

Excelencia al Cliente



Gratis #6

CLIENTE

Es la persona y/o entidad más importante, razón y motivo de la existencia de cualquier negocio o de salario pagado.

**El Cliente NO necesita nuestro negocio;
NECESITAMOS AL CLIENTE.**

**El Cliente NO depende de nuestro negocio;
DEPENDEMOS DE LA NECESIDAD DEL CLIENTE.**

**El Cliente NO interrumpe el trabajo de nuestro negocio;
EL CLIENTE ES EL PROPÓSITO DE NUESTRO TRABAJO.**

**El Cliente NOS hace un favor cuando nos llama;
HACEMOS NEGOCIO AL CONTESTAR DE INMEDIATO CON AMABILIDAD,
CORTESÍA Y RESPETO.**

Por definición:

Clases de Clientes

Clientes Internos

Son aquellas personas DENTRO de la organización que recibe el resultado de tu trabajo.

Ejemplos: Sicólogo, Terapeuta Ocupacional, Audiólogos, Patólogos del Habla, Neurólogos, Personal Administrativo, otros

Clientes Externos

Son aquellas personas FUERA de su organización que necesita satisfacer una necesidad y que recibe el resultado de su trabajo.

Ejemplos: Padres, Niños, Agencias Privadas o Públicas, otros



Expectativas del Cliente



Satisfacer al cliente y comprometerlo con nuestro negocio es 10 veces más rentable que establecer relaciones con un cliente nuevo.

¿Qué busca el cliente?

Un estudio de Arellano Marketing nos muestra que el 73% de los clientes desea ser respetado, un 46% busca que el vendedor lo considere inteligente, y un 42% desea ser querido.

¿Qué Hacer?



Teniendo las pautas de lo que el Cliente busca y espera, debemos hacernos una pregunta:

1. **Respeto** - La cortesía y el contacto visual son las formas más visible de transmitir respeto. Siempre se debe tener una actitud servicial y amable para tratar bien y con respeto a todos los consumidores, Internos y Externos.
2. **Mensaje Integro y Tangible** - Explicar con claridad y sencillez las bondades del producto ofrecido para que el cliente decida qué comprar con la información adecuada.
3. **Confiable** - No ofrecer productos malos a sabiendas. Tal vez nos compren una vez, pero no volverán a hacerlo y les dirán a sus conocidos sobre su mala experiencia.
4. **Servicio Excepcional** - El servicio de la mejor calidad siempre atraerá a los clientes. Entregarlo de esa manera debe ser una norma, y esperarán que mantengas el mismo nivel de servicio en cada oportunidad que interactúes con ellos.
5. **Sentido de Urgencia** - Un cliente que pregunta es un cliente interesado. Cuanto mejor, más diligente y con prontitud le respondamos, más posibilidades hay de hacer la venta y de tener a un Cliente satisfecho.

Tipos de Clientes

No es posible establecer una lista oficial de los tantos diferentes tipos de Clientes, pues cada ser humano es diferente y su reacción en determinado momento es impredecible.

Por tanto, lo mejor que podemos hacer es conocer y fortalecer herramientas que pueden ayudar a manejar la situación de la mejor manera y con las mínimas consecuencias negativas posibles.



Comportamiento No-Verbal



6 Herramientas de Observación para el Manejo de Situaciones Difíciles

1. **Expresión Facial** - El rostro es de importancia vital como instrumento de comunicación tanto para receptor como emisor.
2. **Contacto Visual** - Puede revelar y ofrecer mucho sobre la personalidad y emociones de un individuo, tanto receptor como emisor.
3. **Movimiento Corporal** - El movimiento corporal y los gestos pueden proveer información valiosa del estado emocional del receptor como emisor.
4. **Proximia** - El servicio de la mejor calidad siempre atraerá a los clientes. Entregarlo de esa manera debe ser una norma, y esperarán que mantengas el mismo nivel de servicio en cada oportunidad que interactúes con ellos.
5. **Paralenguaje** - Señales vocales utilizadas para enviar el mensaje: "no es lo que se dice, sino cómo se dice".
6. **Contacto Tactil** - Está sujeto a variadas interpretaciones dependiendo del ambiente y de la cultura.

Comunicación



6 Destrezas Básicas para una Comunicación Efectiva y de Respeto

- 1. Contacto Visual** - Es una falta de respeto el que le estén hablando y usted siga haciendo lo que estaba haciendo, diciendo que le está prestando atención. Mire a la persona tan pronto la persona le comience a hablar. El mensaje que está enviando es: "Mírame, te estoy atendiendo, deseo escucharte".
- 2. Postura Corporal** - Preste atención y muestre interés en lo que la persona le está diciendo. La expresión de interés en el cuerpo y en el rostro estimulan la comunicación efectiva. Evite exagerar los gestos de interés y/o mensajes impulsivos. de risa, coraje, llanto o pena. Si es posible, siéntese frente a la persona, se inclina levemente hacia el frente durante la conversación. El mensaje enviado es: "Te estoy atendiendo. Me importa lo que dices."
- 3. Cualidades vocales / verbales** - El tono vocal y la rapidez al hablar indican cómo usted se siente con relación a la persona que se encuentra frente a usted. Es muy importante utilizar un tono adecuado, correcto y propio de una persona educada y profesional, evitando todo tipo de emociones. El mensaje a ser recibido debe ser: "Me interesa lo que expresas".

Comunicación



6 Destrezas Básicas para una Comunicación Efectiva y de Respeto

4. **Cotejo Verbal** – Si el cliente ha traído una preocupación, no le cambie el tema y no se distraiga atendiendo o escuchando a otra persona, el teléfono, leyendo mensajes de texto, etc. Este cliente debe tener su total atención y de ese modo, el mensaje enviado es: "Estoy prestando atención a lo que me dices"..
5. **Vestimenta Profesional** – Utilice ropa adecuada para evitar distraer la atención de la persona que se encuentra frente a usted. La vestimenta llamativa en escotes, en colores, con diseños alusivos a personas o situaciones impiden tener una comunicación efectiva y de respeto.
6. **Respeto por la Diversidad** – No puede haber una comunicación efectiva y de respeto sin tomar en consideración las características personales que nos distinguen unos de otros, sin olvidar la humanidad que nos une. Es importante entender el contexto en que operan nuestros clientes: la edad, la raza, el género, el color de la piel, la educación, la apariencia física, la ocupación, la afiliación política y/o religiosa, el idioma, la cultura y la orientación sexual, entre otras, requieren unas técnicas de comunicación diferentes al momento de interrelacionarnos con nuestros clientes.

Manejo de Situaciones Difíciles

- **Escuchar:** Déjale que hable. No intentes hablar por encima o interrumpir.
- **Sé empático:** Trata de ponerte en su lugar y eso le calmará.
- **Baja el tono de voz y habla despacio:** Las emociones son contagiosas.
- **Imagina que hay otros Clientes mirándote:** Y no quieres parecer que pierdes el control de la situación.
- **Equivócate para tener razón:** Como único recurso si nada de lo que estás diciendo o haciendo satisface al Cliente, utiliza la estrategia de dejarle ganar y darle lo que quiere, incluso aunque no tenga razón.
- **Demuestra que tienes control sobre tus emociones:** nunca le digas frases como “cálmese” o “relájese” porque eso sólo empeorará las cosas.
- **No lo tomes como algo personal:** enfócate en los hechos.
- **Recuerda que estás hablando con un ser humano:** Con días malos y buenos.
- **Si haces una promesa , ¡Cúmplela!:** De lo contrario, regresará más molesto que antes.



Preguntas de Ayuda: Clarificación de Mensaje

Es muy importante clarificar y confirmar si el mensaje tanto enviado como recibido está claro y entendido por ambas partes.

De ese modo, demostramos al cliente lo genuino de nuestro interés en servirle. Para ello, se pueden hacer preguntas como:

- ¿Me podrías describir?
- ¿Me podrías repetir?
- ¿Estás diciendo que ...?
- ¿Hay algo que quieres o necesitas confirmar o aclarar antes de terminar?



Preguntas de Ayuda: Búsqueda de más Información

Técnicamente, esto se llama **Preguntas Abiertas**, pues se espera una respuesta de parte del cliente. Para ello, se pueden hacer preguntas como:

- ¿Qué te mueve a buscar un seguro? (en el caso de venta de seguros)
- ¿Cómo te sientes con lo que te he explicado?
- ¿Puedes decirme qué conoces del área?
- ¿Puedes describir dónde te encuentras?
- ¿Me puedes repetir?

Por otro lado, las **Preguntas Cerradas** requieren información precisa y concreta. Generalmente se pueden contestar con “sí o no” y se circunscriben a la adquisición de una respuesta determinada.



Preguntas de Ayuda: Influenciar al Cliente

Preguntas Estratégicas son aquellas que buscan influenciar y comprometer inteligentemente al Cliente. Para ello, se pueden hacer preguntas como:

- Estoy aquí para ayudarte: ¿Cómo te podría ayudar a que puedas venir a la cita?
- Esta cita es muy importante para tu niño(a): ¿Qué día y hora se te haría más fácil asistir?



Preguntas de Ayuda: Parafraseo o refraseo

Técnica para clarificar y para asegurar tener un mejor entendimiento del mensaje que hemos recibido de parte del cliente. Se utiliza el repetir el mensaje, con palabras similares, pero de forma breve. Debe tener cuidado de no añadir ideas.

- Ayuda a enfocarse en lo que se ha hablado.
- Puede estimular al cliente a elaborar ideas o pensamientos.
- Deja saber al cliente que le ha escuchado y comprendido su comunicación.
- Debemos terminar con esta pregunta: ¿Hay elementos de esta situación que no me han quedado claro?



Preguntas de Ayuda: Resumen

Al finalizar el proceso o parte del proceso de entrevista o comunicación con el cliente, se debe resumir lo hablado para asegurar que el mensaje fue recibido correctamente, de ambas partes.

- Ayuda a romper el hielo y sentirse más relajado.
- Enfocar el resumen en lo que el cliente desea.
- Cerrar la discusión de un tema en particular.
- Asegurar de que la temática va bien.
- Cotejar nuestra comprensión de lo que ha sucedido hasta el momento.
- Debemos terminar con esta pregunta: ¿Hay elementos de esta situación que no me han quedado claro?

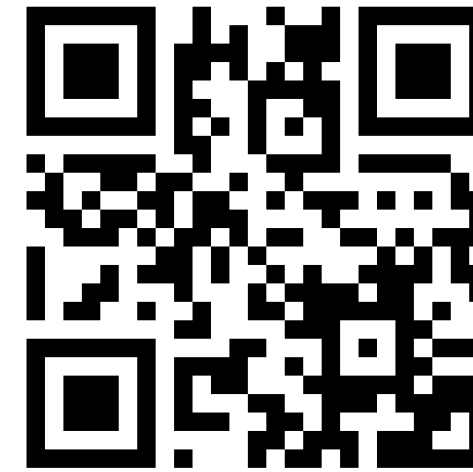


Trato de Excelencia al Cliente Interno y Externo

1. Atender el teléfono a la mayor brevedad e interactuar con el Cliente con cortesía, amabilidad y respeto.
2. No dejar al Cliente en espera por más de 1 minuto sin informarle que estamos trabajando en lo que nos solicitó.
3. Evaluar las Preguntas de Ayuda y cualquiera otras que puedan ofrecer alternativas para mejorar nuestra interacción y trato personalizado con el Cliente.
4. Revisar el Manejo de Situaciones Difíciles para mejorar la comprensión y trato al Cliente y nuestra paz emocional en las mencionas circunstancias.
5. Establecer Procedimiento de Operación Estándar (POE : SOP en inglés) sobre la:



- Información a solicitar del Cliente para evitar tener que llamarles en varias ocasiones utilizando mal su tiempo y el nuestro.
- Información que debemos solicitar de o proveer a nuestros Clientes al citarlos a visitar nuestras facilidades.



QR Code para más información.
Gracias por la atención.

email: diazfonseca.ms@gmail.com