PROGRAMA DE FORMACION TECNICO EN OPERACIONES COMERCIALES EN RETAIL
FICHA # 3085606 VALENCIA.

COMPETENCIA.
ATENCIÓN AL CLIENTE

RESULTADO DE APRENDIZAJE.
“PRESTAR EL SERVICIO AL CLIENTE TENIENDO EN CUENTA PROTOCOLOS DE LA ORGANIZACIÓN”

INTEGRANTES.
- Rosaura Pérez.
- Leidys Muentes.
- Kelly León.
- Yeris González .

GRUPO 3°

INSTRUCTOR.
Fredy oviedo.

FECHA. 08/12/24.

INTRODUCCIÓN.

En el mundo del retail, la comunicación efectiva se erige como un pilar fundamental para el éxito de las operaciones comerciales. La capacidad de transmitir información de manera clara y asertiva no solo impacta la experiencia del cliente, sino que también influye en el ambiente laboral y en la relación con proveedores. A través de diferentes formas de comunicación, tanto verbal como no verbal, los profesionales del retail pueden conectar con sus clientes internos y externos, garantizando que todos estén alineados y trabajando hacia objetivos comunes. Este análisis explora la importancia de la comunicación en el ámbito del retail, destacando técnicas y enfoques que pueden mejorar las interacciones y optimizar el rendimiento del negocio

DESARROLLO.

a. ¿Qué es la comunicación?

La comunicación es el proceso mediante el cual se intercambia información, ideas y sentimientos entre personas. En el contexto del retail, la comunicación es vital para conectar con los clientes, coordinar al equipo de trabajo y establecer relaciones efectivas con proveedores. Implica no solo el envío de un mensaje, sino también la capacidad de escuchar y comprender las respuestas de los demás. Una buena comunicación puede mejorar la experiencia del cliente, aumentar la satisfacción del empleado y optimizar las operaciones comerciales.

b. Explique comunicación verbal y no verbal.

Comunicación verbal: Se refiere al uso del lenguaje hablado o escrito para transmitir información. En el retail, esto incluye interacciones cara a cara con los clientes, conversaciones telefónicas, correos electrónicos y mensajes en redes sociales. La claridad, el tono y la elección de palabras son esenciales para asegurar que el mensaje sea entendido correctamente.

Comunicación no verbal: Implica la transmisión de mensajes sin palabras, utilizando gestos, expresiones faciales, postura, contacto visual y otros elementos físicos. En un entorno de retail, la comunicación no verbal puede influir significativamente en cómo se percibe un mensaje. Por ejemplo, una sonrisa y un contacto visual adecuado pueden hacer que un cliente se sienta bienvenido y valorado.

c. ¿Qué es Comunicación asertiva?

La comunicación asertiva es una habilidad que permite a las personas expresar sus pensamientos, sentimientos y necesidades de manera clara y respetuosa, sin ser agresivas ni pasivas. En el ámbito del retail, ser asertivo implica:

- Expresar opiniones o preocupaciones sobre problemas operativos o situaciones con clientes.
- Escuchar activamente a los demás.
- Ser capaz de decir "no" cuando sea necesario sin sentirse culpable.
- Buscar soluciones que beneficien a ambas partes en caso de conflictos.

La comunicación asertiva ayuda a construir relaciones sólidas dentro del equipo y con los clientes.

d. ¿Porque es importante comunicarnos con los clientes internos y externos?

La comunicación efectiva con clientes internos (empleados) y clientes externos (consumidores) es crucial por varias razones:

1. **Mejora del ambiente laboral:** Una buena comunicación interna fomenta un ambiente colaborativo donde todos los empleados se sienten valorados y motivados.

2. **Satisfacción del cliente:** La atención al cliente efectiva depende de una buena comunicación. Saber escuchar las necesidades del cliente permite ofrecer soluciones adecuadas.
3. **Resolución de problemas:** Una comunicación clara facilita la identificación rápida de problemas operativos o conflictos con clientes, lo que permite abordarlos antes de que se conviertan en cuestiones más grandes.
4. **Fidelización:** Mantener una buena comunicación con los clientes externos contribuye a construir relaciones duraderas y fomentar la lealtad hacia la marca.
5. **Eficiencia operativa:** La comunicación clara entre departamentos asegura que todos estén alineados en cuanto a objetivos y procedimientos, lo que mejora la eficiencia general del negocio.

Técnicas para mejorar la comunicación en retail

1. **Escucha activa:** Prestar atención plena a lo que dice el otro para entender mejor sus necesidades o preocupaciones.
2. **Feedback constructivo:** Ofrecer retroalimentación positiva y sugerencias de mejora sin desmerecer el esfuerzo del otro.
3. **Capacitación continua:** Formar a los empleados en habilidades comunicativas para mejorar sus interacciones tanto internas como externas.
4. **Uso adecuado de herramientas digitales:** Implementar sistemas de gestión que faciliten la comunicación entre equipos (como correos electrónicos organizados o aplicaciones de mensajería).
5. **Reuniones periódicas:** Realizar encuentros regulares para compartir información relevante sobre operaciones y resolver dudas en conjunto.

e. **Realice un dibujo donde se plasmen todos los elementos que intervienen en el proceso de comunicación.**



CONCLUSIÓN.

La comunicación en el retail es más que simplemente intercambiar palabras; es un arte que requiere atención, empatía y habilidades específicas para ser verdaderamente efectiva. Al implementar prácticas como la escucha activa, el feedback constructivo y la capacitación continua, las empresas pueden no solo mejorar sus relaciones internas y externas, sino también crear un ambiente laboral positivo y una experiencia de cliente excepcional. En un entorno competitivo como el retail, donde cada interacción cuenta, invertir en habilidades comunicativas se traduce en ventajas significativas que pueden marcar la diferencia entre una simple transacción y una relación duradera con los clientes. La clave está en reconocer que una buena comunicación es esencial para construir un negocio próspero y sostenible

.

EXITOS PARA TODOS

Base del éxito: **"Insistir, Persistir, Resistir y nunca Desistir "**