

Plan de Mejora de la Práctica Profesional en
Samsung Electronics Colombia

Autor

María José Pedraza Yomayusa

Presentado a:

Ernesto Arguello Pirazan

Universidad Santo Tomás

Negocios Internacionales

2022-2

Tabla de Contenido

Resumen.....	3
Agradecimientos	4
Introducción	5
Generalidades	7
Misión.....	7
Visión.....	7
Valores.....	7
Ubicación Geográfica	8
Estructura Organizacional	8
Departamento en el que se desarrolla la práctica	9
Análisis DOFA	10
Contenido Plan de mejora.....	10
Planteamiento central del plan de mejora	10
Importancia, Limitaciones y alcance	11
Objetivo General	12
Objetivos Específicos.....	12
Plan de Mejora	13
Objetivo 1	13
Objetivo 2	14
Objetivo 3	14
Conclusiones	15
Bibliografía	16
Seguimiento Práctica Profesional	16
Programación de actividades	16
Cumplimiento de Objetivos Trazados por mes	18

Resumen

Este plan de mejora es mostrado en la opción de grado para obtener el título de Negociador Internacional, donde muestra el seguimiento realizado como practicante del área de Servicio al Cliente Planeación en Samsung Colombia, ubicado en Bogotá, este campo se encarga del análisis en el rendimiento y satisfacción del consumidor en los centros de servicios. Además del marketing de servicios para los mismos y así mostrar el ecosistema de servicios en los diferentes productos que ofrece: Celulares, audio, video y línea blanca garantizando un servicio excelente y apropiado para cumplir con todos los indicadores de rendimiento dentro de la empresa.

Con este plan de mejora se busca dar a conocer todos los objetivos propuestos durante la práctica profesional, además del seguimiento de las actividades según el cronograma propuesto por el área, las cuales se desarrollaron de una manera eficiente y permitieron así obtener los resultados esperados adquiriendo nuevo conocimiento gracias al acompañamiento oportuno que se tuvo en el proceso formativo en Samsung Colombia.

Agradecimientos

Principalmente, quiero agradecerle a Dios y la virgen por darme una segunda oportunidad dándoles ese milagro a mis seres queridos. Además, a mi familia por apoyarme durante todo este proceso formativo, los cuales en todo momento me han brindado su apoyo, a Juan Andrés Leuro que estuvo la mitad de la carrera brindándome su apoyo, dándome fuerzas para seguir adelante en cada paso que daba, recibiendo su amor incondicional ayudándome a crecer personalmente.

Además, agradecer a la universidad Santo Tomás por abrirme las puertas desarrollándome tanto personal y profesionalmente, además de agradecer a mis amigos que tuve la fortuna de compartir durante cinco años, en especial a: Stiven Galvis, Laura Chávez, Vanessa Martinez, Valentina Pinto, Juanita Quintero y Lina Jimenez con las cuales viví experiencias inolvidables, a su vez siempre estuvieron apoyándome y brindado sus ánimos en cada momento. Finalmente, agradezco a mis docentes, especialmente al profesor Ernesto Argüello que desde el primer día aprendí de él como persona y gran profesional, además de guiarme en los pasos más importantes de mi vida como ser monitora académica y ser tutor de mi proyecto de grado, también al profesor Andrés Ramírez que siempre estuvo dando su mano amiga aconsejándome y apoyándome en cada paso.

A cada una de estas personas estaré agradecida eternamente porque hicieron de mi carrera universitaria memorable y especial.

Introducción

Este plan de mejora es el resultado de la opción de grado prácticas profesional como opción de grado, la cual fue realizada en Samsung Colombia en el área de Servicio al Cliente en Planeación donde se realizaron diferentes procesos, entre ellos: Reportes de indicadores de rendimiento, Realización de cliente encubierto, reporte de comunicados e interacciones, inventario en bodega y recopilación de comentarios de Google Maps en el centro de servicios de B2X. Durante este proceso en la empresa se tuvo la oportunidad de aplicar los conocimientos desarrollados a lo largo de la carrera universitaria además de aprender de una nueva área de conocimiento. A su vez, tuvo como objetivo primordial enfrentar retos laborales ya que se conoció una cultura distinta, en este caso la coreana en los diferentes procesos de la empresa, además de obtener un nuevo conocimiento en el departamento en la cual desempeñé la práctica profesional resaltando en mí la motivación, perseverancia y responsabilidad en cada una de las tareas que me asignaron.

Por otro lado, este plan de mejora va enfocado hacia los negocios internacionales desde la profundización Gerencia de Multinacionales ya que durante el análisis previo se pudo identificar que es importante el marketing de servicios para poder identificar los canales de atención así de esta manera ejecutar el plan de mejoramiento de manera exitosa. Cabe resaltar que en el transcurso del informe se puede evidenciar la cultura de Samsung en la cual busca resaltar la innovación y la importancia del cliente en todo momento. Además, se podrán evidenciar las variables que fueron tomadas en cuenta para realizar la mejora y el plan que piensa erradicar esas dificultades observadas internamente. A su vez, el objetivo de este es implementar los canales de atención apropiados para mejorar la comunicación hacia los clientes en el ecosistema de servicios de Samsung para así potencializar las

oportunidades de Samsung frente a sus competidores Finalmente, se adjuntará la programación y el respectivo cumplimiento de los objetivos trazados por mes durante la estadía en el área laborada.

Generalidades

Misión

Según Samsung (2022) Su filosofía institucional se basa en contribuir a nivel global por ser una de las multinacionales que dedican la tecnología y talento para crear productos y servicios de alta calidad adelantándose a las necesidades del consumidor mostrando su alto valor en las personas y comprometido con la sostenibilidad ambiental.

Visión

Según Samsung (2022) buscan destacarse por el gran compromiso en la sostenibilidad ambiental para hacer un mundo que se concientice más por el planeta. A su vez ser una marca líder con la innovación de sus productos y adelantarse a solucionar las necesidades de los consumidores generando experiencias digitales del alto impacto a nivel global

Valores

Según Samsung (2022) son: Personas: Brindar la mejor experiencia a su personal con una amplia variedad de oportunidades de crecimiento para así lograr tener un gran impacto en la sociedad. Excelencia: Destacándose por su pasión, compromiso en el desarrollo e innovación de nuevos productos para atraer a la mayor cantidad de clientes con un servicio de alta calidad. Cambio: Anticiparse a las necesidades de sus clientes, además de las cambiantes demandas del mercado para lograr tener éxito constante tanto a corto como largo plazo. Integridad: La ética como valor fundamental ya que se busca garantizar

la igualdad, transparencia y respeto en todo el negocio. Prosperidad Conjunta: Alto compromiso y cooperación en la responsabilidad social en todas las comunidades además de la sostenibilidad ambiental a nivel global.

Ubicación Geográfica

Dirección: Ak 7 # 113- 43

Ciudad: Bogotá, Cundinamarca

Estructura Organizacional

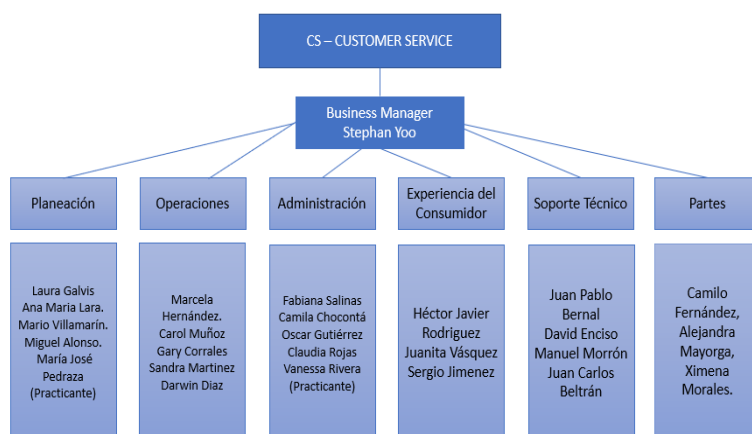


Ilustración 1 Estructura Organizacional CS



Ilustración 2. Estructura Organización Planning

Departamento en el que se desarrolla la práctica

En el área de Planeación estratégica su principal objetivo es dar cumplimiento a los indicadores establecidos por la compañía como lo son: Encuesta de Satisfacción, insatisfacción del cliente. Entre las funciones más relevantes se encuentra el mystery shopper en el cual se va a los centros de servicios de manera incógnita para verificar como están haciendo el servicio a los clientes. Por otro lado, el marketing de servicios el busca atraer a los clientes por medio de su publicidad a los canales de atención. Finalmente, monitorear que tanto los empleados de Samsung como los Centros de Servicios lean los comunicados relacionados a información importante del área de servicios.

Análisis DOFA

DEBILIDADES	OPORTUNIDADES
No son claros los canales de atención que los clientes pueden visitar. Mayor insatisfacción en los clientes debido a los canales de atención.	Mejorar los canales de atención en términos de calidad y tiempo de respuesta. Realización de talleres de empatía y eficiencia en los centros de servicio.
FORTALEZAS	AMENAZAS
Posicionamiento en el Mercado. Cumplimiento de indicadores internos de la compañía. Control en los reportes de insatisfacción en la llamada	Mejor atención en los Centros de Servicio de los competidores. Mejores Canales de atención por parte de los competidores. Entrada de nuevos productos y servicios con mejor calidad al mercado.

Ilustración 3. Análisis DOFA

Contenido Plan de mejora

Planteamiento central del plan de mejora

Teniendo en cuenta el análisis DOFA realizado previamente del área de CS Planning se busca establecer un plan de mejoramiento enfocado en identificar los canales idóneos para poder comunicar el ecosistema de servicios de Samsung hacia los clientes, esto teniendo en cuenta que no son claros, además están generando mayor insatisfacción en los clientes debido a los tiempos de espera y resolución de estos. Por lo tanto, se busca establecer un plan de mejora en el que se implementen los correctos canales de atención para que así los clientes puedan resolver sus inconformidades más fácilmente. A su vez, el área tenga unos indicadores más favorables y con eso no se afecte la venta de los productos por la calidad de las reparaciones.

Importancia, Limitaciones y alcance

Su importancia se puede evidenciar que con los clientes van a saber con mayor exactitud que otros canales pueden usar para solucionar la reparación de sus productos. Además, permitirá que el área obtenga mejores resultados en indicadores como el CMI (Customer Management Index) y el NPS que es el que mide el porcentaje favorable de las encuestas de satisfacción que los clientes responden al finalizar sus consultas. Por otro lado, se generaron diferentes limitaciones encontrando las personas adecuadas para realizar el análisis para así obtener unos resultados adecuados para el estudio.

El alcance de este proyecto será exponencial ya que al saber con precisión los canales de atención más eficientes la compañía tendrá mayor claridad y conocimiento de cómo manejar cada caso. A su vez, estar un paso delante de la competencia para resolver con mayor prontitud los procesos operativos del arreglo de los diferentes productos. Además dando cumplimiento a los indicadores de satisfacción limitándose así las debilidades y amenazas expuestas en el análisis DOFA para que así la calidad y eficiencia de los centros de servicios sea cada vez mejor y que la compañía continúe resaltando por ser la #1 en tecnología y atención al cliente.

Objetivo General

Implementar los canales de atención apropiados para mejorar la comunicación hacia los clientes en el ecosistema de servicios de Samsung.

Objetivos Específicos

Analizar el departamento del ecosistema de servicios en los canales de comunicación con los clientes.

Identificar las deficiencias del departamento de ecosistema de servicios para la comunicación del cliente.

Proponer los canales de atención adecuados para mejorar la comunicación del ecosistema de servicios de Samsung.

Plan de Mejora

Objetivo 1

Durante el proceso de la práctica se logró evidenciar que los canales de comunicación con los clientes no han sido dados a conocer adecuadamente por el área de experiencia al consumidor, ya que si son claros cuales son mas no el correcto uso de cada uno. Los canales de atención definidos por el ecosistema de servicios son: Soporte telefónico, Centros de servicio en tienda física, soporte remoto, soporte a domicilio, Samsung members, lengua de señas, chat en vivo, WhatsApp y asesoramiento por video, analizándolos cada uno de manera independiente con una simulación de un problema en uno de los productos, lo que se pudo evidenciar es que los canales que tienen menor tiempo de espera son soporte remoto, chat en vivo y asesoramiento por video, los cuales no han sido implementados adecuadamente en el ecosistema de servicios para ser dados a conocer a sus clientes y así disminuir la desfavorabilidad del servicio técnico y mejoren así los indicadores de rendimiento.

A su vez se realizó un análisis previo a las llamadas recibidas en el contact center donde se elogia evidenciar que su mayor queja es el tiempo de espera durante la llamada y la poca resolución de la problemática. Por otro lado, la poca empatía de los agentes al momento de dar información relacionada sobre los canales de atención y tiempo de respuesta. Por eso, de acuerdo con todo lo mencionado anteriormente es importante identificar e implementar los canales de atención adecuados y fortalecer a su correcto funcionamiento.

Objetivo 2

Por otro lado, se identificó que el ecosistema de servicios solo se puede ver claramente identificado en la página oficial de samsung.com más no en sus puntos de distribución como: Alkosto, Falabella y Éxito. Se verificó si hubo alguna forma mediante la cual Samsung daba a conocer a su cliente la información referente a servicio en celulares, televisores, lavadoras y secadoras y se pudo evidenciar que no hay ninguna imagen o texto la cual permita dar a conocer los canales de atención para la solución de inconvenientes en el proceso de Postventa del producto.

Objetivo 3

De acuerdo al análisis realizado previamente en el que se verificó la eficacia de cada canal de atención teniendo en cuenta los tiempos de respuesta y la resolución de la problemática durante la atención al cliente, se pudo identificar que los canales de atención adecuados para mejorar la comunicación del ecosistema de servicios de Samsung hacia los clientes, los primordiales serían soporte remoto, línea telefónica y chat en vivo, cabe aclarar que esto depende del tipo de inconveniente que tenga el cliente ya que hay algunos de mayor complejidad que necesitan asistencia en el centro de servicio o de manera domiciliaria. Lo importante es que el cliente tenga claro y sean visibles los canales de atención para que el cliente escoja el canal idóneo para la resolución de su problemática.

Conclusiones

Finalmente, este plan de mejora dio solución a los objetivos trazados en donde se logra identificar los canales de atención apropiados para mejorar la comunicación hacia los clientes en el ecosistema de servicios de Samsung, de acuerdo con lo planteado en el transcurso del trabajo. Inicialmente, se analizó el departamento del ecosistema de servicios en los canales de comunicación y atención a los clientes, logrando así identificar las oportunidades de mejora en los canales de atención idóneo para así tener un mejor servicio al cliente en los servicios postventa del cliente. Finalmente se proponen los canales adecuados de atención para mejorar la comunicación con los clientes reduciendo así sus tiempos de espera, resolución de la problemática durante la llamada. Además de generar un top of mind de Samsung sobre los competidores y tener un nivel más alto de fidelización. A su vez, si este plan de mejora se llegase a implementar en la empresa, esta se vería beneficiada en el aumento sustancial de sus indicadores permitiendo así que el ecosistemas de servicios siempre reciba reconocimiento por su eficacia en la resolución de las problemáticas durante las llamadas. Finalmente, cada dato fue adecuado y oportuno para poder implementar los canales de atención para mejorar la comunicación entre el ecosistema de servicios de Samsung y los clientes permitiendo así que siga siendo la compañía número uno a nivel mundial en mejor atención al cliente, con altos estándares en la preferencia de productos y servicios de Samsung sobre los competidores.

Bibliografía

Samsung Electronics Colombia (2022): Sobre nosotros.

<https://www.samsung.com/co/about-us/company-info/>

Seguimiento Práctica Profesional

Programación de actividades

MES	ACTIVIDADES
JULIO	Inducción Cultura SAMCOL Capacitación de los Sistemas. Inducción al departamento CS-Planning Inducción a reportes
AGOSTO	Reporte Diario – Happy Call Seguimiento interacciones y comunicados Dashboard Gerentes Reporte Insatisfechos Inventario Bodega Mystery Shopper Reporte B2X
SEPTIEMBRE	Reporte Diario – Happy Call

	Seguimiento interacciones y comunicados Dashboard Gerentes Reporte Insatisfechos Envíos Servientrega Reporte B2X
OCTUBRE	Reporte Diario – Happy Call Seguimiento interacciones y comunicados Dashboard Gerentes Reporte Insatisfechos Reporte B2X
NOVIEMBRE	Reporte Diario – Happy Call Seguimiento interacciones y comunicados Dashboard Gerentes Reporte Insatisfechos Reporte B2X
DICIEMBRE	Reporte Diario – Happy Call Seguimiento interacciones y comunicados Dashboard Gerentes

	Reporte Insatisfechos Reporte B2X
--	--

Ilustración 4. Programación de Actividades

Cumplimiento de Objetivos Trazados por mes

CICLOS	ACTIVIDADES REALIZADAS	LOGROS OBTENIDOS	DIFICULTADES
CICLO 1 (JULIO- AGOSTO)	Reporte Diario – Happy Call Reporte Insatisfechos Seguimiento interacciones y comunicados Dashboard Gerentes	Entrega de los reportes teniendo en cuenta la información requerida.	Hubo dificultades en el tiempo de entrega.
CICLO 2 (AGOSTO- SEPTIEMBRE)	Reporte Diario Happy Call Reporte Insatisfechos Seguimiento interacciones y comunicados Dashboard Gerentes	Entrega oportuna y anticipada de los reportes teniendo en cuenta la	Se mejoró el tiempo de entrega.

	Reporte B2X	información requerida.	
CICLO 3 (SEPTIEMBRE- OCTUBRE)	Reporte Diario Happy Call Reporte Insatisfechos Seguimiento interacciones y comunicados Dashboard Gerentes Reporte B2X	Entrega oportuna y anticipada de los reportes teniendo en cuenta la información requerida.	Sin Dificultades
CICLO 4 (OCTUBRE- NOVIEMBRE)	Reporte Diario Happy Call Reporte Insatisfechos Seguimiento interacciones y comunicados Dashboard Gerentes Reporte B2X	Entrega oportuna y anticipada de los reportes teniendo en cuenta la información requerida.	Sin Dificultades
CICLO 5 (NOVIEMBRE- DICIEMBRE)	Reporte Diario Happy Call Reporte Insatisfechos	Entrega oportuna y anticipada de los reportes	Sin Dificultades

	Seguimiento interacciones y comunicados Dashboard Gerentes Reporte B2X	teniendo en cuenta la información requerida.	
--	--	---	--

Tabla 1. Cumplimiento de objetivos trazados por mes.