



UNIDAD DOS: CLIENTES

Parte N º 2: COMUNICACIÓN CON EL CLIENTE

ACTIVIDAD N° 1 DE AUTOAPRENDIZAJE: Busca el significado de los conceptos siguientes y los anotas.

1. CONCEPTOS BÁSICOS:

- Interlocutor:
- Valor agregado:
- Capitalizar:
- Cadencia:

2. COMUNICACIÓN:

Si queremos lograr una buena atención al cliente no debemos olvidar como influye la comunicación efectiva, a través del buen manejo de la comunicación verbal y no verbal (recuerda lo visto el lenguaje y comunicación):

a) Comunicación verbal:

- Saludar al cliente con calidez. Esto hará que el cliente se sienta bienvenido.
- Ser precisos. No se deben utilizar frases como "Haré lo que más pueda". El cliente no entiende que es "lo que más podemos".
- No omitir ningún detalle. Cuando le diga a un cliente que el producto cuesta \$ 40,00; eso es lo que él espera que le cobren. Si existen cargos adicionales hay que decírselo por anticipado.
- Pensar antes de hablar. Cuanto más sepamos acerca del cliente, mejor lo vamos a atender. Pensar en lo que se va a decir antes de comenzar a hablar nos dará la posibilidad de transmitir nuestro mensaje.



b) Comunicación no verbal:

La comunicación es mucho más que las palabras que utilizamos; éstas, en realidad, constituyen un canal relativamente débil o menos impactante para dar y recibir mensajes.

Investigaciones demuestran que, en una disertación, una comunicación personal ante un grupo de individuos, el 55 % del impacto de transmisión se concreta a través del lenguaje corporal y los gestos, el 38 % llega mediante el tono de voz, cadencia, etc. y sólo el 7%, a través del contenido y el significado de las palabras.

Utilicemos la sonrisa, postura, vestimenta, gestos, que son ejemplos de la comunicación no verbal, para capitalizar la satisfacción del cliente.

Uso del teléfono:

Una de las formas de tomar contacto con el cliente es mediante el uso del teléfono. Es muy importante la forma en que establecemos la comunicación y el tono de la conversación.

Antes de iniciar el tratamiento del tema, el diálogo con la persona que está del otro lado de la línea debe iniciarse siguiendo estos pasos elementales:

1. Saludar al interlocutor
2. Dar el nombre de la empresa y cargo o departamento
3. Decir nuestro nombre (habla Fulano de Tal.....)
4. Ofrezcamos ayuda (Por ejemplo: "¿en qué le podemos ayudar?...")

Antes de tomar el auricular, para atender o al llamar al cliente, debes tener una disposición entusiasta

Luego se debe escuchar cuidadosamente para descubrir que es lo que desea nuestro interlocutor, para ello puedes hacer lo siguiente:

- Hacer una pregunta o consulta.
- Expresar una objeción.
- Plantear una idea.

NOTA: Las objeciones expresan el desacuerdo del cliente que las utiliza para evitar o dilatar la compra. Las objeciones hay que responderlas "no ignorarlas", tratando de emplear argumentos que las neutralicen o minimicen.



ATENCIÓN DE CLIENTES.

Especialidad de Administración

3º año G

La buena atención telefónica tiene una serie de requisitos que se deben cumplir para lograr ese objetivo. Entre ellas tenemos las siguientes:

- Contestar el teléfono tan pronto sea posible.
- Mantener el micrófono del receptor alineado frente a la boca y hablar con claridad.
- Evitar los ruidos innecesarios.
- Mientras se habla por teléfono, no beber, no comer, ni masticar goma de mascar.
- No hablar con terceros mientras se está atendiendo una llamada.
- Se debe pedir consentimiento para hacer esperar al cliente.
- Hay que utilizar el botón de espera (HOLD) cuando hagamos esperar a un cliente.
- No dejar al cliente esperando mucho tiempo en la línea. Se irrita y fastidia. Se predispone mal.

Luego se debe escuchar cuidadosamente para descubrir que es lo que desea nuestro interlocutor, para ello puedes hacer lo siguiente:

- Hacer una pregunta o consulta.
- Expresar una objeción.
- Plantear una idea.

NOTA: Las objeciones expresan el desacuerdo del cliente que las utiliza para evitar o dilatar la compra. Las objeciones hay que responderlas "no ignorarlas", tratando de emplear argumentos que las neutralicen o minimicen.

En muchas oportunidades debemos evaluar no solamente LO que decimos, sino COMO lo decimos.

- Hay que eliminar frases como: "Usted tendrá que...", o "No puedo ayudarlo, tendrá que hablar con la administración". Lo correcto, es decir: "Puedo comunicarlo con el departamento de administración".
- No hay que dar detalles innecesarios. El cliente no necesita saber que el dueño de la empresa tiene su mujer enferma o fue a buscar a su hijo al colegio.
- Evitar la palabra "debería". No hay que decirle al cliente que el encargado de ventas "debería llegar en una hora" si no estamos seguros.
- Lo correcto es tomar el nombre y teléfono del cliente y llamar cuando vuelve el encargado de ventas.
- No mencionar otras quejas. No se puede excusar diciendo, "no puedo ayudarlo, ahora está atendiendo otra queja...".



La habilidad de escuchar:

Una de las partes esenciales de la comunicación es saber escuchar. Va más allá de lo que nosotros oímos con nuestros oídos. Significa escuchar con la mente.

Hay que escuchar los hechos y los sentimientos. Porque la gente se expresa con ambos elementos.

Por ejemplo: "La filmadora que compré se descompuso durante el viaje de vacaciones y perdí la oportunidad de grabar paisajes y situaciones que jamás voy a tener la posibilidad de repetir".

- La respuesta tiene que contemplar hechos y sentimientos.
- Es necesario involucrarse activamente en la conversación. Comprender lo que está diciendo el cliente, y con gestos y palabras transmitirle que comprende la situación y ofrecer las soluciones que están dentro del compromiso de venta.
- Mientras se atiende al cliente, no hay que distraerse. Ni tampoco permitir que otros empleados, clientes o cosas que estén sucediendo dispersen nuestra atención. Eso muestra al cliente que "él" es importante y nos estamos ocupamos de su problema.
- Hay que esperar que el cliente termine de hablar antes de formular la respuesta. Se debe evitar interrumpir y contestar apresuradamente. No hay que perder ni una palabra de lo que el cliente tiene para decirnos.
- No se debe prejuizar. En general la apariencia o aspecto exterior de un cliente no debe ser la pauta para juzgar si puede o no comprar un producto o servicio; porque se corre el riesgo de perder una venta importante. "Las apariencias engañan".

ACTIVIDAD Nº 2 DE AUTOAPRENDIZAJE:

Juan Riquelme, trabaja hace 2 años, como administrativo en el departamento de ventas, en la empresa "Oso Plast" que se dedica a confeccionar y vender bolsas, sacos y envoltorios de plástico eco amigables con el medio ambiente. Por la pandemia del COVID 19, se le pide que reemplace a un de los vendedores que está enfermo y que llame a los clientes para gestionar nuevas órdenes de pedidos.



ATENCIÓN DE CLIENTES.

Especialidad de Administración

3º año G

Juan con gran entusiasmo acepta y comienza a realizar su trabajo de la siguiente manera, mientras se toma un café y se come un pancito que trajo desde su casa:

“Holaaaaaoye loquillo, te estoy llamando desde la fabrica para saber si “vay” a querer más bolsas o nopregúntale a tu jefe y me “llamai” de “guelta”. No se te vaya a olvidar gil de llamarme “poh”.

- 1) ¿Qué errores a cometido Juan?
- 2) ¿Cómo debió hacerlo correctamente?
- 3) ¿Por qué cree Ud. que la “habilidad de escuchar” es un factor que influye fuertemente en la atención de clientes? Argumente.
- 4) ¿Qué diferencia existe entre el Servicio al Cliente y la Atención de Clientes?