



Proceso:
Cliente Proveedor Interno

*Mejora de la Gestión de las
Interacciones*

Desarrollo de una
cultura de servicio
interno.

PREMISA BASICA



**SI DESEA QUE LAS COSAS
FUNCIONEN AFUERA, LO
PRIMERO QUE TENEMOS QUE
LOGRAR, ES QUE FUNCIONEN
DENTRO**

OBJETIVO



Mejorar la Gestión de las Interacciones entre clientes y proveedores internos, mediante la detección de las necesidades actuales y futuras, así como la negociación directa de los indicadores que se definan como elementos de satisfacción.

Objetivos secundarios



- ◆ **Desarrollar una Cultura Interna de servicio Interno.**
- ◆ **Mejoramiento Continuo de los procesos (Detectar oportunidades de mejora).**
- ◆ **Mejorar la comunicación entre departamentos**
- ◆ **Contar con un instrumento objetivo para la evaluación del desempeño grupal .**
- ◆ **Mejorar las relaciones interpersonales**
- ◆ **Reforzar el “empowerment” al asignar las negociaciones directamente al grupo de trabajo.**

Resultados esperados:



- ◆ Clientes y proveedores internos identificados
- ◆ Requerimientos de clientes y proveedores definidos
- ◆ Parámetros de evaluación entre departamentos negociados
- ◆ Oportunidades de mejora detectadas

Actividades



1. Encuestas de Satisfacción clientes internos

1. Previo al inicio del programa se recomienda medir el nivel de satisfacción de los clientes internos con el servicio brindado por sus proveedores internos.

2. Taller:

1. Importancia del Cliente
2. ¿Como negociar con Éxito?
3. Modelo de Negociación Cliente Proveedor-Interno

3. Rondas de Negociación:

1. Identificación de Procesos, Productos y Clientes internos.
2. Determinación de Necesidades supuestas y reales
3. Ronda de Negociación
4. Definición de indicadores
5. Identificación de Oportunidades de mejora

Desarrollo del Taller



- ◆ **Presentación y Expectativas**
- ◆ **Plan de trabajo**
 - Aprender a Negociar
 - Identificación del Cliente Interno y sus necesidades
 - Rondas de Negociación
- ◆ **Objetivos:**
 - 1.- Desarrollar una cultura de servicio interno
 - 2.- Mejoramiento continuo de los procesos internos
 - 3.- Insumo para la Evaluación del Desempeño
 - 4.- Mejora de las relaciones interpersonales
 - 5.- Reforzamiento de la cultura del “Empowerment”
- ◆ **Preámbulo**
 - Qué es calidad
 - Quién es el Cliente

Desarrollo del Taller



- ◆ **Dinámica sobre Negociación**
- ◆ **Caso “Eco Orbital”**
- ◆ **Reacción ante el desacuerdo**
- ◆ **Caso de negociación: Venta de libros**
- ◆ **Workshop:**
 - Identificar relación Cliente Proveedor
 - Identificar productos y necesidades
 - Identificar que medir
 - Evaluación de Clientes (Presentación de resultados)

PROCESO NEGOCIACIÓN CLIENTE - PROVEEDOR INTERNO

NECESIDADES
SUPUESTAS
DEL CLIENTE

A completar previo a
la negociación

CLIENTE
DEFINE SUS
NECESIDADES

CLIENTE Y
PROVEEDOR
NEGOCIAN
NECESIDADES

CLIENTE Y PROVEEDOR
DEFINEN PARAMETROS
DE EVALUACIÓN

INDICADORES
DEFINIDOS

PROCESO DE
MEJORA

Contratos o
actas de
negociación



Otros

◆ Duración:

- Taller de 4 horas
- Rondas de Negociación
 - Las necesarias según los procesos de negociación identificados

◆ Costos:

- Tabulación de encuestas y presentación de resultados (Opcional)
- Seminario de 8 horas incluyendo material y certificado de participación
- Rondas de negociación: por sesión de 4 horas.

Solicite los costos a kaizen@grupokaizen.com

