LA ACTITUD EN LA CALIDAD DEL SERVICIO AL CLIENTE

www.sena.edu.co

SENA comunica

SENA

Instructora:
Claudia Rojas Fernández

QUE ES SERVICIO AL CLIENTE

Es la gestión que realiza cada persona que trabaja en una empresa y que tiene la oportunidad de estar en contacto con los clientes y generar en satisfacción.

IMPORTANCIA DEL SERVICIO

Los clientes son cada vez más exigentes, ya no sólo buscan buena calidad y buenos precios, sino también, un buen servicio o atención al cliente, es decir, un trato amable, un ambiente agradable, comodidad, un trato personalizado, una rápida atención.

Cliente satisfecho : Le cuenta de 1 a 3 personas

Cliente insatisfecho: Le cuenta de 9 a 20 personas

El buen servicio al cliente debe estar presente en todos los aspectos del negocio en donde haya alguna interacción con el cliente, desde el saludo del personal que está en la puerta, hasta la llamada contestadas. Para lo cual es necesario capacitar y entrenar a todo nuestro personal en el buen servicio al cliente.

CLIENTE

Un cliente es quien accede a un producto o servicio por medio de una transacción financiera, dinero u otro medio de pago.

Cliente Interno

Son los que están en nuestro mismo entorno, jefes, compañeros, proveedores internos. Son todos los funcionarios de la empresa que pertenecen a ventas, personal administrativo, logística y directivos que laboran dentro de la empresa.

Cliente externo

Son todos los clientes consumidores y usuarios a quienes los empleados y colaboradores entregamos nuestra energía y recursos para satisfacer su necesidades

TIPOS DE CLIENTES

El poder identificar los clientes nos da las herramientas suficientes para adquirir la habilidad de atenderlos, teniendo en cuenta las características y eligiendo el tratamiento adecuado para este.

EL CLIENTE DISCUTIDOR

Este tipo de cliente se caracteriza por ser agresivos por naturaleza.
No estarán de acuerdo o discutirán cada cosa que digamos

¿CÓMO TRATARLOS?

- Solicitarle su opinión
- Hablar suavemente pero firme
- Concentrar la conversación en los puntos en que se esta de acuerdo.
- No hay que caer en su trampa.

EL CLIENTE ENOJADO

A este tipo de clientes no hay que negarles su enojo, ni decirles "No hay motivo para enojarse« ya que esto lo enojará más.

¿CÓMO TRATARLOS?

- Ver mas allá del enojo
- No ponerse a la defensiva
- No involucrarse en las emociones
- Calmar el enojo
- No hay que prometer lo que no se puede cumplir.
- Negociar una solución

EL CLIENTE CONVERSADOR

Estas personas pueden ocupar mucho de nuestro tiempo. Además de entrar a comprar algo, nos cuentan la historia de su vida.

¿CÓMO TRATARLOS?

- No hay que tratar de sacárselo de encima de un golpe, se debe demostrar interés, tener paciencia y apenas de la oportunidad centrarlo en lo que nos concierne

EL CLIENTE OFENSIVO

Este tipo de clientes con o sin motivo siempre utilizan la grosería, insultos y humillación

¿CÓMO TRATARLOS?

- Sea excepcionalmente amable, esto hace bajar el nivel de confrontación.
- No sea irónico

EL CLIENTE QUE SIEMPRE SE QUEJA

A este tipo de clientes no hay algo que le guste. Siempre están inconformes con el servicio , los precios, el lugar, etc. Hay que asumir que es parte de su personalidad

¿CÓMO TRATARLOS?

- Se debe intentar separar las quejas reales de las falsas.
- Hay que dejar que se desahogue y posteriormente darle la solución teniendo en cuenta el tema principal.

EL CLIENTE COQUETO

Este tipo de clientes en todo momento tienen insinuaciones y comentarios en doble sentido, con implicancias sexuales y pueden provenir tanto de hombres como de mujeres.

¿CÓMO TRATARLOS?

- Se debe mantener una actitud de calma, ubicada y profesional en todo momento.
- Ayudarlos con lo que necesitan lo mas pronto posible para que así se vayan.

CLIENTE POLÉMICO

Este tipo de clientes presentan sus disgustos en voz alta, delante de otros clientes con el animo de generar conflictos, exhibiendo su disconformidad

¿CÓMO TRATARLOS?

- Deben ser tratados con buen trato, amabilidad.
- Escuchar sus quejas y aclarar sus dudas

CLIENTE MAL PAGADOR

Este tipo de clientes son morosos, prometen pagar pero nunca lo hacen, siempre están con evasivas o excusas

¿CÓMO TRATARLOS?

- Aclarar con anterioridad y de forma detallada las formas de cobro.

VÍDEO TIPOS DE CLIENTES

FACTORES EN EL SERVICIO AL CLIENTE

- AMABILIDAD
- AMBIENTE AGRADABLE
- COMODIDAD
- TRATO PERSONALIZADO

- RAPIDEZ EN EL SERVICIO
- HIGIENE
- SEGURIDAD
- SERVICIO DE POST VENTA

ESTANDARES DEL SERVICIO

Los estándares de servicio es lo que el cliente espera de nuestro establecimiento.

- La cortesía
- El conocimiento
- El seguimiento
- Sorprender

- Presentación personal
- Buena recepción
- Tono de voz adecuado
- Tener una actitud buena en el servicio.
- Lenguaje corporal

VÍDEO SERVICIO AL CLIENTE

¿QUE ES UNA EMPRESA?

Es una unidad socioeconómica integrada por capital humano, materiales y factores técnicos, con un objetivo de obtener utilidades.

IDENTIDAD CORPORATIVA

La identidad corporativa o identidad visual es la manifestación física de la marca. Es lo que nos representa en todos los ámbitos.

MISION DE UNA EMPRESA

Finalidad pretendida por la empresa, es su razón de ser. Esta enfocada en el presente y es la actividad que justifica lo que el grupo o el individuo está haciendo en un momento dado.

VISION DE UNA EMPRESA

Es una proyección a futuro de cómo va hacer la organización, como se ve uno a largo plazo.

VALORES DE UNA EMPRESA

Los valores son aquellos juicios éticos sobre situaciones imaginarias o reales. Los valores de la empresa son los pilares más importantes de la organización ya que con ellos se define así misma, estos valores implican a todos los miembros de una organización y especialmente a sus dirigentes.

CARACTERISTICAS DE LOS VALORES

- Son necesarios para producir cambios a favor del progreso de la organización
- Son posibles seguirlos porque muchos creemos en ellos.
- No son, ni pueden ser un simple enunciado.

IMPORTANCIA DE LOS VALORES EN UNA EMPRESA

- Permiten posicionar una cultura empresarial.
- Marcan patrones para la toma de decisiones.
- Promueven un cambio de pensamiento.
- Se lograr una baja rotación de empleados.
- Se evitan conflictos entre el personal.
- Con ellos los integrantes de la empresa de adaptan más fácilmente.
- Se logra el éxito en los procesos de mejora continua.

CICLO DEL SERVICIO

Es la secuencia completa de contactos que experimenta un cliente para satisfacer las necesidades del cliente.
Se inicia en el cliente con las necesidades plasmadas en un pedido y que otro está dispuesto a proveer.

GRACIAS