ATENCION Y SERVICIO AL CLIENTE

ASTRID PALACIOS

ATENCION AL CLIENTE

SOLUCIÓN A UN PROBLEMA

SERVICIO AL CLIENTE

EXPERIENCIA EN EL PROCESO (ANTES, DURANTE Y DESPUES)



USUARIO

Un usuario es aquel individuo que utiliza de manera habitual un producto, o servicio.

CLIENTES

Un cliente es una persona o entidad que compra los bienes y servicios que ofrece una empresa

LA ATENCIÓN Y SERVICIO AL CLIENTE DEBE INCLUIR ELEMENTOS QUE PROTEJAN LA INTEGRIDAD Y HASTA LA PRIVACIDAD DE LOS USUARIOS. QUE EL TRATO SEA HUMANO Y SENSIBLE, ACORDE CON LA SITUACIÓN EN LA QUE SE REQUIERE EL SERVICIO. SE ESPERA TAMBIÉN EFICIENCIA SIN QUE ELLO AFECTE LA CALIDAD.

CICLO DEL SERVICIO

Es toda la secuencia de acciones por las que pasan los clientes desde el momento en el que toman contacto con la organización y sus colaboradores hasta conseguir el producto o servicio que están buscando.

Es decir, se trata de una cadena continua de acontecimientos por el cual pasa un cliente al contactar con una empresa.

ETAPAS DE UN CICLO DE SERVICIO

I ETAPA — Recibir al cliente

II ETAPA — Escucha activa al cliente

III ETAPA — Elección del producto o servicio

IV ETAPA — Despedida

ETAPA I

RECIBIR AL CLIENTE

Para que el proceso del servicio sea adecuado debemos empezar por **ACOGER** bien al cliente.

TIPS

- Buen estado de ánimo
- Saludo cordial
- Buen aspecto físico
- Cuidado del entorno

ETAPA II

ESCUCHA ACTIVA AL CLIENTE

Escuchar las necesidades del cliente

TIPS

- Escucha activa
- Realizar preguntas
- Repetir lo escuchado si no hay claridad en el mensaje recibido

ETAPA III

ELECCION DEL PRODUCTO O SERVICIO

Ofrecemos al cliente/usuario las diferentes opciones de producto o servicio para que proceda a realizar su elección.

TIPS

- Cubrir la necesidad
- Orientar al cliente/usuario para que tome la mejor decisión
- No forzarlo para que decida

ETAPA IV

DESPEDIDA

Es igual de importante que la bienvenida, ya que con ello se cierra el ciclo y el cliente/usuario realiza su evaluación.

TIPS

- Cordial
- Educada
- Cortez
- Dar las gracias



MOMENTOS DE VERDAD

Son todos las ocasiones en las que el cliente entra en contacto con la organización y/o persona y se forma una opinión sobre la calidad de ésta.

Cualquier punto de contacto entre la empresa, sus colaboradores y sus consumidores es importante y puede convertirse en crítico. Es en los contactos donde se construye la experiencia del cliente, de ahí su carácter crucial.


LOCALES y
NEGOCIOS

ACTIVIDAD LUDICA EN EQUIPOS





TIPOS DE CLIENTES

Los clientes son muy diferentes entre sí

El proceso de compra de cada cliente está determinado por diferentes factores, tales como:

- Experiencias pasadas
- Gustos personales
- Necesidades a satisfacer
- Poder económico

INFORMACIÓN GENERAL DEL MERCADO

INFORMADO



Atento a los detalles

Hace preguntas

Conoce sobre el tema

IMPULSIVO



Impaciente

Agitado

Impredecible

INDECISO



No pueden decidir por si mismo

INFORMACIÓN GENERAL DEL MERCADO

DISCUTIDOR



Aires de superioridad

Esta predispuesto para discutir

Se queja constantemente

NEGOCIADOR



Aprovecha las oportunidades

Completa la compra si tiene claro el beneficio

LEAL



Comprometido

Genera impacto positivo

Altas probabilidades de volver a elegir la marca



REGLAS BASICAS DE ATENCION Y SERVICIO AL CLIENTE



EL CLIENTE ES PRIMERO

Satisfacción del cliente por encima de todo



NADA ES IMPOSIBLE

Preparado a solucionar cualquier tipo de inconveniente



CUMPLE TUS PROMESAS

Cumplir con promociones, ofertas.



DAR MAS DE LO QUE SE ESPERA

Conocer necesidades, gustos y así brindar una satisfacción total



MARCAR LA DIFERENCIA CON LA ACTITUD

Con una buena atención al cliente



EMPLEADO INSATISFECHO CLIENTES INSATISFECHOS

Los empleados son los primeros clientes de las empresas

NORMAS DE CORTESIA PARA UN BUEN SERVICIO DE ATENCION AL CLIENTE





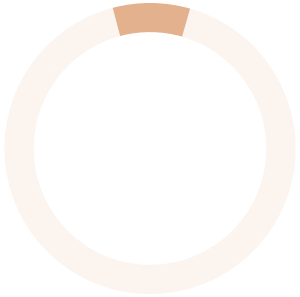
PROBLEMAS MAS COMUNES EN LA ATENCION Y SERVICIO AL CLIENTE



NO PRESTAR ATENCION A LA NECESIDAD DEL CLIENTE

Escucha activa

Llegar al fondo de la petición o problema

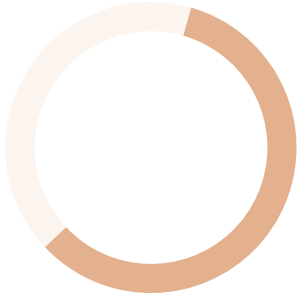


TIEMPOS DE RESPUESTA LARGOS

Derivar al cliente de una sección a otra

Alagar el proceso de solución

Eficacia y calidad en el servicio



FALTA DE EMPATIA CON EL CLIENTE

Tratar de entender y ponerse en los zapatos del cliente



NO OFRECER UNA SOLUCION DEFINITIVA AL PROBLEMA O NECESIDAD

Identificar la necesidad real

Conocer los procesos, acciones y limites



TIPS PARA DESARROLLAR UNA CULTURA ORIENTADA AL CLIENTE

Sistema de creencias y valores que comparten los colaboradores de una organización con respecto a las relaciones que establecen con el consumidor

Una cultura de servicio al cliente excelente comienza con una mentalidad enfocada en los consumidores. Cuando las organizaciones ofrecen una experiencia excepcional saben que es porque sus clientes están buscando relaciones a largo plazo

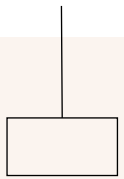
CONFIANZA

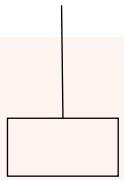
En si mismo

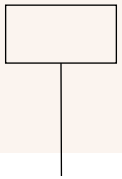
En el empleador

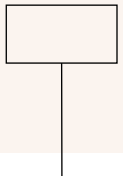
Para sus clientes

CONOCE TU PRODUCTO O SERVICIOS









PROPUESTA DE VALOR

Que los diferencia en el mercado

CONSTRUCCION DE CONECCIONES

Trato personalizado

VENTAJAS

Satisfacción del cliente

Fidelización

Mejora el voz a voz

Mejora la experiencia del cliente

Mejora la comunicación

Mejora la relación empleado-cliente



Cultura de Servicio



COMUNICACIÓN ASERTIVA

COMUNICACIÓN ASERTIVA

Decir lo que uno quiere decir sin herir los sentimientos de los demás.

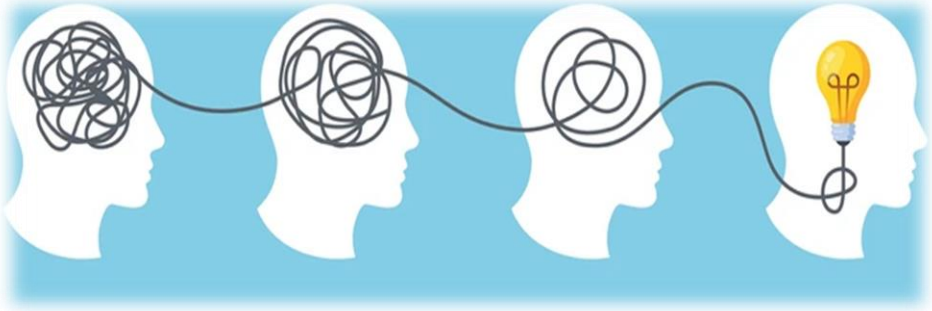
De forma clara y entendible para el receptor

PERSONA ASERTIVA

Aquella persona que se expresa de manera firme



ASPECTOS PARA TENER EN CUENTA



SER CLAROS

CONCRETOS



CONTROL



PEDIR DISCULPAS

RECOMENDACIONES PARA SER UNA PERSONA ASERTIVA

- Evalúa la forma en que te comunicas
- Utiliza el lenguaje corporal
- Mantén tus emociones bajo control
- Exprésate de manera apropiada, pensando en el cliente


NICOLAS
CHARLES
NOTICE
PAPER
http://selvv.com

MUCHAS GRACIAS