

# ESCUELA DE SERVICIO

## ANFITRIONES DE CORAZÓN



# Promesa de servicio



- Somos empáticos
- Estamos informados
- Tenemos actitud, porque nos gusta lo que hacemos
- Hacemos las cosas más que bien



- Saludamos con actitud
  - Somos creativos
- Nos importan los detalles
- Conocemos al cliente y le damos más de lo que espera



- Contamos con herramientas tecnológicas
- Somos flexibles
- Damos soluciones
- Somos ágiles y oportunos



Con nuestra Escuela de Servicio **Anfitriones de Corazón** damos pasos certeros para cumplir nuestra promesa de servicio, mediante acciones enmarcadas en cuatro estrategias.



### Formación

Realizamos cursos, talleres, seminarios y asesorías, para aprender a apasionarnos por el servicio, sorprender y facilitar la vida a nuestros clientes, de la mano de expertos en temas relacionados con servicio y ventas.



### Evaluación

Con metodología de cliente incógnito y cliente real, hacemos evaluación del cumplimiento de nuestra promesa de servicio. El resultado se comparte con tiendas y anfitriones, con calificaciones que, de 1 a 5, reflejan el nivel de cumplimiento de los 3 pilares.



### Comunicación

Para mantenernos informados y recordar aprendizajes de cursos, talleres, seminarios y demás actividades que incluye nuestro plan de formación, mediante campañas, circulares, reuniones, carteleras y el boletín Nuestro Mundo, entre otros.



### Reconocimiento

Cada año hacemos público reconocimiento a los anfitriones y marcas mejor evaluados y les entregamos premios para destacar su compromiso con nuestra promesa de servicio.



**¡El compromiso es brindar un servicio excepcional, para hacer realidad nuestra promesa de servicio y que nuestros clientes siempre quieran regresar.**



# MEDICIÓN DE SERVICIO # 12. PRIMER SEMESTRE DE 2021 - Administración



## ¿QUÉ SE EVALUÓ?

Solamente lo que puede medirse, en relación con los comportamientos del buen anfitrión y con el estilo corporativo de nuestro Mall. En la ficha de calificaciones puedes observar cada ítem.

## ¿A QUIÉN SE EVALUÓ?

A las marcas del Centro Comercial, agrupadas en 5 categorías: comercio, comida rápida, restaurantes y stands; además, a los grupos de anfitriones de aseo, seguridad, estacionamiento, jardín y mantenimiento, informadores y el personal de la administración.





- ✓ Es algo así **como la foto que se toma justo en el momento** en el que un cliente solicita nuestra atención para resolver una inquietud o necesidad.
- ✓ Un cliente incógnito que conoce previamente nuestra promesa y el estilo corporativo de Mi Mundo, contacta al colaborador **por medio de una llamada o por medio de un correo electrónico.**
- ✓ Se realiza con el fin de **identificar las fortalezas y aspectos a trabajar**

Por medio del correo electrónico y en Mundo Net, compartimos nuestro **TOP 10 PARA ESTAR EN EL CORAZÓN DEL CLIENTE**, a través del correo electrónico o del teléfono. El cliente incógnito evalúa el cumplimiento de estas variables y de acuerdo a su experiencia otorga un puntaje.

*Puedes consultar nuestro **Top 10 para estar en el corazón** en el home de Mundo Net cada que lo necesites.*



# ASPECTOS PARA TENER EN CUENTA DE TU CALIFICACIÓN

| 2019 | 2020 | 2021 |
|------|------|------|
| 4,9  | 5,0  | 5,0  |
| 4,7  | 5,0  | 5,0  |

## Resultado y escala de puntaje

Después del contacto con el colaborador, el cliente incógnito completa una encuesta en la que valora, a la luz de la promesa de servicio y el Top 10 para estar en el corazón, cómo fue su experiencia de 1 a 5 y de acuerdo a eso se pondera el puntaje final.

La escala te permite identificar en qué rango se encuentra el equipo y cada colaborador.

También podrás comparar los resultados de las tres últimas mediciones realizadas.

|            |             |              |              |            |            |
|------------|-------------|--------------|--------------|------------|------------|
| 5.0 - 4.75 | 4.74 - 4.50 | 4.49 - 4.25  | 4.24 - 4.0   | 3.9 - 3.75 | 3.74 - 1.0 |
| Excelente  | Bueno       | Regular Alto | Regular Bajo | Bajo       | No Cumple  |



# ASPECTOS PARA TENER EN CUENTA DE TU CALIFICACIÓN

| Tipo medición | Observaciones   |
|---------------|---|
| @             | Respuesta rápida. Conoce la información y la brinda de manera clara y detallada. Es muy amable en su redacción. Saluda y se despide |
| TMK           |   |

## Tipo de medición y observaciones del cliente incógnito.

El tipo de medición indica si fuiste evaluado por medio de llamada (TMK) o por correo electrónico (@)

Las observaciones son las percepciones cualitativas que tuvo el cliente de acuerdo a la experiencia que tuvo contigo.

Estos comentarios te permiten identificar qué generó una experiencia positiva o qué aspectos pueden mejorar y con ellos ejecutar un plan de acción que permita alcanzar la máxima puntuación en la próxima medición.



# ACOMPÁÑANOS EN EL CAMINO A LA EXCELENCIA



En equipo, con la Escuela de Servicio seremos Anftriones de Corazón que **vamos a sorprender y facilitar la vida a nuestros clientes** en cada rincón de Mi Mundo.

Los resultados de la medición de servicio serán nuestra **principal herramienta para avanzar con pasos firmes hacia esa meta.**

**Al identificar y mejorar la calificación del servicio que brindas a nuestros clientes**, contribuyes a que Mi Mundo sea el preferido y, por supuesto, a que siempre quieran regresar.

Si tienes alguna inquietud sobre tu calificación, quieres ampliar la información o conocer más sobre nuestra escuela, **comunícate con Omar Fernando Ospina al teléfono 460 07 37 extensión 154 o al correo [aux.servicios@ccsantafemedellin.com](mailto:aux.servicios@ccsantafemedellin.com)**

