



# SERVICIO Y ATENCIÓN A CLIENTES 5 ESTRELLAS



## || La atención y el servicio a clientes

El servicio al cliente es la asistencia brindada a tus consumidores antes, durante y después de una compra.

Si no atiendes a los deseos y expectativas de los clientes, lo más probable es que ellos desistan de los productos y servicios de tu empresa y encuentren otra que ofrezca una relación más cercana, inteligente y humana.



## || La atención y el servicio a clientes

***La atención al cliente no es un departamento, es una actitud.***





## || El cliente en el centro de nuestro negocio

Significa comprender en profundidad los deseos y las necesidades de nuestros clientes.

Los clientes te proporcionan información sobre sí mismos todo el tiempo: lo que compran, sus intereses, lo que les importa. El enfoque centrado en el cliente implica escuchar profundamente a tus clientes y demostrar que valoras su opinión.



## || “Escucho, pienso, realizo”



1. Escuchar activamente.
2. Responder intencionadamente.
3. Actuar con un propósito.

## || ¿Cuáles son las cualidades de un prestador de servicios?

- Responsabilidad
- Confianza
- Paciencia
- Iniciativa para resolver
- Atención al detalle
- Cuidan el balance entre velocidad y calidad en el servicio





## || Importancia de la percepción del cliente

La percepción del cliente es la opinión que se forma a través de cada interacción con una compañía de manera directa o indirecta.

Todas las acciones de una empresa afectan la percepción del cliente: la manera en que se colocan los productos en una tienda física, colores y aromas, las formas de un logotipo, anuncios, descuentos, servicio al cliente, etc.



Servicio al cliente



## || Elementos que alteran la percepción de calidad

1. **Elementos tangibles.** Aspecto físico de las instalaciones, maquinaria, herramientas y personal.
2. **Fiabilidad.** Capacidad para realizar el servicio de forma segura y cuidadosa.
3. **Capacidad de respuesta.** Disposición de la organización para ayudar a los clientes de forma rápida y correcta.
4. **Profesionalidad.** Contar con las habilidades necesarias y conocimiento para el desarrollo del servicio.
5. **Cortesía.** Amabilidad y atención del personal que está en contacto directo con el cliente.



## || Elementos que alteran la percepción de calidad

6. **Credibilidad.** Honestidad y veracidad en el servicio ofrecido.
7. **Accesibilidad.** Facilidad para contactar a la empresa.
8. **Comunicación.** Informar a los clientes de manera sencilla, así como una correcta retroalimentación.
9. **Compresión del cliente.** Disposición para conocer las necesidades del cliente.

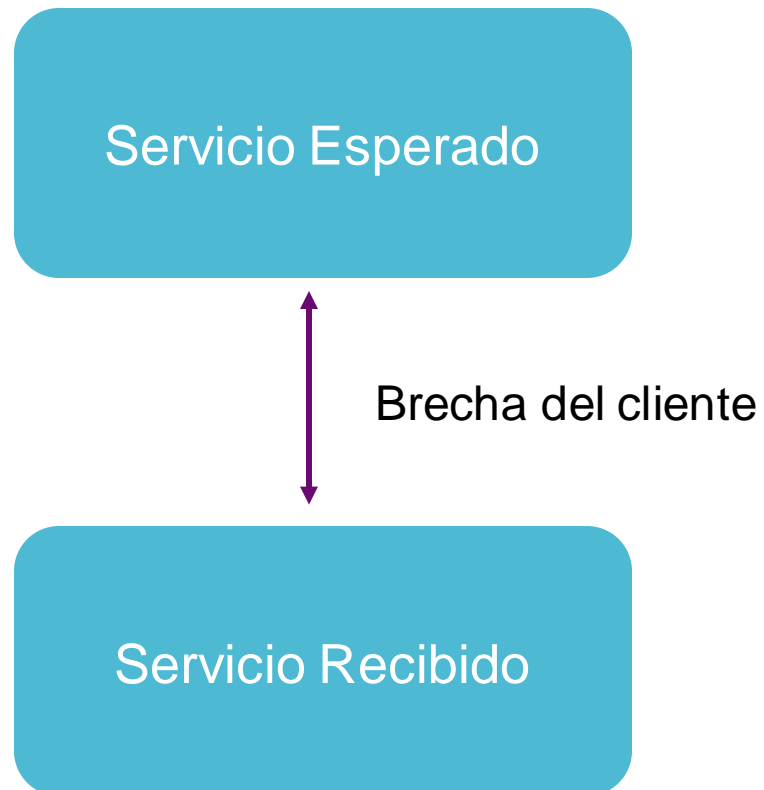
## || ¿Cómo alcanzar la satisfacción del cliente?

1. Comunicación clara y directa.
2. Honestidad.
3. Conocimiento del cliente.
4. Saber escuchar.
5. Se creativo y efectivo.
6. Busca las respuestas.
7. Da soluciones.



## || Obstáculos para la satisfacción del cliente

La brecha del cliente es la diferencia entre las expectativas y las percepciones del cliente.



## || Obstáculos para la satisfacción del cliente



### Brecha 1:

La brecha del conocimiento.



### Brecha 2:

La brecha del diseño y estándares de servicio.



### Brecha 3:

La brecha del desempeño del servicio.



### Brecha 4:

La brecha de la comunicación





## || Persevera hasta conseguir la satisfacción del cliente

- Demuestra un interés permanente por cubrir el **requerimiento** de tus clientes.
- Siempre pregúntales a tus clientes si están **satisfechos** con tu servicio, para que conozcas sus percepciones.



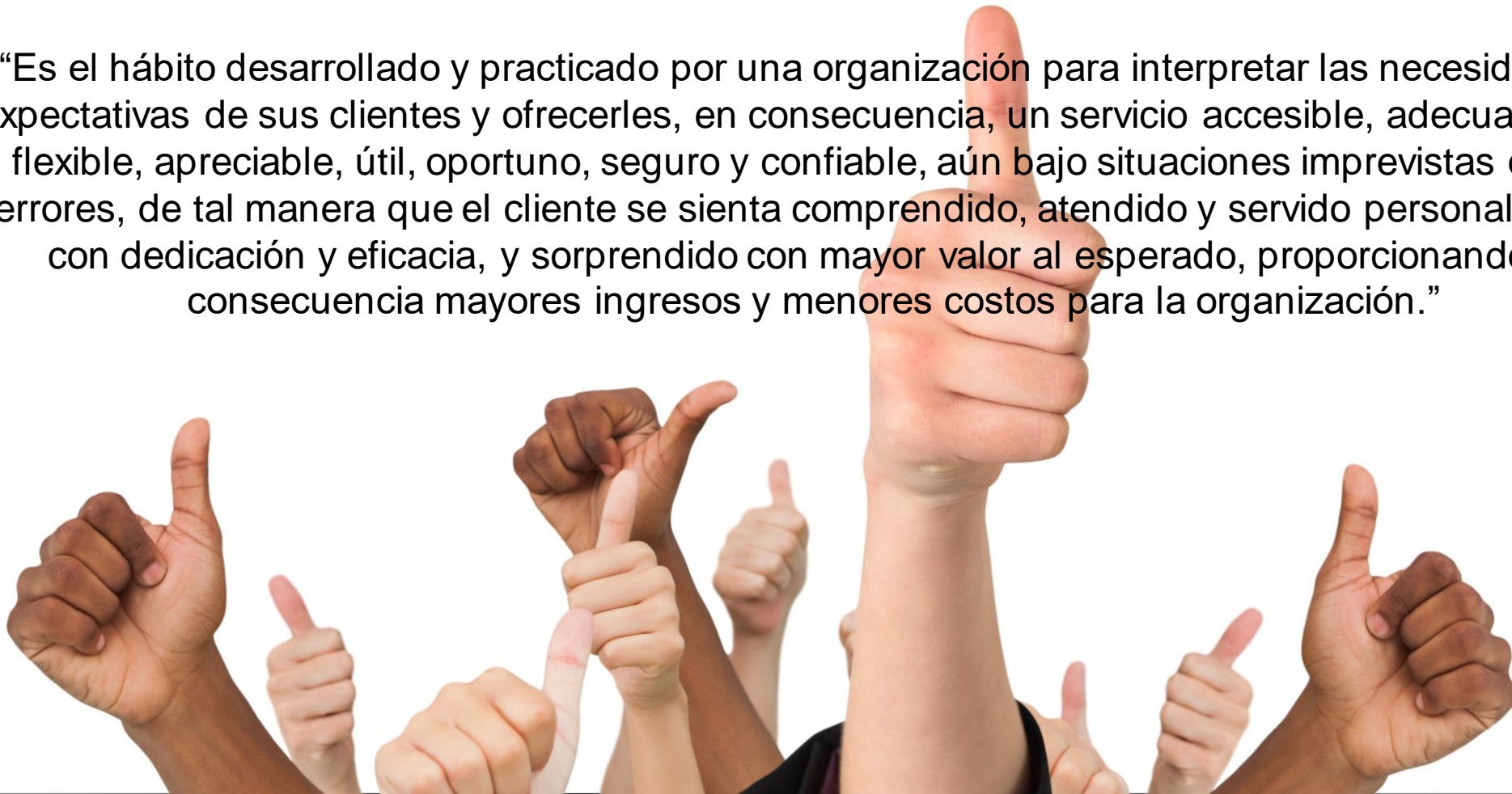


1.- Piensa y escribe alguna expectativa que hayas tenido como cliente y que no fue cumplida por lo que tu percepción de calidad cambió.

2.- Ahora ponte del lado del vendedor o la empresa que no cumplió tus expectativas, ahora que conoces los elementos que alteran la percepción de calidad, ¿qué les falló? ¿podían hacer algo diferente? O ¿estaba todo en la visión del cliente?

## || Calidad en el servicio

“Es el hábito desarrollado y practicado por una organización para interpretar las necesidades y expectativas de sus clientes y ofrecerles, en consecuencia, un servicio accesible, adecuado, ágil, flexible, apreciable, útil, oportuno, seguro y confiable, aún bajo situaciones imprevistas o ante errores, de tal manera que el cliente se sienta comprendido, atendido y servido personalmente, con dedicación y eficacia, y sorprendido con mayor valor al esperado, proporcionando en consecuencia mayores ingresos y menores costos para la organización.”



## || Calidad en el servicio



- Cumplir las expectativas del cliente y despertar en él nuevas necesidades.
- Reducir o eliminar al máximo los defectos que se producen a lo largo del proceso productivo.
- Dar respuesta inmediata a las solicitudes de los clientes.
- Aspirar siempre a la excelencia.

Como principios de la atención al cliente se establece que el cliente es el que valora la calidad en la atención que recibe. Cualquier sugerencia o consejo es fundamental para la mejora.



## || Los trabajadores y la atención al cliente

En una empresa con calidad de servicio se espera que los trabajadores conozcan su trabajo, se disponga de un trato agradable y satisfagan las necesidades del cliente.

Para brindar una excelente atención, se requiere que los trabajadores pongan en práctica habilidades técnicas relacionadas con su trabajo, como el conocimiento de los productos y servicios que se venden, el entorno de trabajo, procesos, procedimientos, manejo de los equipos y herramientas que se utilizan.



## || La fidelización del cliente



La fidelización del cliente es un proceso que desarrolla una relación positiva entre la empresa y los consumidores.

Se trata de clientes que generan un sentimiento de simpatía por la marca y por la empresa en su conjunto.

## || La fidelización del cliente

“Un cliente fiel es aquel que continúa adquiriendo productos y servicios de una marca determinada porque su experiencia de compra ha sido satisfactoria.”



## || Cliente Fiel



- Actúa en favor de la empresa mucho más allá que, simplemente, comprando sus productos o servicios.
- Por ejemplo, el comportamiento después de la compra del cliente es esencial para conocer la escala de satisfacción del mismo.
- No hay manera más efectiva de saber qué necesitan tus consumidores que no sea escuchándolos.



## || Estrategias de fidelización de clientes

- Invertir en tecnología que facilite el proceso de compra.
- Ofrecer un servicio directo, claro y que dé respuestas en tiempo real.
- No prometer cosas que no se pueden cumplir u ofrecer.
- Contar con un programa de lealtad.
- No ignorar las quejas.
- Responder y dar gran importancia a las preguntas y a la interacción de los clientes.
- Usar las redes sociales para acercar la empresa a los clientes.



## || Perfiles psicológicos de los clientes

Un cliente es una persona que requiere la prestación de un servicio que satisfaga una necesidad.

Cabe destacar que los clientes cada vez son más diversos, y cada día saben mejor lo que quieren y cómo quieren.



## || Perfiles psicológicos de los clientes

TIPO DE CLIENTE	CARACTERÍSTICAS	ATENCIÓN ADECUADA	LO QUE DEBO EVITAR
AMISTOSO	Se muestra receptivo, pacífico y da la razón con frecuencia. Tiende a mostrarse un poco indeciso en la compra.	Si la conversación se alarga mucho, conviene hacerle un resumen de los aspectos sobresalientes del producto o servicio.	Evitar el exceso de confianza, ya que si la compra tarda demasiado puede que decida no realizarla, debido a su tendencia a la indecisión.
INDECISO	Tiene muchas dudas, por lo tanto necesita tener información suficiente sobre las alternativas del producto o servicio.	Tener paciencia al mostrarle los productos o servicios, dando énfasis a los detalles importantes.	Evitar presentarle una cantidad excesiva de información y dejarle espacio para que reflexione.

## Perfiles psicológicos de los clientes

TIPO DE CLIENTE	CARACTERÍSTICAS	ATENCIÓN ADECUADA	LO QUE DEBO EVITAR
-----------------	-----------------	-------------------	--------------------

TÍMIDO	Evita mirar a los ojos y trata de mantener cierta distancia física.	Generar un clima de confianza para que la conversación sea relajada.	Evitar forzarle a mantener la mirada y no hacerle preguntas delante de los otros clientes.
POLÉMICO	Se siente superior al personal de ventas y presenta deseos de contradecir.	Atenderlo con firmeza, seguridad y estilo asertivo sin ser impaciente, agresivo o irrespetuoso.	Evitar discusiones, no mostrar miedo y no dejarse impresionar por el sarcasmo como si fuera una ofensa personal.



## || Perfiles psicológicos de los clientes

TIPO DE CLIENTE	CARACTERÍSTICAS	ATENCIÓN ADECUADA	LO QUE DEBO EVITAR
ESCÉPTICO	Destaca los aspectos negativos de productos o servicios y se mantiene a la defensiva.	Destacar primero alguna desventaja del producto o servicio y luego las ventajas.	Evitar discutir sobre los aspectos negativos del producto o servicios y mostrar paciencia.
OCUPADO	No tiene tiempo o está apresurado y suele estar haciendo operaciones de forma simultánea por tal motivo pueden ser desorganizados.	Tratar de que se relaje y llamar su atención a la información que le estamos proporcionando sobre el producto o servicio.	Ser comprensivos y no forzarlo a centrar su atención.



## ¿Qué tipo de clientes eres?

1. Elige un objeto
2. Imagina que sus características son las de un cliente
3. ¿Qué tipo de cliente sería?
4. Discutan en grupo sus respuestas

## || Objeciones durante el proceso de atención

Las objeciones son los obstáculos, “nos” o “peros” de un cliente como respuesta ante nuestra propuesta o servicio.

Forma parte del día a día de cualquier prestador de servicios.



## || Tipos de objeciones

- El precio no le parece el adecuado.
- No necesita lo que estás ofreciendo.
- No te conoce o no confía lo suficiente.
- No es el momento apropiado para el cliente.
- Una característica concreta del producto no le gusta.
- No le convence el servicio.





## || Reclamaciones y resoluciones



La insatisfacción puede expresarse como un malestar, aunque no llega a enojo. Más bien es una petición del consumidor, quien espera que se arregle la relación entre cliente-proveedor.

Una reclamación es una invitación a mejorar la calidad de lo que ofreces para así evitar que el cliente se desenamore de tu marca.

## || Clientes contentos

1. Cumplir todas las promesas
2. Respetar el tiempo del cliente
3. Tener obsesión por los detalles
4. Ser siempre cortés
5. Mantener siempre el rol profesional
6. Dar seguridad al cliente
7. Respetar la confidencialidad
8. Ser extremadamente accesibles
9. Comunicar frecuentemente y de manera comprensible
10. Reaccionar frente al error



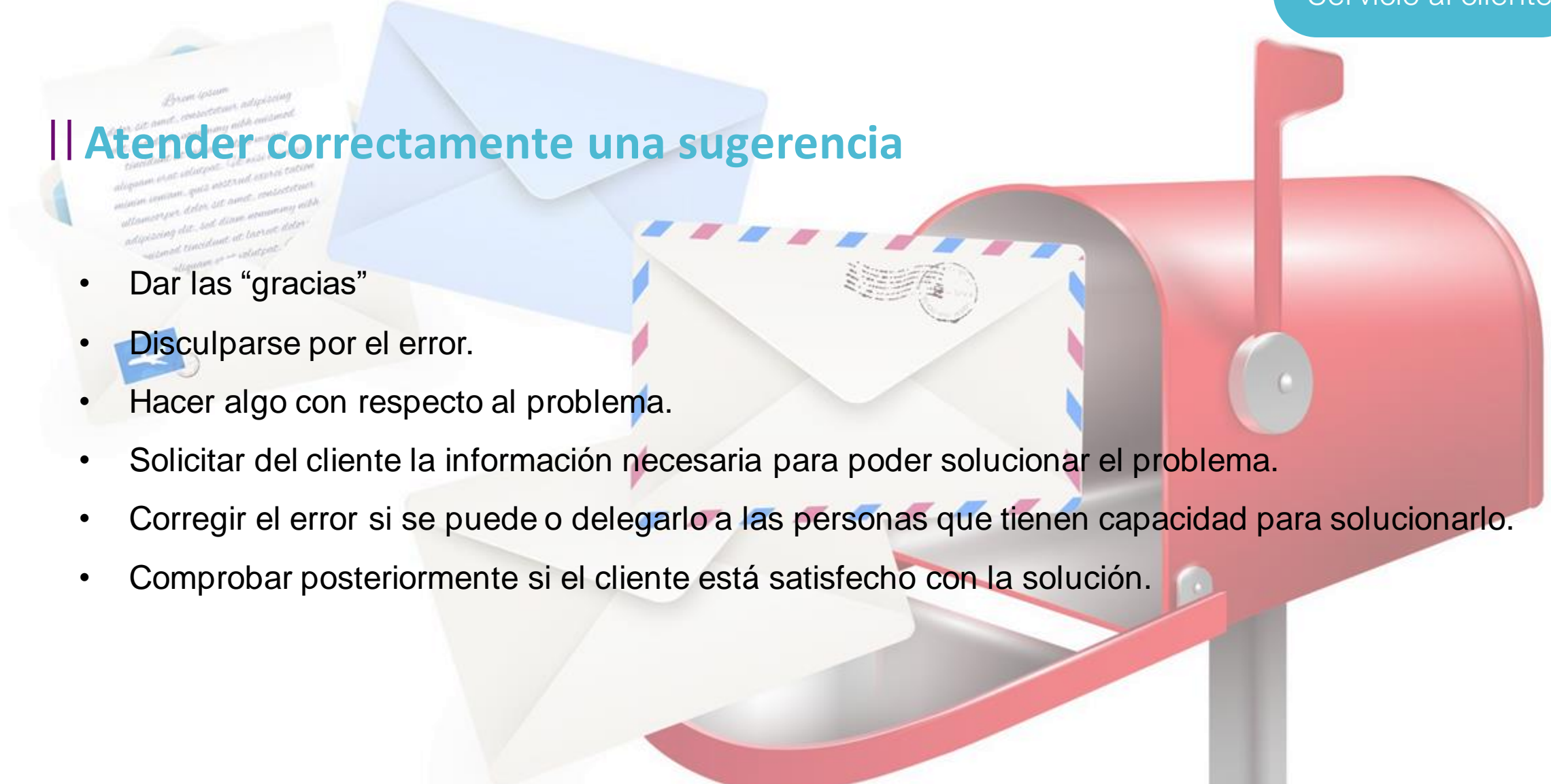
## || Gestión de quejas y sugerencias

Para gestionar correctamente las quejas o sugerencias de los clientes, identificamos 5 fases fundamentales:

1. Crear una actitud positiva hacia las quejas.
2. Crear los canales de comunicación entre cliente y empresa.
3. Atender correctamente a las sugerencias.
4. Crear un sistema de respuesta rápida a las sugerencias.
5. Crear sistemas para prevenir futuros errores.

## || Atender correctamente una sugerencia

- Dar las “gracias”
- Disculparse por el error.
- Hacer algo con respecto al problema.
- Solicitar del cliente la información necesaria para poder solucionar el problema.
- Corregir el error si se puede o delegarlo a las personas que tienen capacidad para solucionarlo.
- Comprobar posteriormente si el cliente está satisfecho con la solución.





## || Para ganar cinco estrellas de tus clientes durante toda tu carrera profesional, te recomendamos:

- Da la milla extra; evita decir: “no se puede”.
- Haz maravilloso lo mundano; brinda disculpas sinceras cuando te equivoques.
- Proporciona información adicional sobre oferta de servicios exclusivos.

