usuario del centro de llamadas y aumenta la lealtad a la marca.

- Identificar oportunidades de capacitación de agentes: Un programa integral de control de calidad ayuda a mantener a los agentes comprometidos a través de capacitación y educación periódicas.

El soporte de llamadas de calidad es un factor clave en el éxito del centro de llamadas. Agentes de alta calidad supervisan a los vendedores telefónicos para garantizar que sus clientes tengan una experiencia positiva y generen lealtad entre usted y sus clientes. También garantiza el aseguramiento de la calidad y el cumplimiento del cliente. Reduzca costos evaluando la eficiencia de los agentes asegurando la calidad.

### *¿ Cómo gestionar la calidad del servicio al cliente?*

Los controles de calidad diarios evitan la pérdida silenciosa de clientes potenciales y clientes activos. Si aún no estás convencido, escucha esto. Las revisiones de calidad permiten al personal de servicio ver dónde se pueden realizar mejoras, el impacto de sus esfuerzos y, en última instancia, dar crédito al personal de servicio cuando se desempeña bien. Así los entrenas y los motivas.

Para ayudarlo a comenzar rápida y fácilmente, hemos creado una lista de los parámetros de control más importantes: efectividad, eficiencia, productividad y empatía. Esta es una lista completa de verificación de control de calidad del servicio a cliente que incluye elementos para agentes individuales y métricas para monitorear en todo su equipo. (Formaciongcc, 2020)

### *Realizar una encuesta.*

Un número creciente de empresas está realizando pequeñas encuestas para medir el nivel de atención que reciben al final de cada llamada. Esto brinda información valiosa no solo sobre los clientes insatisfechos, sino también sobre los clientes satisfechos y el cumplimiento de sus expectativas, que puede ser utilizada en otros procesos. Los factores cualitativos son tan o más importantes que los factores cuantitativos en el proceso de mejora de la calidad del servicio.

### *monitorear el proceso*

Le recomendamos que verifique el estado de respuesta, el tiempo requerido, la satisfacción del cliente, etc., utilizando como ejemplos los estudios de casos de centros de llamadas. Necesita verificar que esté funcionando de acuerdo con los protocolos exigidos por la empresa.

### *Cuidar el trato*

Cómo se trata a un cliente, si se le saluda adecuadamente, si se le da una atención personal y agradable, si la persona infunde confianza y conocimiento de la empresa, o si se resuelven los conflictos por favor. Es importante saber si el departamento de atención al cliente de tu empresa necesita los recursos técnicos y humanos adecuados para funcionar correctamente. Por eso CTI Soluciones ofrece a nuestros clientes la oportunidad de ofrecer los mejores resultados y estándares de calidad del mercado..

### *Administrador de motocicletas*

El administrador de motocicletas es responsable de asegurarse de que el cliente haya firmado la documentación completa y la haya enviado al departamento de admisiones después de que se haya emitido la factura del vehículo. El Departamento de Admisiones es responsable de enviar estos documentos al Departamento de Transporte para su debida aprobación. Además, incluso después del registro, si tiene alguna solicitud especial con respecto a las bicicletas (modelo, color), accesorios, u obtenerlos en nuestras tiendas y almacenes, atenderemos sus solicitudes. Enviaremos documentos de entrega de vehículos completos y documentos de entrega de vehículos no registrados a cada ciudad del país donde el cliente solicitó la entrega de motocicletas, y llevaremos a cabo varios procedimientos relacionados con la entrega de motocicletas. Pueden surgir todo tipo de problemas.

### *Gestora de Retención*

Se encarga de confirmar con logística que los artículos facturados, estén en ruta correspondiente para el día que se le coordinó la entrega al cliente, así como la confirmación con cliente si existe algún problema de que la mercadería no le ha llegado o quizás le faltó algo de despachar para su respectiva recepción coordinar para un nuevo día, previa confirmación con bodega de que días tienen disponibles las rutas. Reprogramar entregas con clientes, en caso de que no se encuentren el día acordado en el domicilio o si cliente desea realizar cambio de dirección de entrega confirmar para que día existe entregas en dicha dirección y si existe la cobertura correspondiente para cumplirle o ver la manera de cómo se gestiona o coordina un punto de encuentro con cliente o si se envía lo facturado a una tienda más cercana para que pueda realizar el retiro directamente. Adicional, si el cliente no requiere recibir posterior a la confirmación con el teleoperador de que está de acuerdo con la compra, persuadirlo para que reciba ya sea ofreciéndole algo adicional autorizado por gerencia (descuento, cambio de artículo, o ver la forma de que cliente no

desista de la compra), para así evitar la anulación de lo facturado y por ende la baja en el número del presupuesto. Confirmar si se anulan las facturas que aún no han sido gestionadas ya sea por errores de los teleoperadores o por logística para enviar formato correspondiente de anulación.

### *ACTIVIDAD CLAVE*

- Aumentar las ventas
- Brindar servicio a cliente personalizado
- Optimizar los recursos
- Retener a los clientes
- Logística- tiempo de entrega

#### *Incremento de las ventas*

Cuanto más domine el arte de vender, más probable será que haga telemarketing, lo que podría expandir su base de clientes con ventas compactas. Para facilitar la venta de artículos adicionales (promocionales) solicitados o proporcionados por el cliente, o si la motocicleta está a la venta, el teleoperador desea aumentar la venta de los accesorios en la factura de la motocicleta, hay casos.

#### *Brindar un servicio a cliente personalizado y óptimo.*

Esta es una de las principales actividades de los call centers para brindar la mejor experiencia al cliente a través de servicios de atención personalizada a través de llamadas, mensajes de WhatsApp, otra red social u otro medio de contacto. Debido al desempeño profesional adecuado, nuestros empleados de servicio a cliente también pueden atender las necesidades del cliente..

#### *Optimiza tus recursos*

Cuando una empresa implementa servicios de call center, se optimiza el uso de recursos. Los vendedores telefónicos hacen esto reduciendo la duración de la llamada. Puede reducir las devoluciones de productos y evitar posibles cancelaciones de facturas si sabe cómo manejar los problemas de los clientes cuando se les pide que enumeren sus productos..

#### *Retener los clientes*

Los call centers no solo brindan la mejor experiencia de contacto con el cliente durante la entrega del producto, sino que también cuentan con representantes de atención al cliente para supervisar la resolución de incidencias y resolver todo tipo de inconvenientes y dudas. Cuando el producto se vende, envía o modifica debido a daños o falta de conformidad. Estas tareas le permiten construir relaciones

sólidas con los clientes, crear lealtad entre los clientes y su empresa y, en última instancia, generar el boca a boca para su empresa.

### *Logística – tiempo de entrega*

Respetaremos los plazos establecidos con nuestros clientes de 12-24 horas para la entrega del producto y de 7-10 días hábiles para la entrega documentada de las bicicletas registradas, permitiéndoles circular con normalidad..

### *ALIADOS CLAVES*

Los socios clave se enumeran en la sección Socios clave y son fundamentales para el éxito de nuestro modelo comercial. La elección del socio clave adecuado puede hacer o deshacer el éxito de su empresa, ya que puede aportar recursos y habilidades complementarios que su empresa no tiene. Estamos buscando socios clave que puedan ayudarnos a optimizar nuestro modelo comercial, reducir el riesgo o adquirir los recursos y las habilidades que necesitamos.

En resumen, identificar socios clave en la internacionalización requiere que los emprendedores definan estrategias, investiguen mercados objetivo, identifiquen socios potenciales, los evalúen, construyan relaciones y las gestionen a lo largo del tiempo. (mentorDay, 2020)

La compañía cuenta con una amplia gama de proveedores, lo que reduce el riesgo de concentración.

Los principales proveedores incluyen:

- Sony
- LG
- Daewoo
- Philips
- Panasonic
- Whirlpool
- Coby
- Mabe
- Claro ( Conecel )
- Movistar(Telefonica)
- Alegro

## *CRM GoldMine*

Software multivisión lanzado por FrontRage Solutions en el campo de las soluciones CRM.

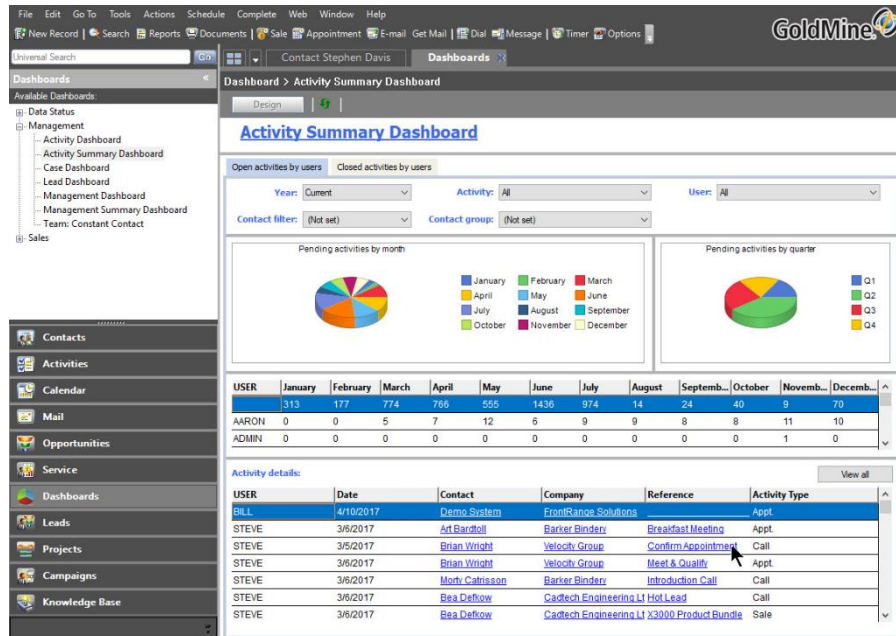
Las soluciones de administración de relaciones con los clientes (CRM) hacen más que solo administrar los datos de los clientes. Lo que comenzó como una forma de organizar y administrar los datos de los clientes está ayudando a las empresas a mejorar las relaciones con los clientes, crear ventajas competitivas y, en última instancia, lograr mejores resultados al mejorar la alineación de ventas y marketing. La tecnología avanzada ha evolucionado para hacerlo posible. y rendimiento. (softwareseleccion, s.f.)

La solución GoldMine CRM actual ofrece los siguientes beneficios líderes en el mercado:

- Es la herramienta que todo departamento de atención al cliente necesita para impulsar su negocio de la mejor manera posible.
- Los ajustes fácilmente personalizables admiten funciones de gestión de relaciones con los clientes, como marketing, gestión de ventas y servicio a cliente.
- Proporciona diferentes niveles de gestión de procesos comerciales necesarios para administrar su negocio.
- Integre fácilmente en su entorno de TI existente para facilitar cualquier relación con el cliente.
- Perfecto para mantener y actualizar la información del cliente de manera consistente en toda la organización de acuerdo con los procesos comerciales.



Ilustración 7. Software CRM GoldMine



Fuente: (GoldMine, 2023)

**Internet:** Una red de computadoras conectadas en todo el mundo para intercambiar información. Es una red de dispositivos informáticos interconectados que utilizan un lenguaje común.

El concepto de Internet tiene sus raíces en inglés y se compone de las palabras inter (que significa entre) y net (de red, que significa red electrónica). Se refiere a una "red" (conectar computadoras alrededor del mundo usando el protocolo TCP/IP) y es un término que siempre debe escribirse con mayúscula ya que no hay ningún artículo adjunto que lo mencione. (Etecé, 2021)

**IVR:** La respuesta de voz interactiva (IVR) es una tecnología de telefonía automatizada que interactúa con las personas que llaman, recopila la información requerida y enruta las llamadas a los destinatarios o departamentos apropiados dentro de una organización. IVR es una de las 40 funciones de productividad incluidas en el conjunto de servicios VoIP en la nube de net2phone, que le permite mejorar la eficiencia y la productividad empresarial sin costo adicional.

En los centros de llamadas, los sistemas IVR permiten las mejores soluciones de respuesta de su clase. Incluso puede sugerir un mecanismo de devolución de llamada para los clientes que no pueden esperar en la fila, por ejemplo.

En resumen, los sistemas IVR mejoran la experiencia del cliente y mejoran el sistema telefónico de una organización mediante el enrutamiento eficiente de llamadas, el autoservicio automatizado y la relativa personalización de la atención. Y es bien sabido que, en el entorno empresarial actual, estos factores pueden sumar puntos muy importantes para las empresas y organizaciones en la difícil tarea de diferenciarse de sus competidores. (net2phone, s.f.)

### *ESTRUCTURA DE COSTO*


Todo lo que constituye crear una propuesta de valor. Se incurre en costos a medida que se realizan actividades críticas y los recursos están disponibles. La resolución de incidencias detectadas por cancelación de facturas por mala asesoría comercial, sea financiera o no, debe cancelarse porque se realiza a través del call center a un coste diferente al solicitado por el departamento de call center. (venta telefónica) implementada. Identificar las fuentes de costos es fundamental para optimizar su modelo para la eficiencia. El nuevo presupuesto operativo del ministerio prevé la contratación, rehabilitación y capacitación de profesionales capacitados para ocupar puestos de calidad, incluidas las compras de base posteriores, así como los salarios para personas de altos ingresos.

Tabla 1. Balance General

<b>BALANCES GENERALES</b>									
Expresados en Dólares de E. U. A.									
Cuentas/Años	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
<b>Activo</b>									
<b>Activo Corriente</b>									
Efectivo en caja y bancos	425.157	1.337.831	1.394.746	2.299.329	2.021.000	2.741.568	3.156.886	3.572.205	3.987.523
Inversiones Temporales	0	290.000	10.000	0	930.000	717.000	874.000	1.031.000	1.188.000
Cuentas por cobrar, neto	7.674.757	8.535.388	11.766.521	10.890.430	8.895.000	10.991.078	11.470.630	11.950.183	12.429.736
Inventarios	3.591.268	4.327.683	5.273.510	9.754.631	4.917.000	7.996.342	8.804.183	9.612.024	10.419.866
Gastos pagados por anticipado	377.919	768.530	839.756	1.052.725	1.055.000	1.310.293	1.474.129	1.637.965	1.801.800
<b>Total Activo Corriente</b>	<b>12.069.101</b>	<b>15.259.432</b>	<b>19.284.533</b>	<b>23.997.115</b>	<b>17.818.000</b>	<b>23.756.281</b>	<b>25.779.829</b>	<b>27.803.377</b>	<b>29.826.925</b>
Documentos por cobrar compañías relacionadas, largo plazo	0	0	0	1.085.000	1.165.000	1.474.500	1.816.000	2.157.500	2.499.000
Instalaciones, mobiliario y equipo, neto	1.448.259	1.648.140	1.576.151	1.589.112	1.751.000	1.766.469	1.821.114	1.875.759	1.930.405
Cargos diferidos y otros, neto	8.229.902	5.183.265	5.034.824	5.198.513	9.169.000	7.131.134	7.320.478	7.509.823	7.699.167
<b>Total Activo</b>	<b>21.747.262</b>	<b>22.090.837</b>	<b>25.895.508</b>	<b>31.869.740</b>	<b>29.903.000</b>	<b>34.128.383</b>	<b>36.737.421</b>	<b>39.346.459</b>	<b>41.955.497</b>

Fuente: Gonzales, (2008)

Tabla 2. Balance General 2

ARTEFACTA S.A.									
BALANCES GENERALES									
Expresados en Dólares de E. U. A.									
									
<b>Pasivo y Patrimonio de los accionistas</b>									
<b>Pasivo Corriente</b>									
Porción corriente de la deuda a largo plazo	1.028.558	3.917.495	317.549	2.362.512	1.519.000	1.666.793	1.599.383	1.541.973	1.484.563
Préstamos Bancarios	0	0	0	1.000.000	0	500.000	600.000	700.000	800.000
Cuentas por Pagar	8.420.482	9.155.682	14.288.567	16.735.264	12.740.000	17.133.584	18.755.446	20.377.308	21.999.170
Accionistas y compañía relacionada	0	0	7.697.873	348.582	0	1.713.866	1.748.724	1.783.582	1.818.440
Pasivos Acumulados	780.670	415.264	525.538	939.870	2.948.000	2.579.648	3.065.575	3.551.501	4.037.428
Impuesto a la Renta	37.318	110.103	245.539	541.121	284.000	520.931	613.369	705.807	798.245
Ingreso Diferido	0	1.226.826	792.323	1.847.425	3.062.000	3.409.095	4.083.554	4.758.014	5.432.474
<b>Total pasivo Corriente</b>	<b>10.267.028</b>	<b>14.825.370</b>	<b>23.867.389</b>	<b>23.774.774</b>	<b>20.553.000</b>	<b>27.513.917</b>	<b>30.466.051</b>	<b>33.418.186</b>	<b>36.370.321</b>
<b>Deuda a largo plazo, menos porción corriente</b>									
<b>Reserva para jubilación y desahucio</b>	<b>11.220.474</b>	<b>6.948.209</b>	<b>489.211</b>	<b>407.252</b>	<b>4.000</b>	<b>-4.878.342</b>	<b>-7.775.733</b>	<b>-10.673.123</b>	<b>-13.570.514</b>
<b>Patrimonio de los accionistas:</b>									
Capital Social	9.145.120	9.145.120	9.145.120	10.151.525	10.152.000	10.453.827	10.755.843	11.057.880	11.359.876
Aportes para futuro aumento de capital	0	0	0	4.849.292	4.849.000	6.303.846	7.758.575	9.213.304	10.668.034
Aporte en efectivo para aumento capital	0	0	0	0	4.121.000	3.296.800	4.121.000	4.945.200	5.769.400
Superávit de Capital	0	0	0	0	313.000	250.400	313.000	375.600	438.200
Reserva de capital	4.390.107	4.390.107	4.390.107	4.390.107	4.619.000	4.573.221	4.619.000	4.664.779	4.710.557
Déficit acumulado	-13.275.467	-13.217.969	-12.156.883	-11.844.794	-14.708.000	-13.488.190	-13.637.379	-13.786.568	-13.935.757
<b>Total patrimonio de los accionistas</b>	<b>259.760</b>	<b>317.258</b>	<b>1.378.344</b>	<b>7.546.130</b>	<b>9.346.000</b>	<b>11.389.904</b>	<b>13.930.039</b>	<b>16.470.174</b>	<b>19.010.310</b>
<b>Total pasivo y patrimonio de los accionistas</b>	<b>21.747.262</b>	<b>22.090.837</b>	<b>25.895.508</b>	<b>31.869.740</b>	<b>29.903.000</b>	<b>34.128.383</b>	<b>36.737.421</b>	<b>39.346.459</b>	<b>41.955.497</b>

Fuente: Gonzales, (2008)

Tabla 3. Balance General 3

ARTEFACTA S.A. ESTADO DE RESULTADOS Expresado en Dólares de E.U.A.									
Cuentas/Años	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Ventas Netas	38.863.949	46.102.914	57.160.945	73.268.149	76.233.000	83.856.300	92.241.930	101.466.123	111.612.735
Costo de Ventas	-28.091.784	-34.530.111	-43.968.860	-57.915.486	-63.174.000	-69.491.400	-76.440.540	-84.084.594	-92.493.053
<b>Utilidad Bruta</b>	<b>10.772.165</b>	<b>11.572.803</b>	<b>13.192.085</b>	<b>15.352.663</b>	<b>13.059.000</b>	<b>14.364.900</b>	<b>15.801.390</b>	<b>17.381.529</b>	<b>19.119.682</b>
<b>Gastos de Operación</b>									
Administración	-2.743.329	-3.590.826	-5.090.064	-6.311.794	-5.556.000	-7.162.296	-7.996.927	-8.831.558	-9.666.189
Ventas	-7.105.024	-8.375.164	-11.543.167	-14.281.916	-14.195.000	-17.126.065	-19.134.736	-21.143.405	-23.152.077
<b>Utilidad en Operación</b>	<b>923.812</b>	<b>-393.187</b>	<b>-3.441.146</b>	<b>-5.241.047</b>	<b>-6.692.000</b>	<b>-9.923.461</b>	<b>-11.330.272</b>	<b>-12.593.435</b>	<b>-13.698.583</b>
<b>Otros Ingresos (gastos):</b>									
Fondo de Garantía	1.598.666	2.694.104	3.274.419	792.323	9.384.000	7.649.369	9.016.257	10.383.146	11.750.035
Financieros, netos	-5.199.779	-2.014.483	2.406.342	8.544.533	921.000	7.771.695	10.051.752	12.331.810	14.611.867
Pérdida en venta de cartera	0	0	0	-1.476.659	0	-738.330	-885.995	-1.033.661	-1.181.327
Otros, netos	2.630.701	-89.256	-688.420	-431.367	-2.329.000	-3.259.922	-4.286.074	-5.312.225	-6.338.376
<b>Utilidad(pérdida) antes de provisión para</b>	<b>-46.600</b>	<b>197.178</b>	<b>1.551.195</b>	<b>2.187.783</b>	<b>1.284.000</b>	<b>1.499.351</b>	<b>2.565.668</b>	<b>3.775.635</b>	<b>5.143.615</b>
Provisión para participación a trabajadores	0	-29.577	-232.679	-328.167	-192.600	-224.903	-384.860	-666.345	-771.542
<b>Utilidad (pérdida) antes de provisión para</b>	<b>-46.600</b>	<b>167.601</b>	<b>1.318.516</b>	<b>1.859.616</b>	<b>1.091.400</b>	<b>1.274.448</b>	<b>2.180.818</b>	<b>3.209.289</b>	<b>4.372.073</b>
Provisión para impuesto a la renta	-37.318	-110.103	-245.539	-541.121	-284.000	-520.931	-613.369	-705.807	-798.245
<b>BAIT (1-TS)</b>	<b>-83.918</b>	<b>57.498</b>	<b>1.072.977</b>	<b>1.318.495</b>	<b>807.400</b>	<b>753.517</b>	<b>1.567.449</b>	<b>2.503.482</b>	<b>3.573.827</b>

Fuente: Gonzales, (2008)

Tabla 4. Presupuestos

<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>TOTAL</b>
<b>Recurso Humanos</b>	<b>25</b>	<b>S 7.184</b>
<b>Recurso Materiales</b>	<b>1000</b>	<b>S 1.200</b>
<b>MARKETING</b>		
<b>Vallas publicitarias</b>	<b>1</b>	<b>S 3.000</b>
<b>Trípticos</b>	<b>1000</b>	<b>S 800</b>
<b>Página web</b>	<b>1</b>	<b>S 400</b>
<b>Total</b>		<b>S 12.584</b>

Elaborado por: CHACHA, J. (2023)

## *CONCLUSION*

Se propuso analizar la metodología Canvas para mejorar la satisfacción del cliente y evitar cancelaciones de facturas en el departamento de Televentas de Artefacta. En conclusión, aplicar el método canvas es una buena opción. Esto se debe a que la metodología canvas define cada parte de la empresa y permite implementar adecuadamente las diferentes áreas de la empresa. Se desempeña de diferentes maneras, ya que le brinda una imagen completa de la empresa. Una forma sencilla de implementar las sugerencias anteriores como un medio innovador y eficaz de generación de ideas.

Porque una de nuestras estrategias es construir relaciones a largo plazo con los clientes, y nuestra estructura de costos lo hace posible.

La alternativa que se propone es competir en diferenciación más que en precio, de ahí la calidad y novedad de la oferta, aunque no se puede negar que la variable precio sigue siendo determinante y por tanto quedará excluida en el futuro, para producir otros servicios a un costo menor, lo que permite la prestación de servicios más baratos. Esto podría aumentar las ganancias y ampliar la base de clientes del segmento de pedidos por correo.

Al implementar este modelo comercial, brindamos una perspectiva integral, concreta y realista sobre la importancia de contratar a las personas que necesita para supervisar la facturación y las ventas.

## BIBLIOGRAFIA

- (s.f.). Obtenido de <https://blog.hubspot.es/sales/modelo-canvas>
- Artefacta. (s.f.). *ARTEFACTA*. Obtenido de <https://www.artefacta.com/?cid=pssc:sem:ecu:art:per:sem:BRANDING:jun:rgn>
- Barroeta, M. R. (04 de noviembre de 2022). *Ruiz Barroeta Consulting*. Obtenido de Ruiz Barroeta Consulting: <https://milagrosruizbarroeta.com/modelo-canvas-quees-y-para-que-sirve/>
- Borroeta, M. R. (s.f.). *Milagros Ruiz Borroeta*. Obtenido de Milagros Ruiz Borroeta: <https://milagrosruizbarroeta.com/modelo-canvas-que-es-y-para-que-sirve/>
- Clavijo, C. (23 de Febrero de 2023). *HupSpot*. Obtenido de HupSpot: <https://blog.hubspot.es/sales/modelo-canvas>
- Content, R. R. (04 de febrero de 2019). *Rock Content*. Obtenido de Rock Content: <https://rockcontent.com/es/blog/canales-dedistribucion/#:~:text=Los%20canales%20de%20distribuci%20n,hasta%20llegar%20al%20consumidor%20final.&text=Toda%20empresa%20que%20trabaja%20en,sus%20productos%20al%20consumidor%20final>
- EC, Emprendimiento. (2022). *Emprendimiento EC*. Obtenido de Emprendimiento EC: <https://emprendimiento.ec/business-model-canvas/recursos-clave/>
- Etecé, E. (05 de agosto de 2021). *Concepto*. Obtenido de Concepto: <https://concepto.de/internet/>
- Formaciongcc. (17 de enero de 2020). *Formaciongcc*. Obtenido de Formaciongcc: <https://www.formaciongcc.com/control-de-calidad-en-el-call-center/>
- HubSpot. (s.f.). *HubSpot*. Obtenido de HubSpot: <https://blog.hubspot.es/sales/flujoingresos#:~:text=¿Qué%20es%20el%20flujo%20de,el%20mercado%20y%20ser%20rentable.>
- mentorDay. (2020). *Aceleradora mentorDay*. Obtenido de Aceleradora mentorDay: <https://mentorday.es/wikitips/socios-clave/#:~:text=Los%20socios%20claves%20son%20aquellas,relaciones%20estratégicas%20para%20la%20empresa>
- net2phone. (s.f.). *net2phone*. Obtenido de net2phone: <https://net2phone.mx/blog/quees-ivr-o-respuesta-devozinteractiva#:~:text=La%20respuesta%20de%20voz%20interactiva,apropiado%20dentro%20de%20la%20empresa.>
- Peiró, R. (04 de junio de 2020). *Economipedia*. Obtenido de Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/calidad-2.html>

Questionpro. (2023). *Questionpro*. Obtenido de Questionpro:

<https://www.questionpro.com/blog/es/interaccion-con-elcliente/#:~:text=Es%20esencial%20entender%20qu%C3%A9%20es,de%20tus%20productos%20o%20servicios.>

softwareseleccion. (s.f.). *softwareseleccion*. Obtenido de softwareseleccion:

<https://www.softwareseleccion.com/crm+goldmine-p-1656>