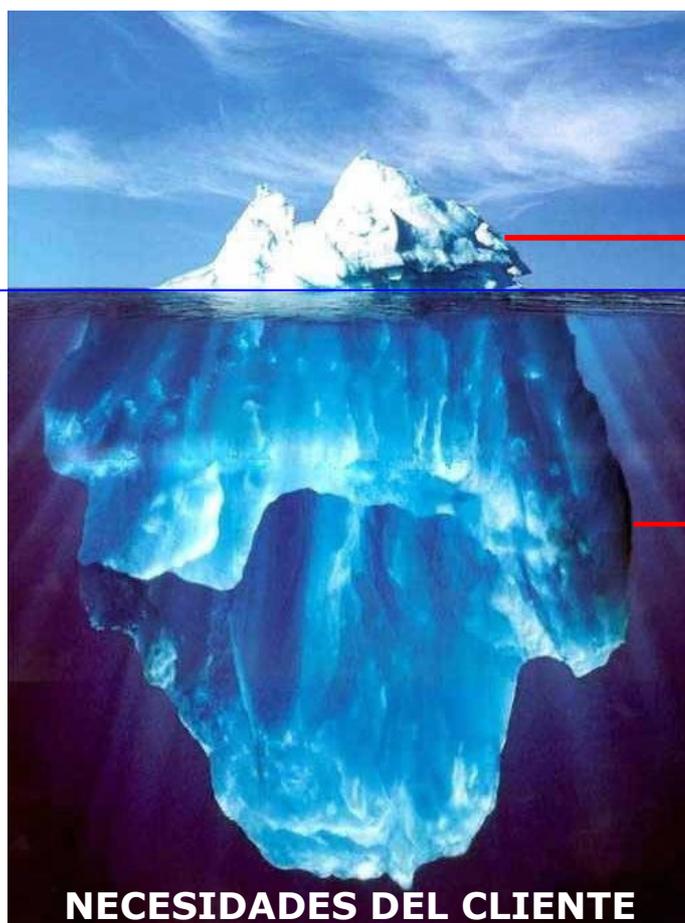


SINCROSERVICIO: LA PERSPECTIVA DEL CLIENTE



NECESIDADES
MANIFIESTAS

NECESIDADES
OCULTAS

NECESIDADES DEL CLIENTE

ESPECIAL PARA LA RUTA DEL APRENDIZAJE

POR JOSE R. BETANCOURT T.

Betancourt & Vera
Consultores Asociados

<http://www.egrupos.net/grupo/larutadelaprendizaje/>



LA RUTA DEL APRENDIZAJE - Por una Venezuela Mejor

SINCROSERVICIO: LA PERSPECTIVA DEL CLIENTE

José R. Betancourt T. – B&V Consultores Asociados
Venezuela

1. INTRODUCCION

Con este nuevo trabajo, deseamos continuar construyendo los elementos en los que se basa ese nuevo modelo de servicio que hemos dado en llamar el **SINCROSERVICIO**. Quizás para muchos ha sido difícil digerir el concepto, debido a que hemos dicho siempre que el proceso se realiza en un plano de inteligencia superior, que involucra una capacidad especial de conectarse en un plano que va más allá de los elementos que conocemos normalmente, sin embargo, hasta ahora no hemos explicado por qué se requiere ese navegar hacia un plano superior.

Es nuestro objetivo en este trabajo, clarificar las razones por las cuales necesitamos desarrollar ese proceso especial de conexión. Dichas razones están asociadas al concepto cliente y a la filosofía de enfocar el servicio en el mismo.

Los elementos desarrollados en este trabajo pueden servir de base para la realización de cualquier tipo de servicio, ya que están basados en la comprensión de las necesidades del cliente, tanto las que se manifiestan de manera abierta y precisa, como aquellas que no solo están ocultas, sino que son celosamente guardadas por el cliente y la única manera de determinarlas es a través de la conexión **Cliente-Conexión-Servicio**, es decir dentro de un modelo de **Sincroservicio**.

Al final de todo esto, cuando el cliente se siente comprendido y satisfecho, el resultado apunta a crear un vínculo de fidelidad, primero hacia el trabajador que realizó la conexión de manera empática y posteriormente hacia la organización que sobre la base de la constancia en el manejo del concepto, termina por lograr un lugar preferencial en la mente del cliente.

2. LA BASE DEL SINCROSERVICIO

Recordemos que hemos definido como **Sincroservicio**, a aquel servicio basado en la Sincronicidad que ocurre entre los elementos **CLIENTE-SERVIDOR-SERVICIO**, haciendo que dicho proceso de servicio se desarrolle en un nivel de inteligencia superior, más allá de los componentes que interactúan.

Sabemos que un proceso de esta magnitud, no es posible, a menos que tengamos trabajadores extraordinariamente motivados por su trabajo, es decir, capaces de percibir que su trabajo cobra sentido en su vida y contribuye al desarrollo del sentido de su vida como ser humano.

Una responsabilidad que tienen todas las organizaciones de servicio, es comprender que *orientación al cliente* significa ponerse en su lugar y trabajar para atender sus necesidades, aún cuando hacerlo, pueda ir, de manera temporal en

contra de nuestros propios procesos, ya que a mediano y largo plazo eso tiene un efecto extraordinario en la imagen de nuestro negocio. Eso significa darles a nuestros trabajadores las herramientas y el entrenamiento adecuado para realizar su actividad y brindarle soporte para conseguirle sentido a su trabajo, de manera que el mismo se pueda relacionar de alguna manera con el sentido de la vida de dicho trabajador.

Cualquier trabajador que llega a una organización, bien sea porque era allí donde deseaba trabajar, o bien sea porque fue lo único que consiguió, debe llegar al pleno convencimiento de que lo que hace tiene sentido y le agrega valor a alguien, que la actitud adecuada hace la diferencia y que solo poniendo pasión y entusiasmo puede llegar a destacar como servidor de excelencia.

El cliente solo manifiesta una parte de sus necesidades, el resto permanecen celosamente ocultas y solo se puede acceder a ellas, cuando estamos realmente presentes como servidores, somos empáticos y establecemos un poderoso proceso de conexión con él.

El modelo de **Sincroservicio** está sustentado en el proceso de sincronidad que se produce como consecuencia de la alineación de los elementos componentes de un sistema. Se asume que una organización donde todos los elementos están alineados genera un efecto magnético sobre las metas, es decir, la organización se acerca a las metas y las metas se acercan a la organización. ¿Cómo funciona esto en la práctica? Imagine un equipo deportivo cuyos jugadores están profundamente alineados. Su sola presencia en el campo, infunde una energía y un efecto devastador sobre el equipo contrario. Ese efecto no solo ocurre que sus jugadores produzcan las jugadas necesarias para ganar, sino que el equipo contrario realice las jugadas que se necesitan para perder. Cuando el equipo hace las jugadas que lo acercan al triunfo, el equipo se acerca a las metas. Cuando el equipo contrario comete errores, las metas se acercan al equipo.

La alineación de los miembros del equipo alrededor de una visión compartida produce un profundo efecto de sincronidad que permite una conexión a un nivel que Deepak Chopra llama *No Circunscrito* y el físico David Bohm llama *Orden Implicado*.

Este proceso de conexión se traslada al servicio y puede permitir definir un servicio con un alto nivel de sincronidad, donde el cliente participa como parte del todo organizacional. Esa conexión permite descubrir las necesidades del cliente en un nivel de profundidad mucho mayor al usual y a partir de allí, obtener como resultado un nivel de satisfacción superior que quizás podamos conceptuar como una especie de *complicidad placentera*. La complicidad se da como consecuencia de que existe una especie de secreto compartido entre cliente y servidor y el placer por la satisfacción total de las necesidades y expectativas, con poco desgaste emocional del cliente.

3. EL CLIENTE Y EL MODELO DEL ICEBERG

Las necesidades del cliente tienen un comportamiento similar al de un Iceberg. Como se sabe, solo una pequeña parte del iceberg se mantiene fuera del nivel del agua, a la vista de quienes navegan en las mismas aguas que estos. El resto, que corresponde a la gran mayoría de su masa, permanece oculto, bajo el nivel del agua. Cualquier navegante debe saber que esa masa está allí aún cuando no la vea, ya que si no corre el riesgo de que le suceda lo que le sucedió al Titanic.

En el caso del servicio, los clientes solo muestran una pequeña parte de sus necesidades, las más obvias por lo demás y el resto permanecen ocultas a la vista del servidor. Sin embargo, un servidor que no desee correr la misma suerte del Titanic, debe saber que esas necesidades están allí y que de alguna manera deben ser al menos intuidas, si de verdad deseamos brindar un servicio que el cliente recuerde por siempre y que nos proyecte a largo plazo como servidores confiables. Lo importante es que esa masa oculta de necesidades no va

a aparecer ante nuestra vista de ninguna manera, ya que normalmente el cliente no quiere, no debe o no puede ponerlas al descubierto.

Detrás de cada cliente hay una historia, un cúmulo de motivaciones y una enorme cantidad de problemas, dudas, angustias, preocupaciones, etc. Cada uno de nosotros al

convertirse en servidor, tiene la oportunidad de lograr cambiar el ánimo o la actitud de esa persona y posiblemente, contribuir a mejorar en algo su vida y esa es la mayor recompensa a la que cualquier persona puede aspirar.

La única manera de llegar a conocer algo de esa masa oculta de necesidades e historias ocurre si estamos atentos a todas y cada una de las expresiones o gestos conscientes e inconscientes del cliente, a su lenguaje no

La única manera de llegar a conocer algo de esa masa oculta de necesidades ocurre si estamos atentos a todas y cada una de las expresiones o gestos conscientes e inconscientes del cliente, a su lenguaje no verbal, a sus cambios fisiológicos más sutiles y a esos pequeños detalles que se escaparían si no fuera porque estamos realmente pendientes de él.

verbal, a sus cambios fisiológicos más sutiles y a esos pequeños detalles que se escaparían si no fuera porque estamos realmente pendientes de él. A partir de allí debe producirse un proceso de empatía, que debe proporcionar una conexión límbica (los cerebros del cliente y el servidor entran en resonancia), que vaya seguida posteriormente de una conexión espiritual que se genera en el ámbito no circunscrito, y en donde comienza a llegarnos toda la información que deseamos obtener sobre nuestro cliente, de una manera natural, casi como si estuviéramos leyendo su pensamiento.

Esta inmersión en el mundo oculto del cliente nos permite ofrecer exactamente lo que él desea obtener y permite hacerle sentir cómodo e identificado con el servidor. Cuando este proceso se da de manera natural, el cliente se identifica con el servidor y siente un fuerte sentimiento de gratitud hacia él, que hace que la próxima vez lo busque, pues se siente cómodo. Sin embargo una organización de **SINCROSERVICIO**, debe tener a todos sus servidores preparados para brindar este tipo de experiencias, ya que si no se corre el riesgo de que el cliente se convierta en cliente de un servidor particular y no en cliente de la organización como tal.

4. LA PERSPECTIVA DEL CLIENTE

Hay algunos ejemplos que nos permiten ver como funciona esta nueva perspectiva del cliente. Suponga ud. que un compañero suyo de trabajo, algo pesado y que además le cae mal, se casa, y todos los compañeros de trabajo, deciden que cada quien haga su regalo en forma individual. La pregunta es, ¿Le diría ud. al vendedor de una tienda de regalos que está buscando un regalo para un tipo que le cae mal y que por eso no quiere gastar mucho dinero, por que no vale la pena?. Posiblemente, en la mayoría de los casos esa información queda guardada en la mente del cliente ya que este no se atreve a exteriorizarla. Sin embargo, imagínese ahora que el servidor intuye que ud. no está muy convencido de tener que hacer ese gasto y le ofrece un artículo lo suficientemente barato para no comprometer su

presupuesto, pero a la vez representativo, para que la persona que lo reciba, no se lleve la impresión de que dicho regalo se compró solo por salir del compromiso. ¿Cómo se sentiría?. Seguramente muy bien y estaría encantado de volver a comprar a ese vendedor, y posiblemente en esa tienda. Una nueva experiencia similar generaría en el cliente una reacción de lealtad y fidelidad hacia ese negocio, lo que vendría a ser justamente lo que buscan las empresas de servicio de hoy en día: Fidelidad del cliente.

Ahora bien, la anterior no es una situación aislada, ¿cuántas veces no llegamos a una Farmacia y deseamos ser atendidos en total discreción, porque no deseamos que nadie sepa lo que estamos comprando?, ¿cuántas veces no vamos a comprar algún producto o servicio y tenemos el dinero para comprar sumamente recortado?, ¿Cuántas veces no vamos a comprar algo acompañados de otra persona y lo que deseamos es dejarnos ver de una cierta manera ante nuestro acompañante?. Estamos seguros que en todas y cada una de esas situaciones estaríamos deseosos de conseguirnos con un servidor capaz de conectarse discretamente con nuestras necesidades y ayudarnos a satisfacerlas sin preguntas engorrosas.

En una oportunidad, trabajando en un programa de Servicio al Cliente, con un Banco líder en Venezuela, tuve la oportunidad de conocer una historia real, que contó una participante en uno de los Talleres que estábamos dictando, donde quedaba bien clara la importancia del rol del servidor, cuando es capaz de conectarse profundamente con las necesidades del cliente. Corría el año 1994, año, donde se desató una espantosa crisis financiera en Venezuela, que dio al traste con una enorme cantidad de Bancos, que fueron intervenidos por el Gobierno. La clientela de los Bancos, inmediatamente se fue a buscar los Bancos más sólidos, a fin de proteger su dinero, lo cual sirvió para agudizar la crisis de muchos Bancos pequeños, que fueron arrastrados por la corriente de la desconfianza.

Al final el proceso de Sincroservicio se convierte en una danza donde cliente y servidor bailan la música de la excelencia en el servicio.

Esto también creó una crisis de servicios en los Bancos receptores de estas masas de clientes, que fueron invadidos por dichos clientes y empezaron a colapsar en sus procesos. Muchos Bancos inmediatamente, comenzaron a desarrollar Programas de Calidad de Servicio a fin de dar respuesta a los clientes que reclamaban por el mal trato que se les daba. Adicionalmente, el gobierno decidió ejercer un fuerte control cambiario, que evitara la fuga de divisas, que hacía crecer la crisis financiera.

Todos estos hechos aquí comentados crearon una gran angustia, desazón e insatisfacción en los venezolanos, que produjo en muchos de ellos incluso el deseo de abandonar el país.

Uno de los requisitos que se establecieron para otorgar dólares preferenciales a las personas que viajaban, era presentarse ante un Banco, con los documentos de viaje, pasajes y pasaporte vigente, para que dicho Banco permitiese la compra de hasta un máximo preestablecido de divisas, que eran además asentadas en una de las páginas del pasaporte de la persona.

La persona que contó la historia era una joven que trabajaba como promotora de la Agencia Principal del Banco, ubicada en el Edificio donde el Banco tenía sus oficinas administrativas. El caso es que una señora, que viajaba a España, un par de días después, con la posibilidad de quedarse en ese país, fue a esa

Agencia a comprar su cupo de dólares y es atendida precisamente por la joven en cuestión, quien realiza todo el trámite, pero cuando llega a devolverle los documentos a la señora y a entregarle las divisas, nota con profunda preocupación que no está el pasaporte de la señora. Angustiada, la joven busca sin éxito el pasaporte por toda la oficina y descubre que el pasaporte no está en ninguna de las partes del recorrido del proceso y que probablemente alguien se lo llevó por error o quien sabe por qué. Cuando le transmite la información a la cliente, esta rompe a llorar y en medio de la frustración vocifera

Cuando se da la conexión espiritual en el ámbito no circunscrito, cliente y servidor se vuelven uno y la información fluye sin trabas.

acerca de la irresponsabilidad de la joven que le perdió su documento y que la llevaba posiblemente a perder su viaje. La joven, en un acto de profunda valentía y comprensión de la señora, le dice, que ella está dispuesta a hacer cualquier cosa que sea necesaria para resolverle su problema y le pide su número telefónico, para comunicarse con ella en cuanto tenga una solución y que eso ocurriría a más tardar el siguiente día.

La joven se dirige a su Gerente inmediato, le explica la situación y solicita dos días libres a cuenta de sus vacaciones, con el fin de solucionar el problema de la señora. La Gerente accede a la solicitud y la joven se dirige a las Oficinas ubicadas en el edificio, a fin de conseguir alguna persona que tuviera algún familiar o conocido en la Dirección de Extranjería, donde se realizaba la expedición de los Pasaportes. Después de recorrer varios pisos, consigue a un Ejecutivo del Banco, cuya hermana trabajaba en dicha Dirección y una vez conocida por él la situación, decide ayudar a la joven, dada la voluntad mostrada por ella y la pone en contacto con su hermana, quien a su vez se comunica con el Director de Extranjería y este decide ayudar a la joven a resolver el problema.

Esa misma noche, la joven llama a la señora y le dice que la va a buscar al día siguiente para que estén a la hora de la apertura en la oficina de extranjería, a fin de obtener el documento, el cual fue totalmente cancelado por la joven, quien asumió todos los costos del

documento. Una vez obtenido el mismo y habiendo ya hecho el asentamiento de la información de las divisas obtenidas por la señora, la joven se compromete con la señora a llevarla ella misma en su carro hasta el Aeropuerto de Maiquetía, a fin de hacer un último gesto de amabilidad con ella, buscando resarcir el error cometido.

Al día siguiente, cuando la señora se está despidiendo, le dice a la joven: "antes de irme deseo decirte algo que para mi es muy importante, yo me estaba yendo del país, porque con todo lo que ha estado pasando últimamente,

pensaba que este país no valía la pena, sin embargo, tu con tu actitud, me demostrastes que en este país hay gente valiosísima y que vale la pena seguir luchando por él. He cambiado mi decisión de no regresar gracias a lo que tu hiciste y no te imaginas lo importante que es eso para mí". Unos meses después, la joven fue ascendida a Supervisora de la Agencia y poco tiempo después llegó a ser Gerente de otra Agencia del Banco. Ella convirtió un error garrafal en una oportunidad para crecer, gracias a que se conectó de manera especial con la señora.

Esta historia además demuestra que detrás de cada cliente que llega a solicitar un servicio, se esconde todo un mundo de necesidades, que uno muchas veces ni se imagina y que con su actitud y su trabajo puede ayudar a satisfacer y que incluso en muchas oportunidades no están directamente relacionadas con el servicio. Un servidor debe estar consciente que cada cliente que llega frente a él, se convierte en una enorme oportunidad de ayudar a alguien y de crecer como ser humano.

Debemos estar claros que cuando un cliente se sienta en una mesa de un restaurant, lo único que sabemos es que por lo menos desea satisfacer una necesidad de tipo alimentaria, que cuando entra a una farmacia seguramente desea atender una necesidad de salud, que cuando entra a un cine desea atender una necesidad de diversión o recreación, que cuando compra un pasaje en una línea aérea, desea atender una necesidad de transportación, pero en todos y cada uno de estos casos debemos estar atentos a sus expresiones, fisiología, movimientos, expresiones, etc. pues es allí donde están las verdaderas claves que nos permitirán iniciar el proceso de conexión que nos llevará a viajar hacia las profundidades del resto de las necesidades y motivaciones ocultas que el cliente desea satisfacer adicionalmente a esas que de manera evidente se presentan en todos y cada uno de los casos expuestos aquí. Es responsabilidad del servidor darle inicio a ese viaje, el cual puede comenzar con una simple frase, como: "Buenos días señor, bienvenido a nuestra tienda, en qué podemos servirle", que dicha de la manera adecuada, con la entonación adecuada y con la intencionalidad apropiada puede servir como una especie

de mantra de conexión que nos permita recorrer de manera exitosa el camino de la conexión deseada. Al final el proceso de **Sincroservicio** se convierte en una danza donde cliente y servidor bailan la música de la excelencia en el servicio.

A VECES VEMOS LA VIDA COMO ALGO PROVISIONAL. ESA ACTITUD HACE QUE NOS PERDAMOS LAS MEJORES COSAS DE LA VIDA QUE OCURREN CADA DÍA Y SENTIMOS ADEMÁS QUE NUESTRA VIDA NO TIENE SENTIDO.

5. COMBATIR EL "MIENTRASTANTISMO"

Una costumbre muy conocida entre los seres humanos, es la de vivir en una especie de animación suspendida, donde el presente no tiene ningún sentido y vivimos esperanzados en un futuro que no tiene ninguna conexión con las acciones que realizamos cada día. A ese fenómeno lo he querido llamar el "MIENTRASTANTISMO", ya que se basa en pensar que lo que estamos haciendo hoy es "*Mientras Tanto*".

Esto lo podemos observar, cuando a veces, hablando con algún amigo que nos encontramos, al preguntarle, ¿Dónde estás trabajando?, obtenemos como respuesta, bueno, ahora estoy trabajando en una Panadería, pero eso es mientras tanto consigo un "trabajito" mejor. A veces es mientras tanto estudio en la Universidad, mientras tanto me hago millonario o mientras tanto decido que hacer con mi vida. Esa actitud nos genera una actitud de ver la vida como algo provisional. No asumimos compromiso con lo que hacemos y por lo tanto no nos interesa el cliente que llega y requiere de nuestros servicios. A fin de cuenta, ¿qué importa?, total, eso es mientras tanto y el ahora, se convierte en un elemento que no vale la pena considerar. Con la actitud mientrastantista, nos perdemos las mejores cosas de la vida que ocurren cada día y sentimos además que la vida no tiene sentido.

Lo peor de todo es que aplicamos el mismo modelo en prácticamente todos los aspectos de nuestra vida. La

pareja es *mientras tanto* aparece el hombre o la mujer de mi vida. La casa es un rancho donde vivimos *mientras tanto* conseguimos una casa mejor. Comemos algo para llenar el estómago *mientras tanto* conseguimos dinero para comer mejor. Lo malo del asunto es que a veces pasan y pasan los años y esa vida provisional se convierte por fuerza de la costumbre en definitiva y sentimos una profunda sensación de vacío, que somos incapaces de llenar. Nos perdemos los mejores momentos de la vida y al final cuando no hay nada que hacer, entonces nos sentimos arrepentidos de no haber disfrutado.

Cuando un servidor posee una actitud *mientrastantista*, su capacidad de conectarse es prácticamente nula, ya que no consigue sentido en lo que hace y sus niveles de motivación y de energía están sumamente bajos. El primer paso que debe dar un servidor que desee participar en el mundo del sincroservicio, es el de comprender su realidad actual, asumirla y comenzar a disfrutarla y a partir de allí, estará en capacidad de comenzar con el proceso de

UN SALUDO NO ES SOLO UNA NORMA DE CORTESÍA, SINO LA PRIMERA Y A VECES LA ÚNICA OPORTUNIDAD QUE TENEMOS DE HACER CONEXIÓN CON ESE CLIENTE QUE TENEMOS FRENTE A NOSOTROS.

conexión que le permita desarrollar una relación adecuada con sus clientes, proveedores y relacionados.

6. ESTAR PRESENTE: LA CONEXION CON EL CLIENTE

Todos los programas de Calidad de Servicio, Atención al Cliente, Excelencia en el Servicio, o como quiera que los llamemos, coinciden en un punto fundamental: hay que poner extremada atención en el cliente, es decir, hay que hacerle sentir que estamos presentes, que estamos allí con él. Este principio fundamental cobra ahora más relevancia cuando intentamos realizar el proceso de conexión que nos lleve a comprender de manera silenciosa, pero sentida, sus necesidades más profundas, sin ponerlo en evidencia o en estado de alerta.

Es estando presente cuando podemos iniciar la danza del **sincroservicio**. Esa presencia nuestra frente al cliente requiere practicar aspectos tales como:

- Estar convencidos de que eso que estamos haciendo le da sentido a nuestra vida, ya que nos permite ser útiles al poder servir a los demás.
- Utilizar un mantra de apertura, que puede ser una frase hecha o un mensaje que llame la atención al cliente con respecto a nuestra presencia allí para ayudarlo. Ese mantra ayuda a concentrar nuestra atención en el cliente y acallar nuestros pensamientos distractores. Recuerde que un saludo no es solo una norma de cortesía, sino la primera y a veces la única oportunidad que tenemos de hacer conexión con ese cliente que tenemos frente a nosotros.
- Concentrar toda nuestra atención en el cliente, poniendo especial énfasis en observar su rostro, sus gestos, su lenguaje verbal y no verbal y cualquier signo exterior que pudiera transmitirnos información acerca de sus necesidades.
- Observar con detenimiento sus reacciones a fin de ajustar nuestro comportamiento a las mismas, generando en el proceso un elemento de empatía que haga sentir al cliente que estamos poniéndonos en su lugar.
- No preguntar más allá de las preguntas usuales que permitan afinar ciertos aspectos del servicio que el cliente desea recibir, a fin de no resultar inoportunos.
- Establecer una sincronización de movimientos que permitan un nivel mayor de identificación Cliente-Servidor, que sirva para llegar hasta el nivel de Rapport (efecto espejo, pero no imitación).
- Intentar comenzar a pensar en los términos del cliente haciendo pequeños ensayos que nos permitan verificar si andamos o no por el camino correcto y validando sus respuestas con las que nosotros daríamos a fin de establecer la sincronización de las mismas.
- A partir de este punto ya la conexión debe darse en forma natural si hemos realizado este proceso con genuino interés y asumimos el compromiso de satisfacer las necesidades y expectativas del cliente como si fueran nuestras.

¿Cómo saber si alcanzamos el objetivo?, muy sencillo, Cliente y Servidor se deben sentir como si se conocieran de hace muchos años y existirá esa sensación cómplice y esa satisfacción de haber ayudado a un amigo a resolver algún problema importante para su vida.

Cuando se da la conexión espiritual en el ámbito no circunscrito, cliente y servidor se vuelven uno y la información fluye sin trabas. La sensación que eso deja es de un nivel de satisfacción difícil de describir, pero aunque no podamos hacerlo, todos la hemos sentido en algún momento y seguro somos capaces de reconocerla en cuanto la sintamos de nuevo.

Todos los seres humanos cuando le encontramos sentido a lo que hacemos en nuestra vida laboral, somos capaces de disfrutar de la Danza del **Sincroservicio**.

7. INVITACION FINAL

El modelo de **Sincroservicio** aquí presentado posee un campo de aplicación realmente fascinante capaz de generar un entusiasmo y satisfacción capaz de transformar el servicio de cualquier organización.

Si ud. desea crear una organización que se destaque por el servicio prestado, el **Sincroservicio** es una manera de diferenciarse. Esa diferenciación se da porque aún cuando apliquemos los mismos principios, los elementos motivadores de cada organización son diferentes y las personas que las conforman son diferentes, por lo que los comportamientos estarán acordes con los elementos y principios de cada cultura organizacional.

Aunque parezca algo difícil de aplicar, el **sincroservicio** es posible y los resultados pueden llegar a ser extraordinariamente sorprendentes, generando la lealtad que hoy en día buscan los gerentes y directivos comprometidos con la aplicación de Programas de Excelencia en el Servicio.

Lo invitamos a ud. y a su organización a convertir el servicio al cliente en la religión de su organización y a comprometerse con la generación de una cultura de **sincroservicio** que permita el disfrute de la actividad realizada para sus trabajadores y los clientes.

Recuerde: "el que no sirve para servir, no sirve para vivir".
Lo esperamos en el **Sincroservicio**.

**CUANDO SE DA LA
CONEXIÓN ESPIRITUAL
EN EL ÁMBITO NO
CIRCUNSCRITO, CLIENTE
Y SERVIDOR SE VUELVEN
UNO Y LA INFORMACIÓN
FLUYE SIN TRABAS.**

**¡¡ PUEDE SER QUE LA VIDA NO SEA LA FIESTA
QUE IMAGINAMOS, PERO YA QUE ESTAMOS
AQUÍ ES MEJOR QUE BAILEMOS!!**

ANÓNIMO