**SERVICIO AL CLIENTE Y DERECHO INFORMÁTICO – EXAMEN FINAL**

**NOMBRE: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**

**FECHA: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**

**1.- Responda (V) si es Verdadero y (F) si es Falso, según corresponda, las siguientes afirmaciones:**

1. El Liderazgo Directivo debe enfocarse en crear momentos de verdad para alcanzar la lealtad del cliente interno. ( )
2. El momento de la verdad es cualquier situación en la que el cliente se pone en contacto con una persona que lo intimida. ( )
3. La lealtad del cliente sólo se alcanza en función de precios. ( )
4. Los momentos críticos de la verdad son los momentos de la verdad clave o cruciales. ( )
5. Cuando nadie se ocupa de los momentos de verdad de manera indirecta, la calidad del servicio se vuelve mediocre. ( )
6. El ciclo de servicio significa que uno debe preocuparse de su diseño una vez al año, máximo dos, pues el servicio es cíclico ( )
7. El servicio debe ser evaluado desde una perspectiva de potencial fracaso y de potencial mejora. ( )
8. Los jefes no son responsables del trabajo que realiza su gente, sino de la gente que no lo lleva a cabo ( )
9. Para cerrar las brechas se debe comenzar por entender con claridad a los clientes para identificar como se crean sus expectativas. ( )
10. Aunque las percepciones del cliente son evaluaciones objetivas sobre experiencias del servicio soñado, sus expectativas deben ser los estándares.

 ( )

1. Las fuentes de las expectativas del cliente son factores incontrolables ( )
2. Los planos del servicio constituyen una descomposición gráfica de lo que se debe realizar como parte del proceso de creación. ( )
3. Un plano del servicio es la representación escrita de ese proceso ( )
4. En el diseño es importante detectar puntos críticos del servicio para poderlo atender. ( )
5. Un punto crítico puede ser el viejo barbudo vestido de negro y mal genio que recibe regularmente a los clientes. ( )

**2.- Elabora en el posterior de esta hoja el Blueprint del servicio recibido en la clase de Servicio al Cliente, identificando al menos 3 momentos de verdad.**