

Bitácoras Awake • 02

Los enfoques y estrategias que nos funcionan

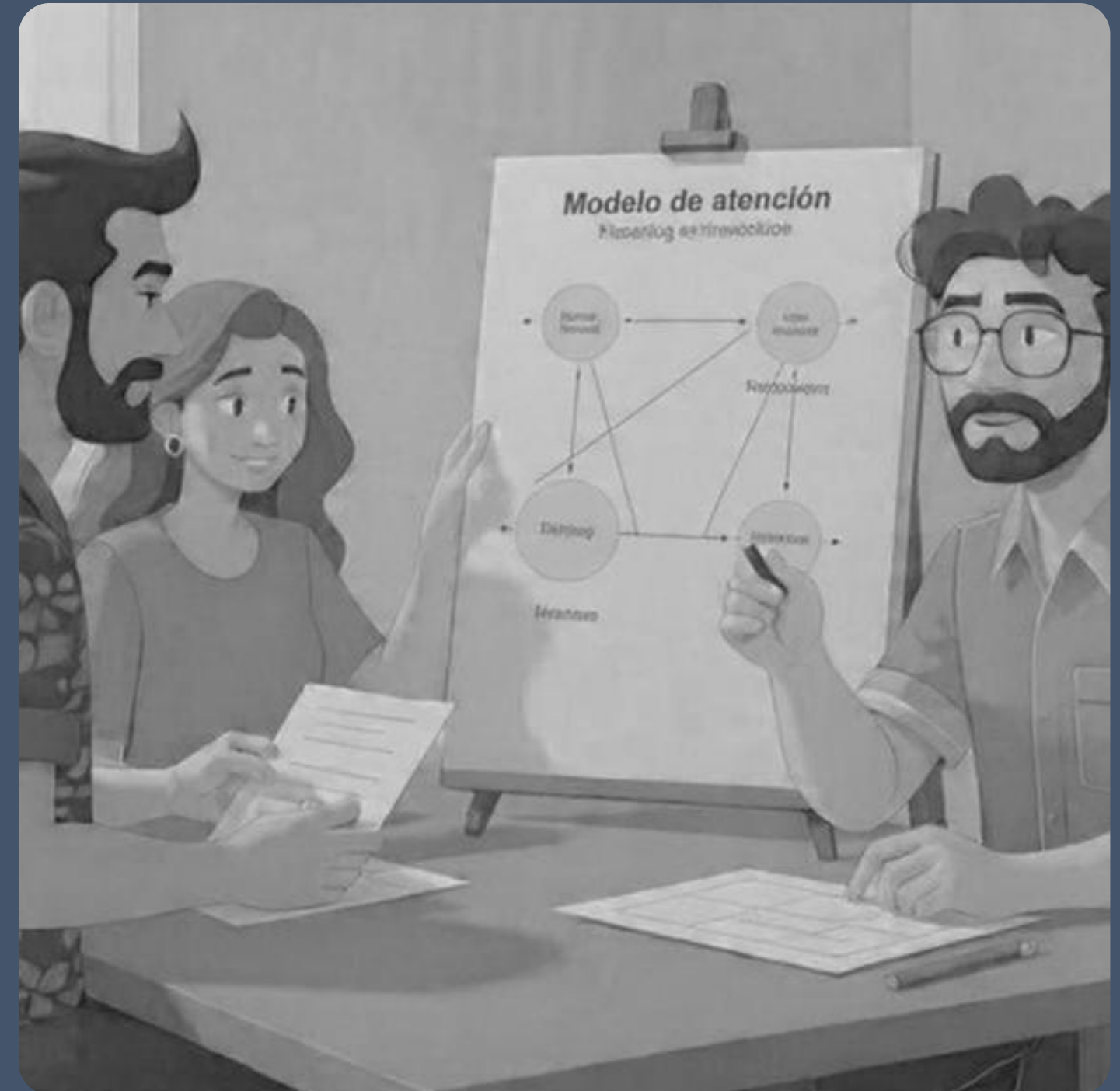
MODELOS DE ATENCIÓN

Una expresión de la propuesta de valor



LA EXPERIENCIA SE EXPRESA EN LA ATENCIÓN

Efectivamente, la experiencia no es abstracta. El cliente la “vive” en cada momento de interacción y por eso, la atención es fundamental.



La atención no ocurre en el vacío.
Es la expresión visible de
decisiones previas:

Qué experiencia quiere entregar la
empresa

Qué espera el cliente vivir

Cómo se diseñan roles y criterios

Por lo tanto, la interacción es el resultado de un diseño basado en las decisiones acerca de la experiencia que la empresa visualiza en términos estratégicos y culturales.

CUANDO NO HAY MODELO, LA ATENCIÓN SE DESORDENA

Muchas organizaciones declaran una experiencia deseada, pero no han diseñado de manera sistémica, cómo ésta se expresa en la atención real.

Cada persona interpreta

Cada equipo decide distinto

La experiencia pierde coherencia

LA ATENCIÓN EMERGE DE TRES DIMENSIONES

Y por eso, la experiencia que vive el cliente surge del alineamiento entre las siguientes dimensiones:

01. LA EMPRESA: estrategia, valores, propuesta de valor.
02. EL CLIENTE: lo que espera vivir en la relación.
03. LAS PERSONAS: Cómo actúan, deciden y responden

CÓMO DISEÑAMOS MODELOS DE ATENCIÓN EN AWAKE

Acompañamos a las organizaciones en un proceso que va desde la expectativa del cliente hasta la conducta concreta en la atención.

Nuestro trabajo se articula en etapas claras:

01. Diagnóstico de la atención actual. Qué vive el cliente, cómo deciden las personas y dónde se generan las brechas.
02. Diseño del modelo de atención esperado. Cómo debe expresarse la experiencia deseada en criterios claros de atención.
03. Traducción del modelo a conductas clave. Comportamientos observables en la interacción con el cliente.
04. Entrenamiento situado de las personas. Entrenamos en contextos reales, no en escenarios ideales.
05. Medición y ajuste del modelo. Para sostener la coherencia en el tiempo.

CUANDO EL MODELO ESTÁ CLARO, LA ATENCIÓN SE ALINEA

- La experiencia refleja lo que la empresa declara
- Las personas saben como actuar y decidir
- Los equipos del back se alinean con los parámetros establecidos
- El cliente vive la promesa de valor



La experiencia deja de depender de interpretaciones individuales y pasa a ser una capacidad organizacional, un conjunto de atributos culturales.



¡MUCHAS GRACIAS
...SEGUIMOS!

¡Pronto nuevas Bitácoras Awake!

