



ATENCIÓN A CLIENTE

12^o

BACHILLERATO

SERVICIO Y ATENCION AL CLIENTE Y LAS TIC EN LA NUEVA ERA DIGITAL

12avo.



PROF. MARIO ALBERTO URRUTIA

Temario

- **Importancia de las nuevas tecnologías**
- **Influencia de las redes sociales ,páginas web y plataformas digitales en la empresa con respecto al cliente**
- **Que son las TIC**
- **E-commerce (Comercio electrónico)**
- **Importancia de las nuevas tecnologías en las empresas**
- **Definición de atención y servicio al cliente en la nueva era digital**
- **Implementación de las TIC**
- **Los 5 niveles de atención al cliente**
- **Como conservar a los clientes de por vida**
- **División de los clientes**
- **Elementos de atención y servicio al cliente y la relación del cliente con el uso de las CRM**
- **Uso de las TIC en la rapidez de servicios y reducción de procesos**
- **Principios básicos de servicio al cliente**
- **Problemas que se presentan en servicio al cliente**
- **Elementos básicos para la atención y servicio al cliente**
- **Puntos principales para una buena relación con el cliente**
- **Elementos a considerar en el control de los procesos de atención al cliente**

Importancia de las nuevas tecnologías y como impacta esto en atención, servicio , y satisfacción al cliente en la nueva era digital (TICS Y CRM)



Objetivo de la materia

Aprender las partes que comprenden el área de atención al cliente y de la relación que tiene la empresa con el cliente para desarrollar de manera eficaz esta función en relación con las TIC y las nuevas tecnologías

Que aprenderemos particularmente del tema:

- Claves del éxito de la gestión empresarial moderna
- Conceptos sobre mercadotecnia, relaciones públicas y publicidad
- Dominar técnicas de comunicación interpersonal y empresarial
- Aprender a negociar
- Establecer una relación mas estrecha con el cliente a través de las nuevas herramientas tecnológicas
- Tratar de manera profesional a los diferentes tipos de clientes
- Implementar planes de atención al cliente

Una empresa que quiere evolucionar y adaptarse a estos tiempos con tantos cambios digitales para poder ser competitivo y mejorar su posicionamiento en el mercado y no verse rebasado por la competencia necesita de las nuevas tecnologías ,pero es importante aclarar que estas no son un fin sin una ayuda para realizar procesos de forma mas eficiente.

Influencia de las redes sociales, paginas web y plataformas digitales en las empresas con respecto al cliente

Actualmente para poder llegar aun mayor número de clientes y conocer de una manera mas rápida el nivel de penetración en el mercado y el grado de satisfacción del cliente, son muchas las utilidades y recursos que nos dan las nuevas tecnologías si sabemos utilizarlas de una manera eficiente y poder ser mas competitivos, estos recursos son las redes sociales como Facebook, Twitter e Instagram, paginas web ,y plataformas digitales

Hoy en día muchas empresas se enfocan en crecer , en tener mayor participación de mercado ,pero dejamos de lado como la competencia incrementa sus ventas y una sencilla razón , es el buen servicio y atención al cliente y los cambios en la innovación tecnología como es el caso de las TICS Y CRM.

Para conocer los gustos , necesidades, y lo que el cliente demanda y espera del producto o servicio es importante como lo hemos hablado en temas anteriores que se debe realizar periódicamente análisis y estudios de mercado ,esto con el propósito de saber que servicios , estrategia y técnicas se emplearan para dar un mejor servicio al cliente.

Si se quiere incrementar y elevar tanto las ventas , la competitividad de la empresa y la satisfacción del cliente se debe hacer uso de las TICS (Tecnologías de la información y comunicación)

Que son las TICS (tecnologías de la información y comunicación?)

Son tecnologías basadas en campos de la informática y telecomunicaciones que nos permiten conseguir nuevas formas de comunicación , anteriormente se utilizaban las tecnologías de comunicación (TC) que son radioteléfono, y televisión, pero ahora a raíz del internet podemos disponer de nuevas tecnologías que nos permitan tener un mayor acceso ala información que hay en las redes y poder de esta manera en el ámbito de las empresas poder ser mas competitivos y llegar a tener una mayor cobertura en el mercado y tener una información precisa de nuestros clientes en cuanto a lo que compran cuando compran y la satisfacción del mismo

Que es el Ecommerce ò Comercio electrónico

Es el proceso de compra ,venta ò intercambio de bienes y servicios e información a través de los medios electrónicos tales como internet y todas las redes informáticas que existen hoy en día como paginas web, plataformas digitales ,redes sociales (Face book, Instagram,Wats up, Twitter).

“Es el desarrollo de actividades económicas a través de las redes de telecomunicaciones”

Esto permite alas empresas llegar en un menor tiempo posible a un mayor número de posibles clientes y a los clientes les permite conocer en una forma mas rápida una gran variedad de productos de diferentes marcas y a diferentes precios , lo que llamamos pues una economía de libre mercado.

Esto es muy importante para la empresas porque les permite conocer a su competencia que venden como lo venden que estrategias utiliza y también conocer los gustos del cliente , cuando compra, que compra , cuanto gasta etc.

Importancia de las nuevas tecnologías en las empresas

Los cambios en la innovación tecnológica y la rapidez con que esto va evolucionando permiten que las empresas formen parte de estas nuevas tecnologías, las TIC forman parte de esta nueva era, esto permite ampliar nuestras capacidades físicas mentales y permiten un amplio desarrollo social

En muy pocos años las empresas han tenido que implementar las TIC en toda sus actividades económicas y comerciales, ya que la digitalización es imprescindible para estar acorde con estos tiempos **“renovarse o morir”**, estos cambios permiten que se integren las páginas web, redes sociales etc, los productos y servicios que ofrecen las empresas, y esto ya forma parte de sus estrategias comerciales y de venta que les permita ser más competitivos y estar en el gusto de los consumidores y acceder de una manera fácil y rápida a la información sobre la competencia, socios, clientes, consumidores en cualquier momento y a cualquier hora.

Por lo cual las empresas dentro de sus estrategias de marketing y ventas anual deben considerar una renovación continua lo cual no debe representar un gasto si no una inversión

La innovación es importante para actualizar procesos tecnológicos, estilos de gestión y liderazgo en la organización

Definición de atención y servicio al cliente en la nueva era digital

Es el servicio que la empresa proporciona para relacionarse con sus clientes, ya sea en forma directa (llámese contacto directo) o través de las TIC.

también es el conjunto de actividades que se relacionan entre sí para poder lograr que el cliente obtenga el producto en el momento y lugar que el lo necesita, servicio a clientes es una herramienta muy eficaz de mercado.

Si se utiliza de una manera eficaz y profesional puede ser una herramienta de mucha utilidad en la organización.

Hasta hace algunos años el servicio y atención al cliente era la única manera de tener una comunicación directa con los clientes y estos tenían que dirigirse a las empresas y esto se hacía de dos maneras, a través de un mostrador o vía telefónica

Con la revolución digital, primero llegó el e-mail y ahora con las TIC, están las páginas web, redes sociales, chats interactivos y aplicaciones en los Smartphone como WhatsApp, por lo cual los clientes ven a las redes sociales como un medio muy eficaz de estar en contacto directo con las empresas

Facebook, Twitter e Instagram se han convertido rápidamente en un espacio digital donde cada vez más clientes esperan ser atendidos por las empresas y esto representa que al menos el 67% de los clientes de una empresa lo utilizan para ser atendidos

Dentro de la empresa el área de servicio al cliente tiene dos vértices ,atención al **cliente viable, llámese cliente externo** que es quien nos compra nuestros productos ,**como cliente interno que son todos los miembros de la organización**

Para tener una mejor relación con el cliente en este mundo tan globalizado y tecnológico cada vez hay mas vías de comunicación.

Las nuevas tecnologías son el medio que permite a una empresa competir más eficazmente. Tener la información disponible donde se necesite y en el momento en que se requiera, se ha convertido en una variable estratégica para la competitividad y la guerra para ganar mas clientes a través de su entera satisfacción

Puntos clave de cómo ve el cliente el área de servicio al cliente

- ✓ Lo ve expresado en productos de calidad y buenos precios
- ✓ Lo ve como una respuesta rápida utilizando la tecnología
- ✓ Lo ve como una característica que distingue a empleados de calidad , inteligentes y amigables
- ✓ Lo ve como una variable tecnológica en beneficio de su satisfacción que le permite optimizar tiempo y recursos

Si se desea conservar a los clientes que una empresa logra a través de cualquier estrategia de ventas , es imperativo proveer un servicio de calidad al cliente .

Una estrategia es la implementación de la TICS , a partir de un dispositivo tecnológico, cualquier cliente puede acceder a una serie de recursos que optimizan la comunicación con la empresa .Por ejemplo , los asistentes virtuales , tanto en tiendas físicas como en **smartphones**, permiten que algunas tareas sean ahora mas fáciles de gestionar

Una estrategia de movilidad para tú empresa significa crear un entorno amigable para que los clientes puedan comunicarse desde cualquier lugar y en el momento que ellos elijan

Implementación de las TIC

Antes de la incorporación de las nuevas tecnologías de la comunicación en la empresa es importante tener un plan que conste de varias etapas y acciones que nos facilite el seguimiento y ejecución de las TIC y tener oportunidades de negocio que beneficien las ventas y un mejor servicio al cliente para ello es importante considerar tres puntos

1. Proporcionar a los empleados de la empresa las herramientas y conocimientos necesarios para el uso de estas nuevas tecnologías y así lograr nuevas formas de trabajo además de conseguir que nuestros empleados realicen mejor sus funciones de dentro de la empresa, para lograr esto es necesario la creación de una estructura de red, esto en beneficio de ambas partes
2. Los empleados deben saber usar estas tecnologías para la promoción de productos y comunicación con sus clientes y proveedores y así incrementar la productividad de los empleados ya que facilitan la aceptación obteniendo nuevos conocimientos en el uso de estas tecnologías y esto ayuda a una mejor comunicación y relación con clientes y proveedores Hay tres niveles de formación para los empleados en la implementación de estas nuevas tecnologías
 - **Formación básica**
El empleado debe saber desenvolverse en el uso del correo electrónico, navegación de la red y seguridad informática
 - **Formación media**
Como en el uso de redes sociales, herramientas de gestión de tareas (app móvil, herramienta web), herramienta de gestión de proyectos (nube, intranet, aula virtual)
 - **Formación alta**
Software de gestión de clientes CRM, como pueden ser registro de llamadas, software de contabilidad para llevar un perfecto control de los balances de la empresa y software de producción en el que los ingenieros encargados de producir un determinado producto, deben formarse para así conseguir una mayor efectividad y productividad

La atención y servicio al cliente no debe considerarse como un gasto dentro de la empresa sino como una inversión que genera utilidades, por eso al implementar el uso de nuevas tecnologías lo que estamos haciendo es una inversión para generar más clientes y por lo tanto mayores ingresos

Cinco niveles de servicio al cliente

1.-Satisfacer a tus cliente

Un cliente que esta satisfecho con el producto que le vendemos y entregamos a tiempo es el requisito mínimo para la supervivencia .

2.-Superar las expectativas del cliente

Esto es cuando haces mas de lo que el cliente espera y mas de lo que tu competidores hacen para poder diferenciarte de ellos .

Tú capacidad para superar las expectativas de los clientes es el requisito mínimo para el crecimiento de nuestro negocio

3.- Deleitar a tus clientes

Cuando comienzas a entrar en el ámbito de las empresas de rápido crecimiento de tu industria , haces algo que no solo supera las expectativas , sino que en realidad deleita y pone felices a nuestros clientes

4.-Sorprender a tus clientes

Esto es cuando haces algo completamente diferente a lo que están acostumbrados tus clientes es decir de sus expectativas incluso mas allá de deleitar a tus clientes , esto ayuda a que los clientes hablen bien de ti a los demás

5.-Conocer sus hábitos

Conocer datos sobre tus clientes té permitirá recaudar información para crear un perfil de los tipos de usuarios de tu empresa, así como segmentar el mercado e identificar a los clientes mas beneficiosos para tú negocio .

De este modo con estos cinco niveles podrás diseñar estrategias y obtener personalizadas y obtener un **feedback** de los clientes , logrando que se sientan escuchados, valorados y cuidados ,estableciendo un vinculo de satisfacción de ambas partes (cliente –empresa)

Por eso hoy en día la comunicación tanto en físico como en línea y virtual con el cliente es fundamental y las redes sociales también forman parte importante de esto , esta comunicación virtual a tenido un avance muy rápido en esta era digital sobre todo en clientes de entre 16-30 años , las empresas le han dado mucha importancia a esto y están adaptándose al igual que los clientes

Es claro entender quien domina estos medios de bajo costo logran mas clientes , están mas satisfechos y son mas leales , y la lealtad de los clientes es una asunto de suma importancia para las empresas

A través de estos sistemas de digitalización y uso de redes sociales las empresas tienen un contacto más directo con los clientes pueden resolver de una manera rápida las incidencias que se presentan y hace que los clientes valoren esto y confíen en nuestro producto y marca

Por eso el uso de las TIC y redes sociales son una excelente estrategia de marketing

Como conservar a clientes de por vida

1.-Las TIC: Calidad y personalización de los productos y servicios

La mejor forma de satisfacer a cada cliente es respondiendo a su demanda en particular, hacerlos sentir que tu producto o servicio es único y está diseñado y pensado para ellos, crea un valor diferencial que potencia la relación

2.- Concéntrate en la segunda venta

la segunda venta es la más importante, ya que es la prueba de que has cumplido las promesas de la primera venta

3.- Las reventas y las referencias son casi gratis

Las reventas a clientes satisfechos son diez veces más fáciles que las ventas nuevas a nuevos clientes, la reventa solo requiere una décima parte del tiempo para ser exitosa. Por eso las empresas más exitosas miden su éxito en base a la frecuencia con la que sus clientes compran de nuevo

4.-Crea una cadena de oro

Una vez que realizaste la venta y el cliente quedó satisfecho, desarrolla **una cadena de oro** de referencias pidiendo a todos tus clientes que te remitan a otros clientes potenciales interesados

5.- Genera publicidad de boca en boca

El método más efectivo para generar clientes referidos en el mercado competitivo es mediante la recomendación de boca en boca por parte de tus clientes satisfechos, la forma de motivar a tus clientes para que vendan por ti es dándoles un servicio al cliente excepcional

6.- La pregunta definitiva

En base a tu experiencia con nosotros, **¿nos recomendarías a otros?**

La disposición de un cliente de recomendarte a otro es el más alto nivel de satisfacción del cliente

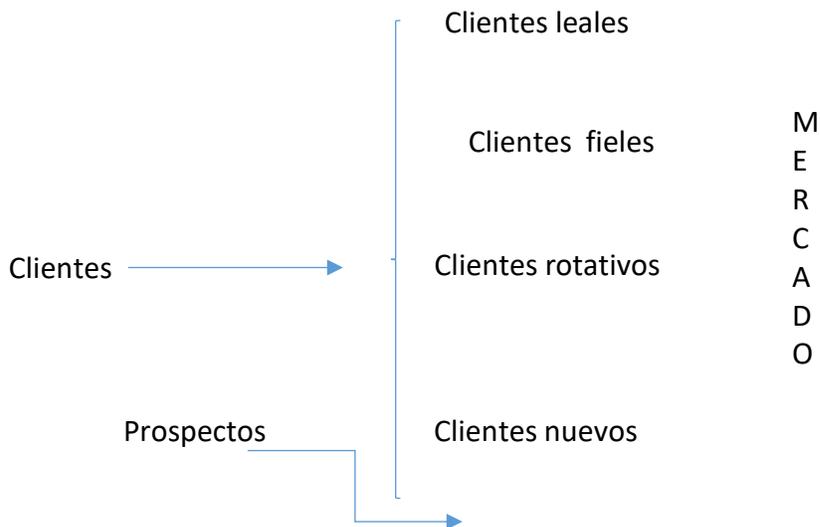
7.-Pregunta siempre

En una escala del uno ala diez , **¿nos recomendarías a otros?** Si la respuesta no fuera diez ,**¿qué tendríamos que hacer para sacar un diez la próxima vez?**, sigue preguntando a tus clientes **¿cómo lo estamos haciendo?**

8.- Tu estrategia de servicio al cliente

Desarrolla un estrategia de ventas y servicio al cliente que nos permita obtener y mantener a los clientes de por vida ,utilizando todos los recursos a tu alcance e implementación de la tecnología

Los clientes se dividen de la siguiente manera :



Cliente leal

Son aquellos clientes que tienen interiorizados no solo los productos o servicios de la empresa si no sus propios valores

Cliente fiel

Es aquel cliente que esta interesado en los productos o servicios de la empresa gracias a programas de fidelización que le aportan ofertas o servicios especiales

Cliente rotativo

Es aquel que va y viene como su nombre lo dice ni es fiel ni es leal

Cliente nuevo

Es aquel cliente que nos compra por primera vez

Esta investigación demuestra que un cliente satisfecho no solo compra mas , sino que lo hace con mayor frecuencia , y además es un punto de partida para un nuevo cliente

Elementos de atención y servicio al cliente y el uso de las CRM

El éxito en las ventas de una empresa radica en la atención y servicio al cliente , ellos son el elemento mas importante en los negocios .

Si una empresa no cubre las necesidades y gusto de sus clientes ,el fracaso será inminente ,todos los esfuerzos que se realizan las empresas en las ventas si no están bien sustentadas con un buen servicio al cliente , no sirve de nada , es decir no tendría importancia si el producto es de calidad o buen precio o mejor que la competencia

Anteriormente las empresas se preocupaban mas que otra coas en producir a grandes cantidades ya que había demanda para su productos , por la inercia del crecimiento de la población, de la apertura económica

Hoy la situación ha cambiado , hay mas oferta de bienes y servicios, más competencia , por ende el mercado se contrae los clientes son mas selectivos y ya no hay lealtad ni alas marcas ni alas empresa

Hoy para poder gestionar los datos que te permitan conocer mas a tus clientes existen las **CRM(Customer Relationship Management)**.Se trata de un tipo de software que se utiliza tanto en tiendas físicas como entienda en línea.

Que son las CRM

Estos programas tienen como objetivo automatizar la gestión eficiente de la relación con los clientes para mantenerlos en nuestra empresa y sobre todo satisfechos. Hoy en día el objetivo de las empresas es entender bien a sus clientes, que el producto o servicio se ajuste a sus gustos y necesidades porque si no lo hago yo lo hará la Competencia.

Como podríamos definir al cliente

- El cliente es la persona más importante para la empresa
- La empresa depende del cliente, no el cliente de la empresa
- No nos hace un favor, nos compra un producto para su beneficio
- Es el objetivo de nuestro trabajo, que finaliza en una venta
- Es un ser humano no un número
- Recurre a nosotros para poder satisfacer sus deseos y necesidades
- Merece nuestro respeto y trato cordial
- Alguien a quien debemos complacer y no pelear con él
- Es lo que da luz a este y muchas empresas

Conocer al cliente

Toda empresa debe responder estas preguntas ¿debo mejorar la atención del cliente?, ¿qué hacer?, ¿cómo hacerlo?, ¿con quien?, ¿me traerá algún beneficio?, normalmente estas respuestas las encuentras día a día en el comportamiento de tus clientes, ya que ellos reciben mucha información de diferentes partes (publicidad, competencia medios electrónicos, compras por internet etc.), que hacen que cambien de producto o marca. Hoy en día podríamos decir que al cliente ya no se le vende nada, él es el que decide que y donde comprar, por eso es importante que las empresas valoren estos cambios en los hábitos de los consumidores y se hagan las siguientes preguntas ¿estoy consciente de eso? ¿hago algo para que los clientes me compren a mí?

La relación con el cliente y los CRM, otra forma de aprovechar las TIC

- Los CRM sirve para automatizar una parte de la relación con los clientes, en un proceso de beneficio para ambas partes
- Los clientes reciben un servicio eficiente y rápido, mientras las empresas pueden concentrarse en recopilar datos de los CRM para optimizar sus procesos corporativos
- Con los CRM pueden aumentarse los tickets de venta , procesarse los reclamos a soporte y crearse un marketing mas efectivo ,
- Con la información aportada por los CRM también puede usarse para crear estrategias de aumento y fidelización de clientela
- La relación con los clientes mejora de manera exponencial, lo que eventualmente se traduce en beneficios para la compañía

Preguntas que nos permiten conocer a nuestros clientes

- Los clientes vendrán a comprarme?
- Seguirán viniendo a mi empresa?
- Porque deberán hacerlo?
- Porque no ala competencia?
- Están satisfechos con el producto o servicio que ofrezco?
- Lo que hago hoy es suficiente para satisfacer sus gustos o necesidades?
- **Esto me permitirá en el corto plazo crecer y modernizarme?**

El uso de las TICS en la rapidez de servicio y reducción de procesos

Hacer esperar de mas a un cliente podría ser motivo suficiente para que deje de serlo, lo ideal es atenderlo apenas ingresa a tu tienda , responder inmediatamente sus e-mails, o enviarle información precisa si lo solicita por cualquier otro medio electrónico si tenemos su información, lo importante es mantener al cliente con respuestas e información precisa si lo solicita .

Utilizando la tecnología adecuada puedes reducir los diferentes procesos involucrados en una compra .También puedes hacer estos con los reclamos ,tickets de soporte ,información sobre stock y , en general, en casi todas las interacciones con el cliente

Principios básicos del servicio a clientes

a) Identificar y anticiparse a las necesidades

El cliente no compra un producto o servicio , compra solución a sus problemas o estado emocional , a esto nos referimos a que la mayoría de las compras de los clientes son mas por necesidades emocionales o lógicas, por eso es importante que conozcas a tus clientes para ser previsor de sus necesidades

b) Sepa quien es el jefe

El cliente con su compra paga nuestro sueldo y hace que sea posible que exista la empresa.

Usted esta para satisfacer a las necesidades de sus clientes y eso se da cuando conoce al cliente “el cliente siempre tiene la razón”

c) Sea un buen escucha

Escuche a su cliente , identifique sus necesidades, haga preguntas inteligentes ,concéntrese en lo que el cliente dice y quiere, escuche sus palabras su tono de voz, su lenguaje corporal, no es bueno hacer suposiciones ni tratar de intuir lo que el cliente quiere sepa escuchar

d) Haga sentir al cliente importante y tomado en cuenta

Llámelo siempre por su nombre , hágalo sentir importante y trate de halagarlo , pero sea honesto esto hace que se cree un ambiente de confianza , agrádzcales su preferencia y lealtad a la empresa

e) Aprenda a pedir disculpas

El cliente valora mucho que si algo sale mal se disculpe , no siempre el cliente tiene la razón pero el cliente es lo mas importante , trate de resolver el problema inmediatamente el cliente valor mucho eso y mas si se dan cuenta de su acto , valore las quejas de los clientes muchas ocasiones ellos tienen la razón .

f) Agradezca el eventual sí

Cuando usted tenga una solicitud de su cliente o una petición trate de ayudar a sus clientes dígales que puede hacerlo que ellos vean que hacer negocios con usted es lo agradable

g) Ayude a los clientes a comprender sus sistemas

Explíquelo a sus clientes el manejo de su sistema , porque usted puede tener el mejor sistema para su manejo interno , pero si ellos no lo entienden se pueden confundir y hasta enojarse , tómese su tiempo para explicarles y capacitarles sobre el manejo para simplificar el trabajo

h) De más de lo esperado

Mantener a los clientes contentos es lo que hará mantener a las empresas en su preferencia , preocúpese por elevar su negocio por encima de la competencia

Considere estos tres aspectos:

- . ¿qué se puede dar a los clientes que no obtenga en otros lugares?
- . ¿Qué se puede hacer para dar seguimiento y agradecer a las personas incluso cuando no compran?
- . ¿Qué se puede dar al cliente que sea totalmente inesperado?

i) Obtenga retroalimentación periódicamente

Acepte de buena manera las sugerencias de los clientes para mejorar el servicio o producto, como saber lo que piensan los clientes?

- . Escuche atentamente lo que dicen
- . Revise periódicamente para hacer los cambios en caso de requerirse
- . Invite a críticas constructivas comentarios y sugerencias

j) Trate bien a los empleados

Los empleados son sus clientes internos , y requieren de aprobación , estímulos , reconocimiento , busque algún motivo de ser si de agradecerles por su trabajo y hágales saber que tan importante son ellos como el trabajo que realizan

Tipos de problemas se pueden presentar en servicio al cliente

Lo primero que nos debemos preguntar que es lo que busca el cliente de nuestra empresa , por lo cual estas serian algunas preguntas que nos dan una respuesta de porque se pudieran presentar este tipo de molestias con el cliente

- Que el cliente no encuentre un precio razonable o el que se le prometió
- Que no reciba la calidad del producto o servicio que el espera por lo que pago
- Que no reciba una atención amable y personalizada
- Si la empresa le ofrece servicio a domicilio que se entrega a tiempo y bien
- Que no tengan un horario accesible
- Que el negocio no este bien ubicado geográficamente
- Que el negocio no acepte tarjetas de crédito o debito
- Que no tenga suficiente variedad en sus productos
- Que el negocio no sea amplio , limpio , cómodo , de fácil acceso

Un cliente se siente molesto o inconforme cuando no recibe ni el trato ni la atención que el espera

Algunos estudios sobre este tema señalan lo siguiente :

- a) Solo un 3% de las actividades comerciales de un negocio terminan en queja
- b) Un 15% de los clientes se quejan de manera informal, es decir de boca en boca , lo cual repercute de mala manera para el negocio
- c) Un 30% de los clientes no se queja , pero esta seguro de no regresar al negocio

Lo mas seguro es que ninguno de estos tres grupos de clientes arriba descritos nos vuelvan a comprar, y es aquí donde se tiene que revalorar el servicio que damos a nuestros clientes porque si no hacemos algo al respecto esto aumenta año con año

La siguiente información muestra lo que la gente habla en la calle pero que debe tomarse en cuenta

¿Porque se pierden los clientes?

- 1.-1% se mueren
- 2.-3% se mudan a otra parte
- 3.-5% se hacen amigos de otros que los influyen
- 4.- 9% por los precios bajos de la competencia
- 5.-14% por la mala calidad del producto servicio
- 6.-68% por la indiferencia y mala atención del personal de ventas y servicio

Principales causas de insatisfacción del cliente

- El servicio se brinda de una manera poco profesional 19%
- He sido tratado como un objeto no como una persona 12%
- El servicio no ha sido el mejor desde la primera vez 9%
- El servicio se presta de manera incompetente 8%
- La situación empeoró después del servicio 7%
- He sido tratado con mala educación 6%
- El servicio no se prestó en el plazo acordado 4%
- El precio pagado fue mayor del acordado 4%
- Otras causas 31%

Concepto de servicio al cliente

Como lo vimos anteriormente el concepto de servicio al cliente es el conjunto de actividades relacionadas entre sí que ofrece la empresa con el fin de garantizar que el cliente obtenga el producto o servicio en el momento o lugar indicados

El servicio a cliente es una parte de mucha importancia en el área de mercadotecnia

El servicio y atención al cliente es una de las partes mas importantes de la mercadotecnia y tiene una relación muy estrecha con el departamento de ventas , tomemos en cuenta los siguientes puntos que deben ser considerados en el área de mercadotecnia

1. Que servicio se ofrecerá

Para saber cuales son los servicios que el cliente demanda se deben realizar encuestas regularmente y poder saber que ofrecer y se tiene que determinar la importancia que el cliente da a cada uno

2. Nivel de servicio que se ofrecerá

Ya sabemos que servicios requiere el cliente , ahora hay que determinar la cantidad y la calidad , como ejemplo pueden ser varios , compras por comparación, encuestas periódicas , buzones de sugerencias , números 800, etc.

3. Cual es la mejor forma de ofrecer los servicios

Aquí se tiene que tomar la decisión a que empresa se contrata para ofrecer los servicios , puede ser gente de la misma empresa donde se crea un área de servicio al cliente o se contrata a alguien externo

Muchas empresa de consumo utilizan la mercadotecnia externa (la que se contrata) como parte de su crecimiento , por lo cual existen algunos retos

- Diferenciación
- Calidad
- Productividad

Las habilidades básicas para saberse comunicar son parte de una buena calidad en el servicio al cliente

➤ **Diagnosticar**

Para conseguir que esta tenga impacto con le cliente , es importante cuidar lo que se conoce como comportamiento no verbal, dado que es la primera impresión que

se lleva el cliente , este comportamiento esta compuesto por los indicios, lenguaje corporal o postura , expresión facial y contacto visual.

➤ Escuchar

Oír es un comportamiento deliberado con el cual nacemos casi todos, escuchar va mas allá del arte de oír , escuchar es una habilidad que aunque es natural debe ser desarrollada

➤ Preguntar

Es la manera mas sencilla para recoger la información de quien tenemos enfrente , además es una forma de mostrar interés y empatía por nuestro interlocutor

➤ Sentir

Mediante esta habilidad cedemos empatía y allanamos el camino a los buenos resultados , es decir nos referimos a ponernos en el lugar de nuestros clientes

Elementos de la atención y el servicio al cliente

El prestar un buen y excelente servicio al clientes es igual o mas poderoso que los descuentos que se puedan ofrecer, la publicidad o la venta personal. **Atraer un cliente nuevo resulta mas caro y costoso que mantener uno ya existente** ,por eso es muy importante para las empresa mantener una buena relación con el cliente , ya que estos son muy sensibles al trato y servicio que reciben.

Elementos esenciales para poder brindar un buen servicio al cliente

- ✚ Contacto cara acara con el cliente , este debe ser lo mas amigable posible
- ✚ Buena relación con el cliente ,nunca debemos olvidar su nombre ni sus características del pedido
- ✚ Las TIC resultan muy útil en materia de ahorro de tiempo y reducción de procesos
- ✚ Correspondencia ,corresponder por las atenciones de comprarnos
- ✚ Reclamos y cumplidos , dar siempre cumplidos y contestar amablemente los reclamos
- ✚ Instalaciones adecuadas para dar un buen servicio

Es muy importante estar conscientes que el comprador siempre evalúa la manera como la empresa hace negocio y como trata a sus clientes

Acciones de la atención y servicio al cliente

Las actitudes se reflejan en acciones , el comportamiento de todas las personas que trabajan en la empresa y que tiene contacto con el cliente , nos pueden dar un reflejo de la satisfacción del cliente , esto incluye la cortesía con la que el personal maneja preguntas o problemas ,como ofrece y amplia información, provee servicio e información de cómo la empresa trata otros clientes , el conocimiento que el personal tiene de sus clientes , conocimiento del personal de ventas ,conocimiento del producto del producto en relación a la competencia y el enfoque de ventas , es decir si están concentrados en identificar y satisfacer las necesidades del consumidor o solo su única estrategia es venderles un producto aunque esta venta no se vuelva a repetir con el mismo cliente .

Normalmente las políticas de servicio al cliente son hechas por gente que no tiene el contacto directo con el cliente , enfatizan mas el control que al resultado de la satisfacción del cliente , esto conlleva a que a que las áreas internas tengan autoridad para crear políticas , normas y procedimientos que no siempre consideran las verdaderas necesidades del cliente

El cliente interno que son las áreas internas de la empresa , es un cautivo ,mientras el cliente externo trae satisfacciones y beneficios el interno trae problemas y conflictos .

El concepto del cliente varia según el departamento , cada área lo ve desde su perspectiva sin una visión integral .

Cercanía y Omnicanalidad en la relación con el cliente

Que es Omnicanalidad

Es un modelo de comunicación utilizado por las empresas para mejorar la experiencia de sus clientes , permitiéndoles estar en constante comunicación con la empresa a través de múltiples canales a la vez , es decir es una estrategia de comunicación orientada a la atención al cliente

Puntos principales de una relación cercana con el cliente

- ❖ Enriquecer las interacciones con tus clientes aportando confianza, personalización, cercanía y dedicación repercute positivamente en la relación con ellos
- ❖ Para hacerlo puedes aplicar una estrategia centrada en la omnicanalidad,conectando todos tus canales de relación con el usuario en una estrategia única de compra

- ❖ De este modo, la relación que se establece por vía telefónica, sin interrupciones en la web, luego en alguna red social y finalizar en la tienda
- ❖ Tú cliente dejara de percibir que detrás de cada canal de interacción hay un mensaje genérico o automatizado y te vera como un amigo , como alguien que conoce sus necesidades

Para lograr esto necesitas conectar , optimizar tus bases de datos y procesos de atención utilizando las TIC disponibles

Como ven los diferentes departamentos de la empresa la cliente externo

- + **Representante de ventas** : El cliente es un ladrón que gana mucho mas de lo que gano
- + **Almacenista** : El cliente es aquel que viene a desorganizar mis inventarios
- + **Departamento legal** : El cliente es aquel que puede demandarnos si nos descuidamos
- + **Producción** : Cliente ¿qué es eso?
- + **Atención a clientes** : El cliente es una persona que solo viene a quejarse
- + **Gerente** : El cliente es esa persona que constantemente me interrumpe y me quita tiempo que le dedico a cosas mas importantes
- + **Propietario , dueño ò directivo** : El cliente es una persona caprichosa ala que tengo que aguantar para que me compre y me de dinero

Estrategia de servicio al cliente

Todos los departamentos del área comercial operan con estrategias , el área de atención y servicio al cliente no es la excepción , y dentro de las estrategias mas conocidas se encuentran las siguientes

- + El liderazgo de la alta gerencia es la base de la cadena. Por lo tanto la alta gerencia implementa una filosofía de servicio al cliente desde el puesto mas alto
- + La calidad interna impulsa la satisfacción delos empleados , esto se replica en una calidad en servicio al cliente
- + La satisfacción de los empleados hace que esto se vea reflejado en su lealtad hacia la empresa y esto se replique en la satisfacción del cliente
- + La satisfacción de los empleados da como resultado un alto nivel de productividad
- + La productividad de los empleados impulsa el valor del servicio , esto se traduce en el servicio que se ofrece al cliente sea de mayor calidad

- ✚ El valor del servicio impulsa la satisfacción del cliente , y esto repercute en un incremento en ventas
- ✚ La satisfacción del cliente impulsa ala lealtad del cliente
- ✚ La lealtad del cliente impulsa a crecer la venta y generar nuevos clientes ,un incremento del 5% en la lealtad genera un 25% mas de venta y utilidad

Los 10 decretos de atención al cliente

- 1.-El cliente por encima de todo
- 2.-No hay nada imposible cuando se quiere
- 3.-Cumplir todo lo que se prometa
- 4.-Solo hay una forma de satisfacer al cliente , es darle mas de lo que espera
- 5.-Para el cliente usted marca la diferencia
- 6.-Fallar en poco significa fallar en todo
- 7.-Un empleado insatisfecho genera clientes insatisfechos
- 8.-El juicio sobre la calidad del servicio lo hace el cliente
- 9.-Por muy bueno que sea un servicio siempre se puede mejorar
- 10.-Cuando se trata de satisfacer al cliente todos somos un equipo

Control de los procesos de atención al cliente

Todas las empresas deben tener un control sobre sus procesos internos de atención al cliente .Esta probado que el 20% de las personas que dejan de comprar un producto ò servicio ,es por fallas en el servicio de atención al cliente , por eso es importante que la atención al cliente sea de la mas alta calidad, con información clara que no solo tenga una idea de producto , sino de la calidad del capital humano y técnico con el que se va a establecer una relación comercial

Elementos a considerar en el control de los procesos de atención al cliente

- Las necesidades del consumidor
 - Lo primero que debe de hacerse toda empresa para mejorar la atención de los clientes es preguntarse lo siguiente
 - Quienes son mis clientes?
 - Que buscan las personas que voy a tratar?
 - Que servicios brinda en este momento mi área de atención al cliente?

- Que servicios fallan al momento de atender a los clientes?
 - Como contribuye el área de atención al cliente en la lealtad de la marca y del producto , además cual es el impacto de la gestión de atención al cliente?
 - Como puedo mejorar?
- Análisis de los ciclos de servicio. Consiste en determinar dos elementos fundamentales
- Las preferencias temporales de las necesidades de atención al cliente
 - Un ejemplo es el turismo, porque según sea la temporada se hace necesario invertir mayores recursos humanos físicos y económicos para atender a los clientes
 - Determinar las carencias del cliente bajo parámetros de ciclos de atención, ejemplo cuando se renuevan las revistas de suscripción
- Encuestas de servicio con los clientes .
Es importante para tener mejor control de la información
- Evaluación del comportamiento de atención
Reglas importantes para las personas que atienden el mostrador
- Mostrar atención
 - Tener una presentación adecuada
 - Atención personal y amable
 - Tener a la mano información adecuada
 - Expresión corporal y oral adecuada
- Motivación y recompensas
Es sumamente importante que el trabajador se sienta motivado para brindar una mejor atención al cliente , esta motivación nace de tres factores fundamentales
- 1.-Valoración del trabajo
 - 2.-Motivación
 - 3.-Incentivos en la empresa

Los 10 componentes básicos del buen servicio

Si no se cuida lo básico , de nada sirven los detalles y lo que se ofrezca como extra

- ❖ Seguridad
- ❖ Credibilidad
- ❖ Comunicación

- ❖ Comprensión al cliente
- ❖ Accesibilidad
- ❖ Cortesía, atención, simpatía respeto y amabilidad del personal
- ❖ Profesionalismo
- ❖ Capacidad de respuesta
- ❖ Fiabilidad
- ❖ Elementos tangibles

Clasificación y trato con el cliente

Los clientes se clasifican de la siguiente manera

A) El cliente discutidor .

Es agresivo por naturaleza y seguramente no estará de acuerdo o discutirá todo lo que se diga , estos son algunos puntos para tratar a este tipo de clientes

- ✓ Solicitarle su opinión.
- ✓ Hablar suavemente pero firme.
- ✓ Concentrar la conversación en los puntos en los que se esta de acuerdo .
- ✓ Contar hasta 10 ò mas.

B) El cliente enojado.

Cuando se trata con este tipo de clientes no hay que negar su enojo y decirles cosas como que no hay motivo para enojarse , esto los enojara mas

Algunos consejos para manejar este tipo de clientes

- ✓ Ver mas allá del enojo.
- ✓ No ponerse ala defensiva.
- ✓ No involucrarse en las emociones.
- ✓ No provocar situaciones irritantes.
- ✓ Calmar el enojo.
- ✓ No prometer lo que no se puede cumplir.
- ✓ Analizar a fondo el problema.
- ✓ Ser Solidario.
- ✓ Negociar una solución.

C) El cliente conversador.

Estos clientes ocupan mucho de nuestro tiempo , son muy platicadores , hay que tener paciencia

D) El cliente infeliz.

Es aquel que entra al negocio y hace esta afirmación ,”estoy seguro que no tienen lo que busco”, su conflicto no es con nosotros sino con la vida en general.

E) El cliente ofensivo.

Con estos clientes lo mejor es ser amables

- F) El cliente que siempre se queja.
Para el todo es malo de todo se queja , precio, servicio, hay que dejarlo hablar y después de eso enfocarnos en lo nuestro venderle .
- G) El cliente exigente
Es el que interrumpe y pide atención inmediata , este tipo de clientes son inseguros y de esta manera quieren tener el control , trátalos con respeto , pero sin acceder a sus demandas.
- H) El cliente que coquetea.
Se debe mantener una actitud calmada y de tipo profesional en todo momento con este tipo de clientes porque hace insinuaciones y comentarios de doble sentido.
- I) El cliente que no habla y el indeciso.
Hay que tener paciencia y ayudarlos , no hacerles preguntas donde su respuesta es muy elaborada.

Como medir los resultados de un mejor servicio al cliente

- ❖ Ventas.
- ❖ La participación de mercado.
- ❖ La Utilidad y las reclamaciones.
- ❖ Encuestas ,entrevistas ,comentarios

Preguntas clave

1).-Cual es la función principal de las redes sociales en la s empresas

2).- Cual es el objetivo del uso de las redes sociales y cual es su beneficio en el comercio y su relación cliente empresa

3).- Que son las TIC y cual a sido su participación en la nueva era digital en las empresas

4).-Que es el E-commerce y cual es el beneficio en su uso para las empresas y clientes

5).-Cual es la importancia de las nuevas tecnologías en las empresas

6).- Que es atención y servicio al cliente

7).-Cuales son los 4 niveles de servicio al cliente

8).-De tres ideas de cómo conservar a los clientes de por vida

9).-Que tipos de clientes existen

10).-Como podríamos definir al cliente

11).-Cuales son los principios básicos del servicio al cliente

12).-Que tipos de problemas se pueden presentar en servicio al cliente

13).-Causas por las cuales se puede perder un cliente

14).-Cuales son los elementos esenciales para brindar un buen servicio al cliente

15).-Que elementos debemos considerar en el control de los procesos de atención al cliente
