



GUÍA DE APRENDIZAJE

“TIPOS DE CLIENTES INTERNOS”

1. INTRODUCCIÓN

El cliente interno es el elemento dentro de una empresa, que toma el resultado o producto de un proceso como recurso para realizar su propio proceso. Después, entregará su resultado a otro trabajador de la empresa para continuar con el proceso hasta acabarlo y ponerlo a venta, y lo adquiera el cliente externo. Por lo que, cada trabajador es cliente y a su vez proveedor dentro de la empresa.

Existen tres tipos de clientes internos:

- **Ejecutivos:** Tienen una relación más cercana con los clientes externos. Ellos dicen cuál es el producto o servicio a ofrecer y a qué mercado va dirigido.
- **Comercial:** Tienen una relación directa con diferentes grupos de trabajadores, lo que hace que tengan una visión clara de la calidad.
- **Operativo:** Se encargan de la elaboración de los productos.

El cliente interno debe tener información para entender el trabajo que debe llevar a cabo desde su punto de vista, de la empresa y del cliente. Además, el cliente interno debe ver la formación como una oportunidad personal y también propia de la empresa ya que se supone es algo positivo para él.

El cliente interno debe proporcionar información importante que surja de su trato con el cliente externo como de los productos, con el fin de mejorar su trabajo. También, debe poseer una visión global de la empresa por lo que debe conocer el funcionamiento de todas las áreas.

La empresa debe instalar medidas para manejar conflictos entre los departamentos y evitar un daño a su imagen corporativa. También fomentar la importancia que tiene el cliente interno y recompensar su esfuerzo y no basta con lo económico, debe procurar la felicidad de ellos. No debe olvidar motivarlos y hacerlos sentirse orgullosos de su producto que permitirá establecer una conexión emocional con los clientes externos.





Especialidad: Administración
Modulo: Atención al Cliente (3°C)
Profesor: Ricardo Ojeda Reinhardt
Semana: 31 de agosto al 11 de septiembre

TALLER (TIPOS DE CLIENTES INTERNOS)

1. ¿Considera usted que son importantes los clientes internos dentro de una organización? ¿Por qué?
2. ¿Si usted estuviera encabezando una organización, que medidas tomaría para que el cliente interno se sintiera a gusto?

Dudas y trabajos al correo: ricardo.ojeda.reinhardt@gmail.com
(En el correo se debe especificar nombre completo y curso correspondiente)