



FACULTAD DE INGENIERÍA UNAM
DIVISIÓN DE EDUCACIÓN CONTINUA

CURSOS INSTITUCIONALES

ACTUALIZACIÓN SECRETARIAL

Del 12 al 16 de Julio de 2004

APUNTES GENERALES

CI - 100

Instructora: Lic. Elvira López Caballero
COFEPRIS
JULIO DE 2004

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

**DIVISIÓN DE EDUCACIÓN CONTINUA
FACULTAD DE INGENIERÍA**

**Actualización
Secretarial**



Dirigido a •

COFEPRIS

Duración • 15 horas

Periodo • julio de 2004

Horario •

Instructora •

LIC. ELVIRA LÓPEZ CABALLERO

Tabla de contenido

Presentación

Módulo 1

ATENCIÓN Y TRATO AL PÚBLICO

1.1 La calidad	7
1.2 El servicio	8
1.3 Cultura de servicio en las instituciones	8
1.4. Elementos válidos para prestar un servicio de calidad	9
1.5 Ética y valores en el servicio secretarial	9
1.6 Atención y trato al público	10
Ciclo del Servicio de COFEPRIS	12
1.7 Diferentes tipos de usuarios: tratamiento específico para cada tipología	12

Módulo 2

COMUNICACIÓN

2.1 El proceso de comunicación y los elementos que interviene en él	14
2.1.1 Proceso de la comunicación	15
2.2 Barreras de la comunicación en las instituciones	18
2.3 Facilitadores de la comunicación asertiva	19

Módulo 3

CORTESÍA TELEFÓNICA

3.1 Técnicas de servicio en el manejo adecuado del teléfono	21
3.2 Reglas de cortesía	22
3.2.1 Reglas de oro para responder una llamada	22
3.2.2 Reglas de oro para hacer una llamada	22
3.3 El uso del teléfono	22
3.4 Como mantener una conversación telefónica adecuada	23
3.5 Registro y control de las llamadas telefónica	24
3.5.1 Diseño de un sistema de atención telefónica	24

BIBLIOGRAFÍA	25
--------------	----

Presentación

La COFEPRIS a través de la Universidad Nacional Autónoma de México y en este caso de la División de Educación Continua de la Facultad de Ingeniería, concientes de la necesidad actual de capacitar de manera permanente a los trabajadores se esfuerzan por lograr esta tarea. Motivo por el cual han instrumentado el curso: Actualización Secretarial.

Su contenido se encuentra dividido en tres módulos:

El primer módulo se dedica a la Atención y Trato al Público, en donde abordamos: cuáles son las características que hay que tomar en cuenta como servidores públicos para satisfacer las necesidades de los ciudadanos con calidez y calidad.

Un segundo módulo de Comunicación en donde se resalta la importancia que reviste la comunicación oral, escrita y la no verbal respecto al trato con los usuarios. Se analiza el proceso de comunicación, sus elementos, las barreras existentes que impiden éxito en la misma y la importancia de la retroalimentación.

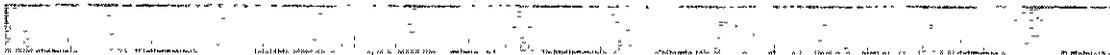
El tercer módulo titulado Cortesía Telefónica donde se presenta una guía de las técnicas en el manejo adecuado del teléfono como parte fundamental en la prestación de un servicio.

Todo lo anterior, con la intención de aportar las herramientas necesarias, para que de manera integral se preste un servicio público: garantizando la satisfacción del usuario.

Objetivo General

Al término del curso el participante estará actualizado y en capacidad de brindar un servicio de calidad, mediante el buen manejo de la comunicación oral, escrita y no verbal en la atención y trato a los usuarios; favoreciendo de esta forma la imagen institucional.

Objetivos Específicos



- ☒ Desarrollar un sistema de atención y trato al público acorde a sus necesidades actuales, respecto a los servicios que prestan.
- ☒ Analizar los obstáculos que se presentan en la comunicación y cuáles son los facilitadores de los que se pueden valer para mejorarla a nivel oral y no verbal.
- ☒ Analizar la importancia que reviste la retroalimentación como parte del proceso de comunicación institucional a fin de perfeccionarlo.
- ☒ Diseñar un sistema de atención telefónica que contemple su control: incluyendo llamadas de entrada y de salida.

Metodología

El curso empleará técnicas tanto teóricas como prácticas para que los participantes a través del intercambio de conocimientos con el grupo y la asesoría del capacitador logren comprender la importancia que reviste la actualización secretarial.

Habrán conferencias interactivas y taller de trabajo orientado a la realización de un plan de interés para el participante conforme a los conocimientos adquiridos y relacionados con su entorno laboral. De esta manera se dará una retroalimentación.

Evaluación

La evaluación del curso se realizará de manera permanente, durante el desarrollo de los temas y cumplimiento de los objetivos; con la diaria retroalimentación que se dé entre los participantes y la instructora percatándose así, de las habilidades y destrezas de cada individuo para sacar provecho de ello.

Asimismo se evaluará la asistencia, participación individual y la presentación de una evaluación final.



Atención y Trato al Público

Objetivo Específico.- Valora la importancia del factor humano como elemento fundamental en la representación de los servicios y el logro de la satisfacción de los usuarios internos y externos de la institución.

1.1 La Calidad

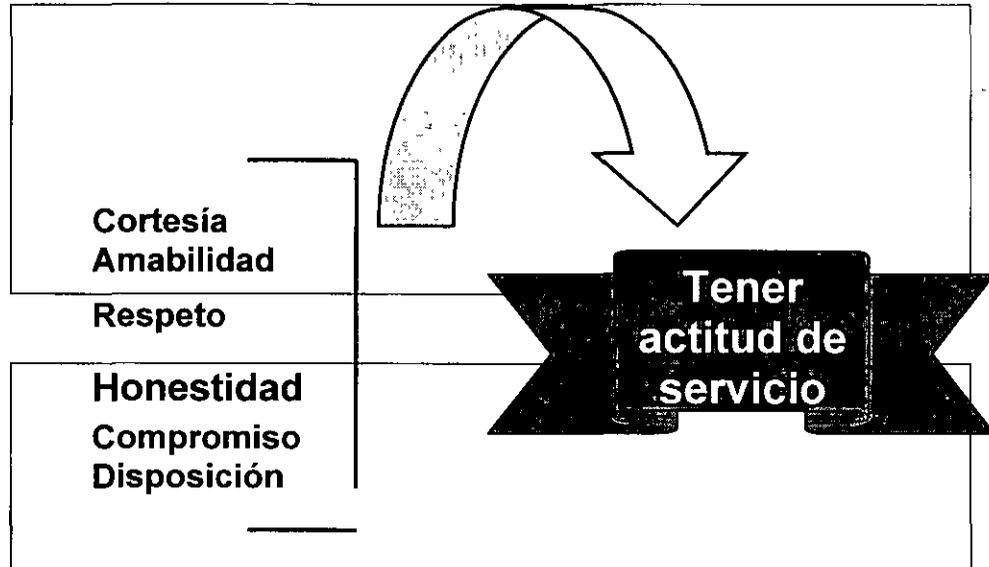
Durante los principios de la humanidad, siempre ha buscado realizar actividades o cosas que le produzcan cierta satisfacción, y una de ellas es el servir. El secreto de servicio está en la relación que establecen las personas que lo proporcionan buscando la satisfacción de aquellos que atiende; esto "exige una cultura de servicio donde exista la similitud entre pensamiento, la actitud y la acción por parte de la persona que va a servir.

- ◆ Relaciones humanas.
- ◆ Mantener contacto con los demás.
- ◆ Tener conocimiento para entablar una conversación.
- ◆ Distinguir tipos de personalidades.
- ◆ Entender comportamientos y actitudes de los demás.
- ◆ Cooperar con las personas.
- ◆ Satisfacer necesidades de otros.
- ◆ Solucionar problemas.

Todos los seres humanos buscamos obtener recompensa, aún cuando todavía no se tenga claro el tipo de recompensa anhelada; el problema se encuentra en distinguir el tipo de calidad esperada, estos pueden ser sentimientos, estímulos, reconocimiento o alguna remuneración económica.

1.2 El Servicio

El servicio en la persona ocurre cuando reconoce las acciones que realiza tiene una función real concreta y valiosa; reconoce que su labor es importante para otros; si percibe estas cualidades entonces promoverá los cambios en su actitudes y se propondrá nuevos retos al hacerle frente a sus problemas.



1.3 Cultura de Servicio en las Instituciones

La cultura de servicio trasciende a las instituciones públicas para entender las necesidades y expectativas de la ciudadanía. Requiere de orientar su trabajo en la colaboración con interés a la comunidad así como a los usuarios. Es necesario dejar a un lado las antiguas costumbres de procedimientos rígidos y tediosos.

Establecer una institución de servicio y calidad es posible, únicamente si se establece una comprensión de lo que realmente se está haciendo; tener presente todas las necesidades del público usuario y la imagen del prestador de servicio de la institución.

1.4 Elementos válidos para prestar un servicio de calidad



- *Conocer la misión y los objetivos de la institución.*
- *Conocer los servicios y los objetivos.*
- *Conocer a los usuarios del servicio que prestamos.*
- *Distinguir cada necesidad del público usuario.*
- *Definir y conocer los estándares de nuestros servicios.*
- *Contar con lo necesario para el desarrollo del servicio.*
- *Capacitación constante y adecuada al mejoramiento del servicio.*

1.5 Ética y valores en el servicio secretarial

Desarrollar una filosofía individual y con características institucionales, será necesario para alcanzar la calidad en el servicio; la filosofía a adoptar va a requerir de conocer las necesidades del usuario y su identificación del servicio.

La filosofía de cambio va a requerir trabajar en un cambio de hábitos, por ejemplo, la forma de ver y percibir de un modo distinto las actividades humanas, realizar un auto análisis y ver nuestras fallas, tomar conciencia de ellas y remediarlas, siempre teniendo la idea que todo es mejorable y que el conformismo nos llevará al fracaso.

Es importante hablar del factor humano y su desarrollo en la organización, ya que cada individuo se esfuerza cotidianamente en su cetro de trabajo y pone en práctica: conocimientos, habilidades, aptitudes, motivaciones y valores, permitiéndole reconocer sus limitaciones y fortalezas.

Es común la falta de claridad en lo que cada persona posee al igual que un total desconocimiento de lo que pasa a su alrededor; esta situación lo confrontará hacia un futuro incierto, provocador de conflictos y confusiones, y puede provocar en las personas confusión, desánimo, bloqueo y frustración.

El desarrollo de la persona radica en el conocimiento y dominio que tiene en sí mismo en los momentos de la vida misma. tener dominio propio significa que está en posibilidades de decidir y escoger lo que se requiere, y no permitir que sucedan las cosas porque tenían que suceder, La gran mayoría de las personas culpan a las circunstancias y a los demás cuando no salen como quieren, cuando ocurren errores y fracasos.

CONOCER	Cualidades y limitaciones. Hábitos positivos y negativos.
DISEÑAR	Objetivos y "Metas reales"
REFLEXIONAR	Descansar, relajarse y grabar u mejor día.
EMPEZAR	Por lo más fácil, pero con consistencia y cambiar un poco cada día
MANTENER EL CAMBIO	Tener una auto evaluación constante y analizar profundamente los cambios realizados.

1.6 Atención y trato al público

La atención y trato al público es la parte fundamental del servicio enfocado a atender las necesidades humanas de los usuarios, y en donde el objetivo primordial es lograr su satisfacción; el saber percibir esas necesidades, nos indicará lo que quieren de nosotros, y es como se da el servicio del calidad.

Los momentos de verdad son todos los contactos con el cliente de manera directa o indirecta con la institución, a través de los cuales se forma una imagen de quien les provee el servicio.

La orientación humana se refiere al pequeño toque personal que le damos al usuario, compañero, público, etc.

Las necesidades humanas del(os) usuario(s) son: sentirse bien recibido, sentirse cómodo, ser comprendido, recibir ayuda o asistencia por parte de la institución o servidores, sentirse importante, ser apreciado, ser reconocido o apreciado, y sentirse satisfecho



En la relación personal debemos recordar que tratamos con seres humanos, y es necesario desarrollar la sensibilidad para captar las necesidades, sentimientos y emociones de los otros, siendo muy respetuoso, cuidando la relación con el usuario desde el momento que ésta inicia.

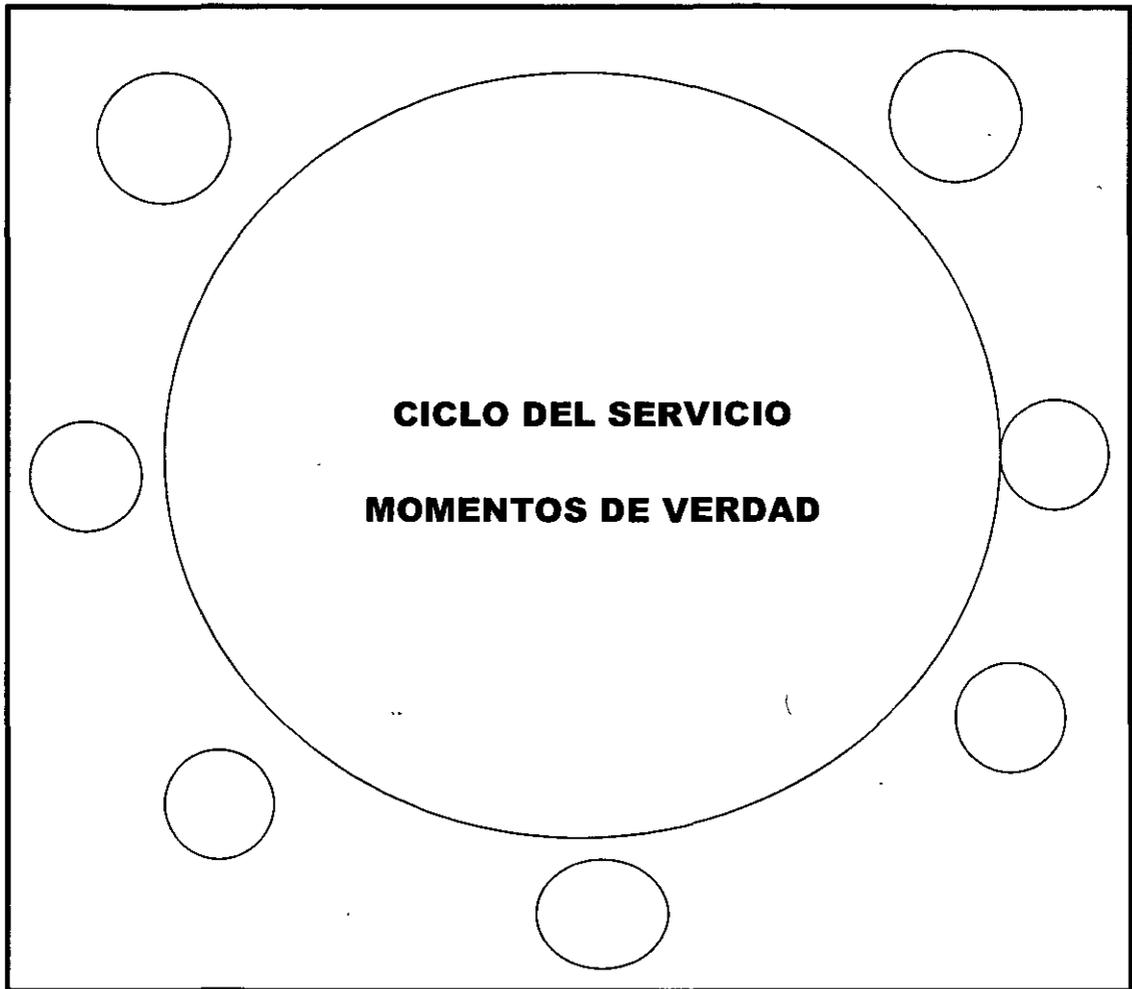
La satisfacción del usuario está dada por la percepción que él tiene y cómo fueron alcanzadas o sobre pasaron sus expectativas. La utilidad del servicio o producto, el problema resuelto satisfactoriamente, la atención adecuada, serán los elementos en donde el usuario pone más atención.

Cuando el usuario no está satisfecho, la persona rehúsa seguir tratando con quién le atiende, pero los clientes satisfechos lo buscarán y querrán seguir tratándolo; los usuarios insatisfechos le huirán y lo evitarán.

Los factores importantes para lograr la satisfacción de los usuarios, tanto internos como externos, son la calidad y el servicio; el ofrecer productos o servicios de máxima calidad, son los elementos necesarios cuando se consideran meta final.

Objetivos Primordiales

- ✓ Satisfacer las necesidades de los usuarios en los servicios.
- ✓ Asegurar el funcionamiento de los procesos de trabajo.
- ✓ Satisfacción de los usuarios internos, (compañeros de trabajo).
- ✓ Mejorar permanentemente la imagen institucional.

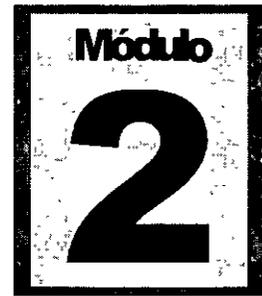


1.7 Diferentes tipos de usuarios

El servidor público debe de tener la capacidad de observar y estar atento a las necesidades del usuario, algunos usuarios son más difíciles que otros, son inherentes, descorteses, enojones, etc., podemos encontrar distintos tipos de actitudes, por eso debemos saber el trato adecuado a cada tipo de usuario.

Características	Manejo adecuado
<p>PREPOTENTE</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cree tener siempre la razón • Maneja influencias ante cualquier circunstancia • Habla fuerte y es brusco • Siente tener prioridad sobre los demás • Es exigente y rígido 	<ul style="list-style-type: none"> • Mostrar seguridad en todo momento. • Explicar cortésmente el procedimiento para obtener el servicio. • Controlar las emociones de uno mismo. • Mantener el mismo tono de voz. • No discutir. • Guardar la calma.
<p>TÍMIDO</p> <ul style="list-style-type: none"> • Reservado • Nervioso • Inhibido 	<ul style="list-style-type: none"> • Crear un ambiente de confianza. • Solicitarle mayor información. • Apoyarlo con la información que posee. • Revisar junto con él el procedimiento. • Verificar si la información le quedó clara.
<p>HABLADOR</p> <ul style="list-style-type: none"> • Amigable o extrovertido • Alarga las conversaciones • Emplea demasiado tiempo a actividades no laborales 	<ul style="list-style-type: none"> • Escuchar cortésmente y enfocarlo en el trámite. • Solicitarle información específica. • Llegar a acuerdos claros. • Solicitarle cortésmente que lo escuche.
<p>DISTRAÍDO</p> <ul style="list-style-type: none"> • No escucha las indicaciones • A menudo olvida la documentación • Constantemente solicita que le repitan la información 	<ul style="list-style-type: none"> • Firmeza, paciencia y cortesía. • Explicar con claridad y calma el procedimiento. • Haga que centre su atención en los documentos o la información. • Verifique y aclara dudas.

<p>FRÍO</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cortante • Lejano • Poco comunicativo 	<ul style="list-style-type: none"> • Seriedad. • Seguridad en sí mismo. • Ser claro y directo. • Pregúntele si existen dudas. • Verifique si comprendió el procedimiento.
<p>IMPULSIVO</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tiene envidia y es muy impulsivo en su enojo • Pone barreras en los diálogos constructivos y progresivos 	<ul style="list-style-type: none"> • Entender sus razones y actuar de inmediato. • Clarifique con él sus requerimientos. • Responder con rapidez. • Limitarse a los puntos de información.
<p>TERCO</p> <ul style="list-style-type: none"> • No ratifica algo aunque tenga la más clara evidencia. • utiliza defensas psicológicas ante el temor de ser débil y mostrarse inseguro 	<ul style="list-style-type: none"> • Conocimiento de la información o actividades. • Explicar detalladamente la información. • Proporcionar la información necesaria. • Revisar conjuntamente los requerimientos.
<p>NORMAL</p> <ul style="list-style-type: none"> • Se adapta a las situaciones • Reacciona en la manera en que lo tratamos 	<ul style="list-style-type: none"> • Eficiencia, mostrar interés es sus necesidades. • Haga preguntas necesarias. • Verifique si es todo lo que necesita. • Explique procedimiento.



Comunicación

2.1 El proceso de comunicación y los elementos que intervienen en él

En la actualidad, por medio de la tecnología, mantenemos una comunicación constante con personas, donde se manifiestan las distintas ideas mensajes y conocimientos.

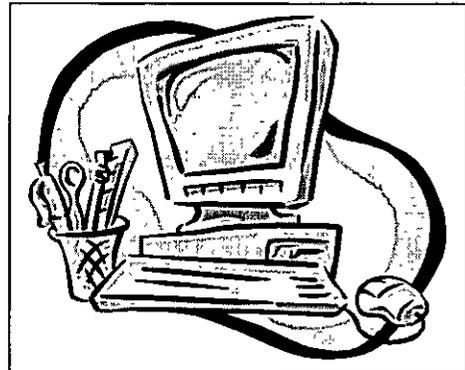
Algunos artefactos que ayudaron a la comunicación son:

Los escritos a mano, el telégrafo, las primeras imprentas, y de esta última se originaron los tabloides o periódicos.

Actualmente contamos con equipo sofisticado para comunicarnos como lo es el teléfono en sus distintas modalidades, y el más usual.

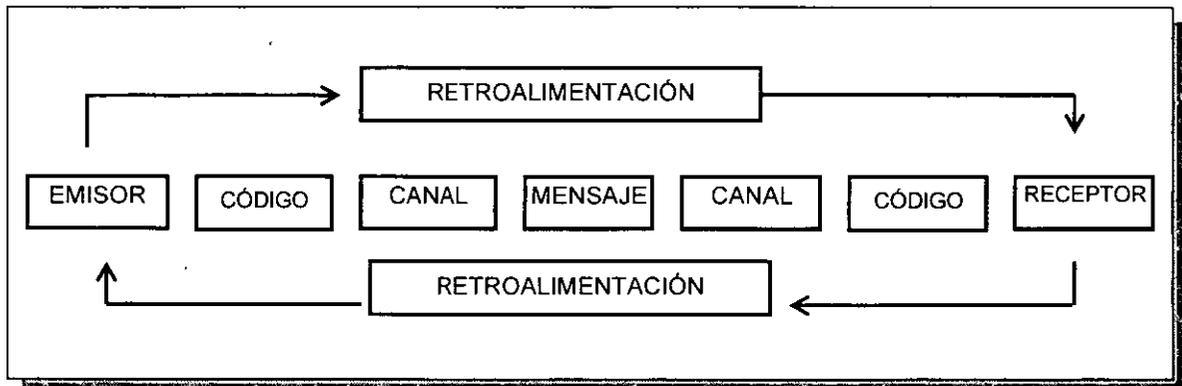
Artículos de radio localización, los medios impresos, La radio y la televisión, aún lo más sofisticado, la comunicación a través de Internet.

Existen muchos medios para comunicarnos de forma indirecta, pero surge la pregunta, ¿Qué tan bien comunicado estoy?, ¿Realmente me entienden lo que digo?, pido una cosa y me traen otra, ¿No me di a entender con claridad? o de plano ¿no me entienden?



2.1.1 Proceso de la comunicación.

Para tener una comunicación, es indispensable entablar una conversación mínimo con otra persona, 2 ó más; no se puede tener comunicación consigo mismo, ya que únicamente se está retro-alimentando de sus propios conocimientos.



Un punto importante es que dentro de la comunicación siempre intervienen dos individuos por lo menos: un emisor y un receptor. Una persona sola no puede comunicarse.

La transmisión del mensaje no es más que el inicio del proceso de comunicación.

Los elementos que intervienen dentro del proceso de comunicación son seis y a continuación los definiremos.

- Emisor:** Es la persona o el grupo de personas que habla, que desea comunicar algo y que por lo tanto inicia el proceso de comunicación. También puede recibir el nombre de fuente.
- Código:** Es el conjunto de símbolos con significado común tanto para el emisor como para el receptor, por ejemplo el lenguaje hablado o escrito, la clave Morse, la taquigrafía, el sistema braile entre otros.
- Canal:** Es el conducto o medio a través del cual se envían y reciben los mensajes. Estos conductos están formados por él o los sentidos mediante los cuales se emiten o se captan los mensajes. Además puede tomarse como el medio electrónico empleado tratándose de una comunicación de masas (voz, escritura, teléfono, internet, televisión, radio, prensa, cine, etc.)
- Mensaje:** El propósito del emisor se expresa en forma de mensaje, de acuerdo al sistema común de símbolos que se maneja (código)
- Receptor:** Es la persona o el grupo que recibe el mensaje del emisor; también recibe el nombre de preceptor.

Retroalimentación: Es el proceso de comunicación en retorno, en el cual se intercambian los papeles del emisor y el receptor, habiendo una respuesta (del receptor al emisor) La retroalimentación puede ser tanto positiva como negativa, pero en ambas circunstancias es de gran utilidad para el emisor, por que le permite darse cuenta del porcentaje de éxito que tuvo su comunicación. Es decir que tan entendible fue.

Aunque parezca sencillo el procedimiento de la comunicación es aún más complejo, es necesario tener en cuenta que existen otros elementos que ayudarán a la perfeccionarla, como son: el mismo sentido común de las cosas que se están realizando utilizando un mismo decodificador interno; no anteponer ideas o creencias personales que no ayuden a comprender el mensaje hacia la otra persona, o utilizar palabras con doble significado de las cosas.

El proceso de la comunicación se vuelve perfecto cuando quien era emisor, en un principio, ahora es el receptor; y el receptor se vuelve emisor.

Métodos de comunicación.

La comunicación personal (persona-persona), es la más común de practicar; en el hogar, en la oficina, en la calle, en donde se encuentre es muy fácil entablar una conversación, realice el siguiente ejercicio:

Ejercicio entable una comunicación con una persona desconocida, puede ser en la calle, cuando se traslada a su trabajo o a su casa, en el mercado, en la tienda, etc., ¿el tema? es lo de menos, platique situaciones de importancia, cotidianas, extravagantes, inverosímiles, en fin de lo que sea.

**“ES TAN FÁCIL ENTABLAR UNA CONVERSACIÓN,
PERO ES LO MÁS DIFÍCIL DE HACER”.
¡QUÉ IRONÍA!”**

¿Platica con su jefe habitualmente?, quizá tenga algunos preceptos de él como persona o como responsable de un área? ¿Qué tanto conozco a mis compañeros de trabajo?, ¿platico únicamente lo necesario con ellos? o a veces ni lo necesario

Aunque usemos el mismo idioma para comunicarnos, los seres humanos somos los menos comunicadores, si existiera una excelente comunicación no

existiría, problemas de diversas índoles, en nuestro trabajo, en la sociedad, en la política y en nuestra familia.

2.3 Barreras de la comunicación en las instituciones

Para romper con los obstáculos primeramente es necesario, dentro de la comunicación, aceptar culpas si es que existen y no culpar a otros, crear un ambiente de seguridad y confianza, que da como resultado que uno o todos expongan los elementos claros dentro de la comunicación. Debemos involucrar a otros en el problema, solo aquellos que les compete para buscar soluciones, recuerde que dos o más cabezas piensan mejor que una. Conocer bien al personal que labora con nosotros, si los conocemos, también conoceremos sus cualidades e inquietudes dentro de una oficina, y para eso debemos ser abiertos y honestos, que no exista la mentira o el deseo de perjudicar o culpar a otros menos a uno mismo.

El contacto cara a cara verbalmente ayuda mucho, es la mejor forma de comunicarnos ya que de frente no podemos fallar o mentir, quizás decir las cosas a medias o de forma tímida.

De la misma forma que nos comunicamos también debemos escuchar atentamente a todo lo que se nos están diciendo, ya que si no ponemos atención, difícilmente retendremos la información, o peor aún, quizás el emisor piense que no le tomamos la importancia debida a lo que me dice.

Siempre responder con ideas constructivas, jamás responder con quejas o desilusiones; recuerde que dentro de la oficina queremos soluciones no problemas.

Las barreras más importantes se clasifican en:

⊗ **Semánticas.-**

Se refieren al significado de las palabras orales o escritas; cuando no precisamos su sentido, éstas se prestan a diferentes interpretaciones y de este modo el receptor entiende no lo que el emisor dijo sino lo que su contexto cultural le indica. La palabra oral o escrita, puede tener significados diferentes, así como el uso de tecnicismos en el lenguaje.

⊗ **Físicas.-**

Se refieren a las deficiencias de los medios empleados en la transmisión y recepción de mensajes y según el aparato transmisor o receptor que se utilice, pueden ser de naturaleza mecánica, eléctrica, acústica u óptica. Los ruidos e interrupciones en el sitio del curso son considerados dentro de este grupo de barreras.

⊗ **Fisiológicas.-**

Independientemente de que le mensaje se transmita a través de un aparato o en forma directa, los trastornos o malestares fisiológicos como el cansancio, el hambre, los defectos de pronunciación de quien habla (emisor), del oído de quien escucha (receptor), de los ojos de quien ve (receptor), con frecuencia anulan o distorsionan la comunicación.

⊗ **Administrativas.-**

La estructura y el funcionamiento mismo de toda organización ocasionan barreras que deforman o anulan la comunicación, esto dependiendo de las diferentes direcciones que siga dicha comunicación dentro de una organización; las barreras se significan por tiempo, lugar, divisiones de la estructura, niveles jerárquicos, burocratismo, debilitamiento de autoridad, inquietud existente en las cargas de trabajo, clima interno y otros factores.

⊗ **Culturales.-**

Cuando dos personas de nivel cultural diferente quieren llevar a cabo un proceso de comunicación, suele suceder que sus mensajes sean mutuamente incomprensibles dada su falta de identificación, ya que sus objetivos, ideas, conocimientos, informaciones, creencias o formación son distintas.

⊗ **Psicológicas.-**

Las diferencias individuales dan lugar a una forma diferente de percibir los fenómenos, que a veces ocasionan deformaciones del contenido de la información en cada una de las etapas del proceso. Dentro de las principales causas se encuentran: los estados emocionales, los valores, los estereotipos, los prejuicios.

2.4 Facilitadores de la comunicación asertiva

El lenguaje oral que se utiliza dentro de una institución requiere sin lugar a dudas cubrir ciertos requisitos que lo hagan más eficaz y eficiente; es por ello que a continuación presentamos una lista de recomendaciones

Escuchar y comprender: Concentrar nuestra atención a lo que nos dicen, siendo pacientes y comprensivos, tratando de entender el punto de vista del emisor.

Expresar correctamente los mensajes: Ser cuidadoso al elegir las palabras tomando en cuenta el status de la persona a la que nos dirigimos para que no haya problemas al no entender determinado vocabulario o tecnicismos. Esto quiere decir que hay que tomar el marco de referencia apropiado para nuestro mensaje.

Emplear los canales correctos de comunicación: Es necesario escoger el canal de comunicación de acuerdo a la formalidad o informalidad del mensaje que vamos a transmitir y a la prioridad que éste tenga.

Ser la fuente de información oportuna y veraz: Dando información y datos fidedignos

Obtener retroalimentación: Al dar una información debemos asegurarnos que ésta fue entendida y por ello es preferible preguntar si entendieron y si es posible qué fue lo que entendieron para evitar cualquier duda.

Como podemos darnos cuenta la comunicación tiene un papel fundamental en nuestra vida, y de cómo nos comuniquemos dependerá la eficacia de nuestro trabajo y las relaciones que entablemos dentro de la institución.



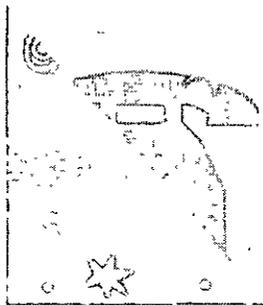
Cortesía Telefónica

La frecuencia de utilizar el teléfono causa la falsa impresión de que sabemos usarlo correctamente; la capacidad de controlar conversaciones telefónicas no es un talento natural, es una combinación de habilidades y estrategias que podemos desarrollar.

Toda persona que llama merece toda la atención, aunque en ese momento no conozcamos la información, nuestra labor es investigarla y comunicarla a quien la necesita. Es tu trabajo y responsabilidad ayudar al usuario, una vez que has contestado el teléfono, se ha convertido en tu cliente o usuario.

Cuando contestas el teléfono en nombre de la institución, ya tienes completamente la responsabilidad de esa llamada.

Los primeros 20 segundos en el teléfono con la persona que ha llamado, cuentan mucho más que 2 meses de trabajo con el mismo usuario. "Solo tenemos una oportunidad para causar una buena impresión de nosotras mismas.



3.1 Técnicas de Servicio en el manejo adecuado del teléfono

En muchas instituciones se considera el teléfono únicamente como una parte del mobiliario, sin tomar en cuenta que es una herramienta muy poderosa en la atención de los clientes tanto internos como externos.

3.2 Reglas de cortesía

EL SALUDO. Cuando contestas la llamada, tienes 4 segundos para mencionar el lugar donde entró la llamada, es nuestra tarjeta de presentación a los demás; en primer término para contestar es mencionar nuestro saludo, siempre debe ser cordial al tomar el teléfono con una sonrisa.

MOSTRAR ENTUSIASMO. Reflejar la energía en la voz, ya que si nosotros no lo propiciamos, entonces difícilmente lo hará el usuario.

3.2.1 Reglas de oro para responder una llamada

- Sonría cuando levante el auricular
- Identifique el área y usted mismo
- Solicite el nombre de la persona que está llamando
- Establezca las necesidades del que llama
- Satisfaga las necesidades del que llama
- Cierre la conversación

3.2.2 Reglas de oro para hacer una llamada

- Planee de antemano una llamada
- Sonría al levantar un auricular
- Preséntese tanto a usted como a la institución
- Sea directo y claro
- Cierre la conversación eficientemente

3.3 El uso del teléfono

TONO DE VOZ. Tiene gran importancia en el teléfono, ya que es el indicador principal de tu estado de emocional. En el teléfono no existen las señales visuales con el usuario, únicamente es la modulación, ritmo, entonación, la que trasmite los estados emocionales.

COMUNICACIÓN NO VERBAL. A través de la comunicación se perciben códigos no verbales, los ademanes acompañan nuestra expresión oral, son un reflejo de la emotividad, estado de ánimo, se percibe y se puede crear un ambiente agradable.

3.4 Como manejar una conversación telefónica adecuada

Al igual que en los encuentros cara a cara, y saludar de mano a la apersona, la misma atención será diciendo: "Mucho gusto", ¿Cómo le va?..etc. Por teléfono será similar, diciendo: "Buenos días" o "buenas tardes", "gracias por llamar". ¿En que puedo servirle? o inclusive un: ¡qué bueno que llamó!

1. NOMBRE DE LA INSTITUCIÓN O ÁREA. El sólo nombre de la institución o área puede ser cortante, duro y frío. las palabras cálidas como en el párrafo anterior, dan un espacio para captar la atención y establecer una comunicación adecuada, logrando que se capte una forma completa del nombre del área.

2. TU NOMBRE Y COOPERACIÓN. Da tu nombre y ayuda a aclarar el proceso de armonía, personalizamos la llamada y mostramos servicio. Un saludo inicial crea buena voluntad e iniciará la conversación exitosamente.

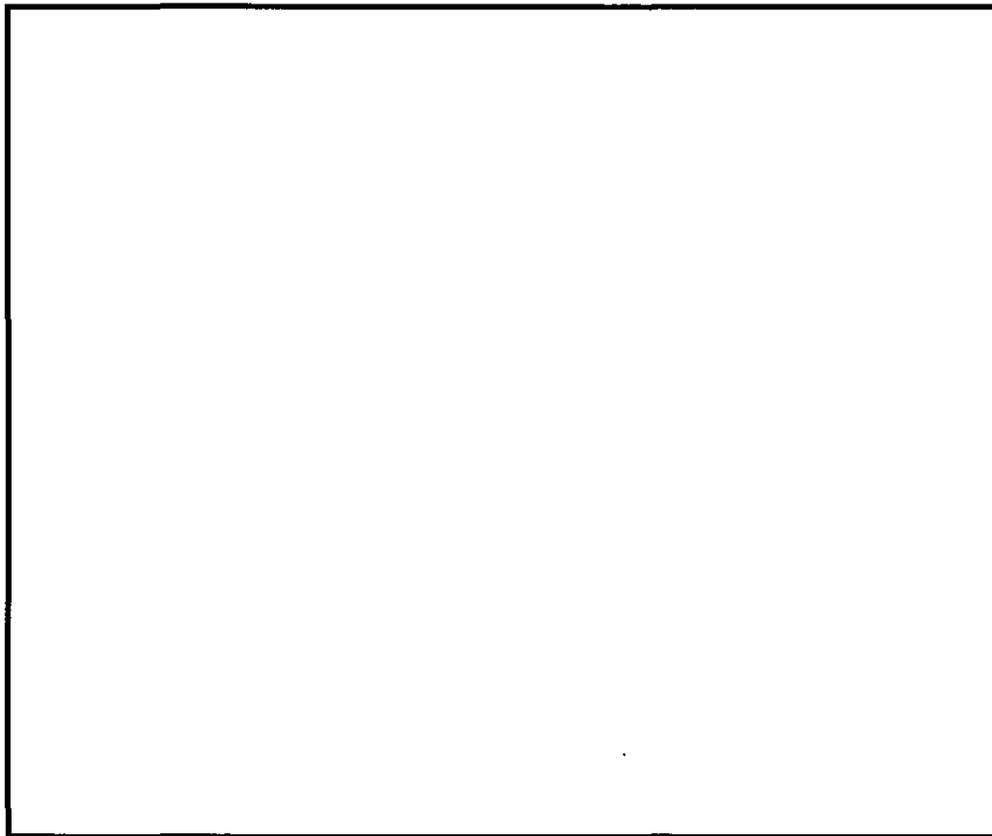
3. CONTROLAR LA CONVERSACIÓN. A veces el usuario telefónico, salta de un tema a otro sin llevar congruencia alguna, normalmente no tenemos tiempo para platicas difusas, el camino más eficiente es ayudarle al usuario a expresar qué desea y guiarle para tomar alguna decisión.

4. LLAMADAS INTERNAS. Todas las personas deben ser tratadas de igual forma, ya sean dentro o fuera de la institución, el profesionalismo debe prevalecer, ya sea personal o de organización; lo más conveniente es contestar el teléfono siempre de la misma forma.

Transmitir la misma calidad de trabajo vía telefónica con los usuarios externos, así como los internos.

3.5 Registro y control de las llamadas telefónicas

Diseño de un sistema de atención telefónica acorde a cada secretaria



Bibliografía

ALBERS, Henry. LOWELL, Schoer. **Principios de Organización y Dirección.** Ed. Limusa. México, 1990.

ARIAS, Galicia Antonio. **Administración de recursos humanos.** Ed. Trillas. México, 1998.

CHIAVENATO, Idalberto. **Administración de recursos humanos.** Ed. Mc-Graw-Hill. México, 1999.

GARDNER, Burleigh MOORE David. **Relaciones Humanas en la Empresa.** Ed. Rialp. Madrid. 1996

IVARS, Moreno Antonio. **Organización de Empresas.** Ed. Rialp. Madrid-México, 1965.

KEITH, Davis John. W. NEWSTROM. **Comportamiento Humano en el Trabajo, Comportamiento Organizacional.** MC-Graw-Hill, octava edición. México, 1991.

REYES, Ponce Agustín. **Administración de Empresas Teoría y Práctica.** Ed. Limusa primera y segunda parte. México, 1992.

REYES, Ponce Agustín. **Administración de Personal.** Ed. Limusa primera parte. México, 1991.

SIKULA. **Administración de Personal.** Ed. Limusa primera parte. México, 2001.

TAGLIAFERRI, Louis E. **Organización y Supervisión de Recursos Humanos.** Ed. Limusa. México, 1981.