

EXCELENCIA EN EL SERVICIO AL CLIENTE

Gerencia de Desarrollo Corporativo



Fiduagraria
Filial del Banco Agrario

OBJETIVO Y BENEFICIOS



Fortalecer el posicionamiento de la marca Fiduagraria en el sector fiduciario colombiano.



Posicionar la marca Fiduagraria como vigente, dinámica y aspiracional, transmitiendo atributos como innovación, solidez y cercanía con nuestras audiencias.



Unificar la divulgación de la nueva imagen corporativa de Fiduagraria, en su calidad de filial, alineada con la arquitectura de marca del Banco agrario, su matriz.



Proyectar, mediante una imagen corporativa renovada la evolución tecnológica que ha tenido Fiduagraria en los últimos años.

Nuestra Promesa de Valor y Política del SGI

Promesa de Valor

Brindar de forma eficiente y eficaz productos y servicios financieros a clientes del sector público y privado a fin de generar sostenibilidad a largo plazo.



Política del SGI

Suministrar a nuestros clientes, productos y servicios financieros de alta calidad en términos de confiabilidad, oportunidad y seguridad en el marco de la mejora continua y sostenibilidad ambiental, a través de capacitación y concientización de las diferentes partes interesadas.



Valores Institucionales

Honestidad

Actuar siempre con fundamento en la verdad, cumpliendo mis deberes con transparencia y rectitud, y siempre favoreciendo el interés general.

Respeto

Reconocer, valorar y tratar de manera digna a todas las personas, con sus virtudes y defectos, sin importar su labor, su procedencia, títulos o cualquier otra condición.

Confianza

Actuar con reserva, prudencia, discreción alineado a las expectativas de acción de nuestros clientes.

Diligencia

Cumplir con los deberes, funciones y responsabilidades asignadas a mi cargo de la mejor manera posible, con atención, prontitud, destreza y eficiencia, para así optimizar el uso de los recursos del Estado.

Compromiso

Estar dispuesto para comprender y resolver las necesidades de las personas con las que me relaciono en mis labores cotidianas, buscando siempre mejorar su bienestar.

EXPERTOS

PRUDENTES

DILIGENTES

Estrategia de marca

Generar mayor cercanía con nuestras partes interesadas basadas en la interacción calidad, dinámica y respetuosa.



VALORES

ATRIBUTOS

Transparencia

Facilidad

Experiencia

Cercanía

Innovación

Sostenibilidad

Compromiso



Estrategia de marca

EJES DE POSICIONAMIENTO



Afianzar posicionamiento



Informar sobre portafolios por segmento



Demostrar valores generar confianza



Educar sobre sector financiero



Hablar de tecnología, innovación y tendencias.

Capacitación

Objetivos

Fortalecer las actitudes y aptitudes en todos los colaboradores de la entidad para establecer relaciones positivas y de confianza con los clientes internos y externos.



Propender por el conocimiento de los productos y servicios de nuestra entidad por parte de todos los colaboradores.



Aspectos a tener en cuenta:

Características del servicio

Fundamentos de servicio al cliente

Claridad en las condiciones en la prestación del servicio

Excelencia del servicio

Compromiso del talento humano

Canales de interacción con el cliente

CARACTERÍSTICAS DEL SERVICIO

Nuestro Protocolo de Atención a Personas en Situación de Discapacidad, está dispuesto un capítulo sobre el centro de relevo Colombia, este centro permite la comunicación bidireccional entre personas sordas y oyentes a través de una plataforma tecnológica que cuenta con intérpretes de LSC en línea.

El Protocolo de Atención Financiera para Personas en Situación de Discapacidad contiene los siguientes pasos:

- 1 Ubíquese de tal manera que su cara esté iluminada.
- 2 Hable de frente, la persona necesita ver sus labios.
- 3 Module con naturalidad.
- 4 Repita las indicaciones a la información de ser necesario.
- 5 No debe alzar la voz, a menos de que se lo soliciten.
- 6 Por el hecho de llevar audífonos, no significa que escuche claramente ni que debe gritarle.



FUNDAMENTOS DE SERVICIO AL CLIENTE

Una marca es para una empresa lo que la reputación es para una persona. Ganas reputación al tratar de hacer bien las cosas difíciles.

Para una comunicación asertiva: cuida tus emociones, los juicios de las personas son diferentes, argumenta tus ideas con criterios y evita usar prejuicios reconociendo las diferencias.

Transmite confianza, se coherente y respeta a los otros: para lograr empatía hay que comprender a la otra persona. Antes de expresar alguna opinión ten en cuenta el entorno y la cultura del otro.

Todos pueden superar sus circunstancias y alcanzar el éxito si están dedicados y apasionados por lo que hacen

10 MANDAMIENTOS DE SERVICIO AL CLIENTE

En Fiduagraria queremos destacar a aquellos funcionarios que tienen un excelente servicio al cliente tanto interno como externo, a quienes sus compañeros definen dentro de alguno de los 10 mandamientos de servicio al cliente de la fiduciaria y que por su gestión día a día queremos reconocer.

1. SER PUNTUAL



2. TENER ACTITUD POSITIVA



3. DAR LAS GRACIAS



4. CUIDAR A LOS DEMÁS



5. SONREIR



6. SER APASIONADO



7. ESFORZARSE



8. APRENDER DE LOS ERRORES



9. DEJAR QUE TE ENSEÑEN



10. DECIR POR FAVOR



Enrótate al Excelente Servicio

Las personas sordas, son personas cuyo canal de acceso a la realidad es preferiblemente visual. La lengua natural desarrollada por las personas sordas es la lengua de las señas. Si se encuentra con una persona sorda que habla lengua de señas, revise si se puede comunicarse escribiendo la información. Si no puede hacerlo de esta manera, o hay dificultades para comprender lo que le intenta comunicar, solicite soporte a través del centro de relevo Colombia.

Sabías que el sistema de lectura y escritura en relieve fue inventado en el siglo XIX por el francés Louis Braille. Este se basa en la combinación de seis puntos ordenados en dos columnas de tres cada una, que pueden ser percibidos a través del tacto. Los seis puntos cuya combinación da 64 caracteres permite la escritura del alfabeto, signos de puntuación, los números y los signos matemáticos.



Tipos de clientes

Alguno tipos de clientes con los que nos podemos encontrar son:

El impaciente: “nunca tiene tiempo y te lo hace saber”

¿Cómo lidiar con él?

Expresa firmeza y cordialidad.

Busca soluciones ágiles.

Conserva la calma, entiende la posición del cliente.

Has los procesos bien y a la velocidad que amerite.

El lamentable: “utiliza la lastima para tratar de dominarlos”

¿Cómo lidiar con él?

Ayúdale a entender la naturaleza y límites del trabajo.

Coopera con él y muéstrale sus posibilidades.

Si ves la necesidad puedes asesorarte con tu superior.

El amigüero: “demanda más tiempo y siempre quiere trato VIP”

¿Cómo lidiar con él?

Direcciona siempre la conversación o asesoría no dejes que se desvíe del tema,

Define un tiempo límite de atención, traza límites de relación con el cliente, bríndale la mejor atención y servicio este tipo de cliente puede convertirse en nuestro mejor reverenciador.

El laguna mental: “te puede demandar más atención por su distracción y olvido de la información”

¿Cómo lidiar con él?

Facilítale elementos para realizar anotaciones, Pausa y pregunta periódicamente verificando su atención, Provee material de soporte para que lo revise por su cuenta.

A este tipo de cliente puedes sugerirle que se contacte contigo si tiene alguna inquietud.

CLARIDAD EN LAS CONDICIONES DE LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO

Las compañías que constituyen una marca duradera tienen una relación emocional con su cliente; una relación basada en la confianza, la claridad al escuchar y transmitir la información es fundamental en los cierres y condiciones de la venta.

La mayoría de las empresas no comprenden que el servicio al cliente es realmente una acción de ventas "servicio es vender" estimula al cliente a regresar con mayor frecuencia y a comprar más, la importancia de un lenguaje positivo en el servicio.



Para escuchar y crecer como equipo, brindar un mejor servicio a nuestros clientes podemos aplicar la siguiente fórmula:

EXPRÉSATE ASERTIVAMENTE
+
ESCUCHA ACTIVAMENTE
=
COMUNICACIÓN EFECTIVA

Las frases prohibidas en servicio al cliente son:



No se: los clientes no esperan que los vendedores lo sepan todo, pero esperan una adecuada preparación de parte del encargado para que absuelva sus dudas.

Es mejor decir "esa es una buena pregunta déjame lo averiguo por usted"

Cálmese: es una frase que suele irritar más a un cliente irritado. Si un cliente ha llegado a un punto de ebullición, tal vez la mejor cosa es no decir nada.

Mejor decir "me disculpo"

Ya estamos cerrando: al final del día muchos empleados no desean hacer esfuerzos por atender a los clientes.

Mejor decir: "cerramos a las xxx horas y volvemos a abrir mañana _ ¿hay algo en que rápidamente lo pueda ayudar?"

Está equivocado: los clientes no siempre tienen la razón, pero los vendedores nunca deben decírselo.

Mejor decir: "creo que ha habido un mal entendido."

Esperre: esta frase de servicio al cliente debe ser eliminada hay maneras mucho más suaves que dicen lo mismo, sin irritar a los clientes.

Mejor decir: "¿Por favor, podría mantenerse por un momento?"

Respuesta rápida: información precisa y conversación amistosa son las características principales. Un buen servicio al cliente aumenta los niveles de satisfacción y lealtad a la marca, además de mejorar la reputación de la empresa en el mercado.

EXCELENCIA DEL SERVICIO

El talento gana partidos, pero el trabajo en equipo y la inteligencia gana campeonatos, establece relaciones sostenibles con tus compañeros de tu área y las demás áreas para buscar una comunicación efectiva.

Servicio al cliente proactivo, es aquel donde la compañía o entidad busca o se acerca directamente al cliente, se utiliza el servicio proactivo en cualquier fase del proceso de venta, durante el proceso de compra o en la relación que se desea mantener posteriormente con el cliente.



Características: es previsor y analítico, es más amable, mejora la lealtad del cliente, mejora la tasa de retención de clientes, brinda orientación al cliente, aumenta la capacidad de análisis.

COMPROMISO DEL TALENTO HUMANO



Todos los funcionarios generan un impacto en el cliente, cada uno de los roles misionales, estratégicos o de apoyo. En la fiduciaria el compromiso constituye un componente fundamental para la gestión y el mejoramiento oportuno a las respuestas a las solicitudes y requerimientos:

Debes ser efectivo tu liderazgo para la gestión y lograr un desempeño en equipo más productivo ten en cuenta: definir y comunicar la visión - habla con el corazón, fomenta el equilibrio – se humano, delega y empodera – evita la micro gestión y las etiquetas, comprométete a la educación continua, fomenta el reconocimiento lo que se premia se repite.

Debes capacitarte en los Planes Institucionales de Capacitación en temas de servicio y para el fortalecimiento de tus competencias, conocimientos de los cambios en los procedimientos y las funciones es una bandera que debes llevar.

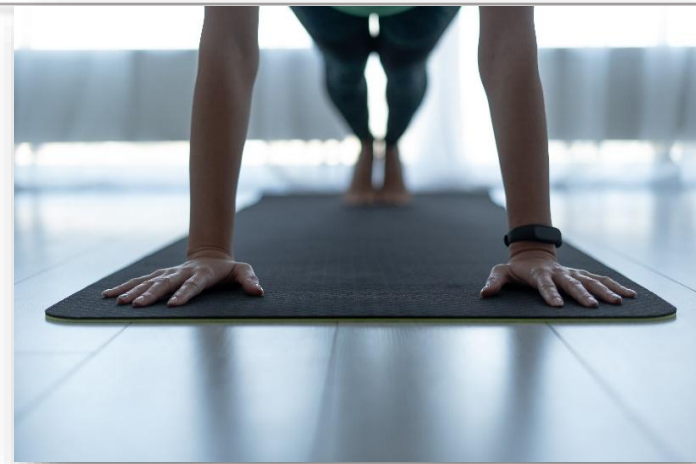
En las jornadas de actualización de la información, procedimientos, manuales, sistemas de información internos para la mejora continua de la prestación del servicio debes interactuar de forma continua.

Debes consultar las campañas de recordación para alinearte al servicio, siempre estar dispuesto a aprender:

las mentalidades empresariales saben que el mundo es grande y que siempre hay una buena oportunidad para aprender algo nuevo, debes creer en tus valores personales y profesiones: particularmente en los valores: compartir, comunicar, cooperar y colaborar, no debes conformarte las mentalidades empresariales siempre van por más, la superación, el crecimiento exponencial son parte de las búsquedas diarias de las mentalidades que siempre van por más.

Debes tener propósitos claros reales, objetivos que se puedan cumplir.

Todas son oportunidades: década situación de la vida podemos encontrar una oportunidad de crecimiento, es cuestión de mantener los ojos abiertos y la voluntad dispuesta para esto.



Para una buena salud mental hay que mantenerse activo, si realizas ejercicio a diario generas dopamina, además de mantenerte en forma, reducirás el nivel de actividad fisiológica que se asocia al estrés, come bien y elige bien los alimentos de tu dieta.

Limitando la grasa, los azúcares, el alcohol, protegerás la salud del cerebro por tanto tu salud mental, has vida social, cuidar y mantener las relaciones con otros o iniciar nuevas relaciones son de ayuda para ciertos problemas de ansiedad o el estrés, diviértete dedica tiempo para una actividad placentera, solo o en compañía de otros, te permite mejorar tu estado de ánimo.

CANALES DE INTERACCIÓN CON EL CLIENTE



Para interactuar con él de manera efectiva, debes garantizar que la información que se transmite a través de todos los canales con lenguaje claro, homogéneo, oportuno.

Garantizar que el CRM sistema de información, debe ser la herramienta que simplifica la gestión y ayuda en el seguimiento de los requerimientos del cliente, informar al cliente los canales a través de los cuales en forma oportuna demos dar la solución a las peticiones de acuerdo con el orden de llegada, siempre teniendo en cuentas las excepciones legales.

Canal de WhatsApp Digital



317 431 5354

Horario de atención
8:00 am - 5:00 pm

Chat semiautomatizado

Nuestros Canales

Líneas de atención al cliente son:
PBX Fiduciaria: +57 (601) 580 2080
Línea Nacional: 01 8000 95 9000
Línea fija Contact Center: +57 (601) 745 6379



Página web <https://www.fiduagraria.gov.co/>

Redes sociales institucionales: [Facebook](#), [Twitter](#) e [Instagram](#)



@Fiduagraria



@Fiduagrariasasa

Defensor del Consumidor Financiero

Principal: Pablo Valencia Agudo

Suplente: Bertha García Meza

Tel. 317 441 6244

Dirección: Carrera 10 A No. 97 A 13 Ofc 502

Correo: defensorfiduagraria@tundefensor.com.co

Página Web: <https://tundefensor.com.co/>

- SFC: Smart Supervision y SIRI

Nuestros Correos

- Correo electrónico para recepción de QRDF: servicioalcliente@fiduagraria.gov.co
- Correo electrónico de servicio al cliente: contacto_atencionalcliente@fiduagraria.gov.co
- Correo electrónico de notificaciones judiciales: notificaciones@fiduagraria.gov.co
- Correo electrónico de la oficina de Control Interno Disciplinario y/o correo para denuncias por actos de corrupción: ocid.dyr@fiduagraria.gov.co
- Correo electrónico de la Gerencia Integral de Riesgos para denunciar conductas relacionadas con fraude y/o corrupción - Línea ética: anticorrupcion@fiduagraria.gov.co
- Correo electrónico de un funcionario de Fiduagraria.
- Correspondencia física.



Nuestros Canales



Puntos de atención

Dirección:

Calle 16 No 6-66, piso 29. Edificio Avianca, Bogotá – Colombia

Horarios de Atención:

Atención al público:

Lunes a Viernes 8:00 a.m. a 5:00 p.m.

Línea de atención al Consumidor: Lunes a Viernes de 8:00 a.m. a 5:30 p.m.

Entrega de Cheques en Caja:

Lunes a Viernes de 9:00 a.m. y 5:00 p.m.

Operaciones de los Fondos de Inversión Colectiva

Para retiros: Lunes a Viernes de 8:00 am a 1:00 p.m. a través de carta en físico.

Para retiros: Lunes a Viernes de 8:00 am a 1:30 p.m. a través del portal transaccional.

Para adiciones: Lunes a Viernes de 8:00 am a 3:00 p.m.

Radicación de Correspondencia:

Código postal: 110321

Lunes a viernes de 8:00 a.m. a 5:00 p.m. Jornada continua, piso 29



Fiduagraria
Filial del Banco Agrario