

Stephany Estrada Domínguez

Comunicación Organizacional I

LCC1957

“Conocer el trabajo de un Director de Comunicación en una Empresa”

Entrevistando al Licenciado en Informática Carlos Cervantes, coordinador de atención al clientes de ESTAFETA de México S.A.DE.C.V me encontré con un empleado que está preocupado por mejorar las relaciones entre cliente- empresa. Pocas personas como él se conocen a diario.

Encargado del área de logística y de atención a los clientes, tiene a 200 personas como empleados, y en ésta área se les da la mejor atención a las personas que diariamente recibe ESTAFETA. He aquí donde inicia la relación de comunicación entre empresa-empleado-cliente. Durante la mañana, una docena de jóvenes se encargan de darle un buen servicio de logística a las personas que a diario marcan al 01 800 de atención al clientes de estafeta.

El licenciado se encarga de monitorear y resolver cualquier malentendido entre ESTAFETA y los clientes, los cuales se dividen en 3 categorías: VIP, Grandes (o Premier) y los Regulares. El VIP es aquél empresa que le da más ganancias y que ESTAFETA brinda servicios especiales. El Premier es para las empresas que son grandes pero aún no están de una manera afiliadas a la empresa. Y por últimos los regulares son los clientes que no tienen mucho potencial y que son ocasionalmente colaboradores con la empresa.

El modo de comunicación se basa en que el licenciado debe de llevar un control completo del área de marketing, el cual le ayuda a checar las ventas y ver en qué anda fallando su personal, ya sea al monitoreo de llamadas o al momento de llevar acabo las facturas a los clientes. Carlos debe de minimizar las llamadas de quejas a diario y ayudar a que los clientes reciban una atención más eficaz. He aquí donde una relación formal pero estandarizada para llevar un buen canal con los jóvenes que trabajan de asistentes y evitar confusiones. He aquí donde los cursos de capacitación ayudan a mejorar el resultado de la empresa, que mes con mes da a conocer por medio del licenciado cuántas llamadas han sido disminuidas y cómo lograr un mayor impacto en el área de atención al clientes.

En conclusión, el Dircom, no siempre tiene un área específica con quien trabajar, pueden ser aliadas las áreas de marketing, pero como en éste caso la comunicación se basa en saber trabajar en todo y con todos. No solo encasillarse en una sola área. Específicamente en una empresa de paquetería tan grande como ESTAFETA, no hay mucho de lo que uno se pueda salvar, en especial si hay clientes muy potenciales que confían en ti para que entregues sus productos.