FICHA TÉCNICA	
NOMBRE DEL INFORME	Modelo de PosVenta Servicios Regionales- Modelo Comercial Regional
OBJETIVO	Desarrollar la estrategia de la Banca Regional.
FUENTE(S) DE INFORMACIÓN	
METODOLOGÍA	Estandarización
PERIODICIDAD	Única
FECHA DE PUBLICACIÓN	
FECHA ULTIMA VERSIÓN	
CONTACTO DEL ÁREA RESPONSABLE	Alexandra Estrada
OBSERVACIONES	Cobertura Regional

le estamos poniendo el alma

AMBIENTACIÓN

La oferta disponible en el mercado de servicios regionales de cash management es de productos similares por lo que es importante diferenciarse de la competencia ofreciendo calidad en el diseño, en la construcción y en el servicio para agregar valor a los clientes

El mercado de servicios financieros regionales es cada día más competitivo y si se busca crecer, es necesario utilizar el servicio de atención al cliente no solo como un apoyo a las ventas, sino como una herramienta para buscar la satisfacción de los clientes y su fidelización.

OBJETIVOS

- asdadda

PREMISAS

- El modelo permite mejorar el servicio de atención al cliente, teniendo como indicador principal la satisfacción del mismo.
- Integración de las principales áreas comerciales y de servicio de atención al cliente.
- Generación de procedimientos, herramientas e indicadores de gestión, sistematizados a través del desarrollo de un software.
- Mejora en el ciclo comercial de los servicios regionales.
- Desarrollo de un instrumento para medir la satisfacción del cliente regional.
- Incremento en las utilidades bancarias.

BENEFICIOS

- Reducción del costo posventa.
- Vivienda apta para ser habitada.
- Usuario adiestrado y preparado para el uso de sus servicios regionales.
- Cliente con determinado grado de satisfacción.
- Solución eficiente y eficaz a una queja o inconformidad.
- Información para el control de los procesos regionales del grupo.
- Valoración de los servicios regionales
- Identificación de deficiencias en los servicios regionales
- Oportunidades de mejora.
- Mayor mercado, fidelidad del cliente, Grupo Bancolombia mas competitivo.

MODELO POSVENTA

La Posventa Son todas aquellas actividades que se realizan luego de que el producto está activo.
Cancelaciones, Novedades, Extractos, Reclamos, Certificaciones, reexpediciones, etc, control de reciprocidades, renegociación periódica de tarifas, visitas a clientes. Normalización de la relación con el cliente, Manejo de incidentes, Contingencias

Pendiente solicitar info a Paula para detallar cada punto.

1

Atención de novedades de clientes regionale

2

Atención de reclamos, quejas y felicitaciones.

3

Soporte y apoyo funcional

4

Manejo de alertas e interacción con el cliente.

5

Atención de certificaciones comerciales

6

Procesos de empalme entre el área de soporte regional y los equipos comerciales

CONCLUSIÓN

El servicio posventa es una oportunidad del banco para fortalecer sus relaciones con el cliente, Él se considera imprescindible en el mercado de los servicios financieros debido a que cuando la inversión de los clientes es elevada se espera una excelente atención, y que haya ausencia de fallas tanto en el producto/servicio como en el soporte. A través del contacto directo con los clientes, se puede obtener retroalimentación valiosa para el banco; además sirve de herramienta para aportar valor a los productos/servicios regionales que ofrecemos para satisfacer las necesidades y expectativa posterior a la venta.