

UNIDAD DOS: CLIENTES

Parte N º 3: INTERACCIÓN CON EL CLIENTE

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

1. CONCEPTOS BÁSICOS:

- Interacción:
- TIC:
- Asesorar:

2. PROCESO DE INTERACCIÓN SOCIAL:

A pesar de los grandes y rápidos avances en las TIC, las relaciones humanas y la comunicación siguen siendo la base de la atención al cliente.

La correcta relación con los clientes permite a las empresas conocer los cambios y variaciones de las actitudes y expectativas del cliente y les permitirá anticiparse a sus necesidades.

Los procesos de venta, prestación de servicios y atención al cliente se basan profundamente en una interacción social entre dos o más personas.

Generalmente, el personal en contacto directo con el cliente es el que causa la primera impresión (buena o mala) de la empresa, y la conducta de ellos determinará, en gran medida, el grado de satisfacción del cliente.

El dominio de las relaciones personales ha de reforzarse con el conocimiento de los productos que se venden, ya que nada sirve tener un vendedor muy agradable, pero que no tenga idea de lo que vende.

Los procesos de interacción social tienden a desarrollarse en cuatro fases secuenciales:

- a) **ACOGIDA:** Es la recepción del cliente; durante la cual recibe la información NO VERBAL de la empresa, la cual la ve reflejada en el ambiente general, los productos exhibidos, decoración, imagen del personal, entre otras.

El saludo y la sonrisa son muy importantes para lograr una buena primera impresión.



ATENCIÓN DE CLIENTES.

Especialidad de Administración

3º año G

- b) **ESCUCHA:** El cliente manifiesta sus necesidades y el personal debe poder interpretar sus expectativas gracias a la escucha activa.
- c) **INFORMACIÓN:** El personal debe dar la información necesaria al cliente, adaptándose para ello al estilo de comunicación de este, asegurándose mediante preguntas breves que la información está siendo correctamente entendida.
- d) **ASESORAMIENTO:** Si la información dada no aporta al cliente las soluciones que demanda, el personal debe asesorarle aportando soluciones alternativas que pueden resultar de utilidad.

3. LA DISTANCIA FÍSICA EN LA INTERACCIÓN SOCIAL:

Dado que la interacción social involucra, al menos, un encuentro entre dos o más personas en un espacio físico.

Por lo anterior, es que las personas, generalmente, mantienen una distancia de al menos **un metro** en la primera interacción durante una compra. Esto varía un poco de país en país y de zonas urbanas muy pobladas con zonas más bien rurales.

Según algunos estudios, se han identificado cuatro zonas de distanciamiento:

- a) **Distancia íntima:** De hasta 45 centímetros; es una distancia que se considera como una “esfera personal” de seguridad. Dentro de la distancia íntima, podemos también encontrar los siguientes distanciamientos:
 - i. **De hasta 15 centímetros:** Reservada a muy pocos contactos (Padres, hijos, parejas).
 - ii. **Entre 15 a 45 centímetros:** Reservada a familiares, amigos muy cercanos y a compañeros de trabajo.
- b) **Distancia personal:** De entre 45 cm. a 1,2 metros; es el distanciamiento normal en los encuentros con los amigos y personas conocidas. También es la distancia que se mantienen en las relaciones comerciales con clientes, encuentros de trabajo, reuniones y fiestas en las que no se conocen los asistentes.
- c) **Distancia social:** Es de 1,2 hasta 3,65 metros; es el distanciamiento que se mantiene en las situaciones formales de interacción, como las entrevistas, asesoramientos, reuniones con gente que se acaban de conocer.
- d) **Distancia pública:** Es la distancia superior a los 3.65 metros; es propia de las interacciones entre un expositor y su público.



ATENCIÓN DE CLIENTES.

Especialidad de Administración

3º año G

También los estudios han descubierto que existen diferencias entre el distanciamiento entre las personas según:

- a) **Género:** El distanciamiento suele ser menor entre las mujeres que entre los hombres.
- b) **Edad:** Las distancias suelen ser más cortas entre personas de la misma edad, siendo los ancianos y adolescentes quienes mayor distanciamiento mantienen.
- c) **Físico:** Se mantienen mayores distancias de conversación con personas de mayor tamaño que el nuestro, en cuanto a altura y anchura. También ocurre el fenómeno con personas con algún impedimento físico, pero a medida que avanza la conversación esta distancia se va acortando.
- d) **Personalidad:** Las personas extrovertidas, con alto concepto de si mismas mantienen distancias de conversación más cortas que las personas introvertidas o con baja auto estima.
- e) **Tema:** Los temas placenteros y de interés para ambas partes, acortan la distancia de interacción. Cuando una persona muestra desinterés por un tema ira incrementado su distanciamiento.

Como resumen, podemos decir que, en cada una de las cuatro fases o etapas de la interacción social, el contacto personal con el cliente debe respetar una serie de normas explícitas e implícitas.

Las personas definen su propio espacio personal en las interacciones sociales y éste debe ser respetado para el correcto desarrollo de la comunicación.

En las relaciones comerciales, se debe mantener una distancia a medio camino entre el distanciamiento personal y el social.

ACTIVIDAD Nº 2 DE AUTOAPRENDIZAJE:

Supongamos que estas en una entrevista profesional, para un puesto de vendedor en la tienda de ventas de calzados “La Chala loca”. El entrevistador te pide que representes (actúes) una venta.

Nota 1: Escribe tú respuesta de cómo lo harías

Nota 2: Al representar la venta debes usar las 4 etapas de la interacción social.