



Atención a clientes

Atención al Cliente

Es Cualquier Tipo de intervención que se lleve a cabo entre representante de una compañía y un cliente.

Este Contacto puede ser:

- Personal
- Por Teléfono
- Por Correo



Un cliente satisfecho regresa y refiere a mas clientes.

Nuestros Roles y Responsabilidades

- **Reforzar el servicio de excelencia**
- **Empoderarse del Rol.**
- **Ser proactivo en el servicio al cliente**
- **Lograr una experiencia de servicio única**

- **Representante de la institución**
- **Anfitrión**
- **Proveedores de servicio y ayuda**
- **Parte de un equipo**
- **De escaladores de conflictos**

Dentro de las dimensiones del servicio tenemos:

- **EL LADO DEL PROCEDIMIENTO** de servicio, que consiste en establecer sistemas y procedimientos para entregar productos y/o servicios.



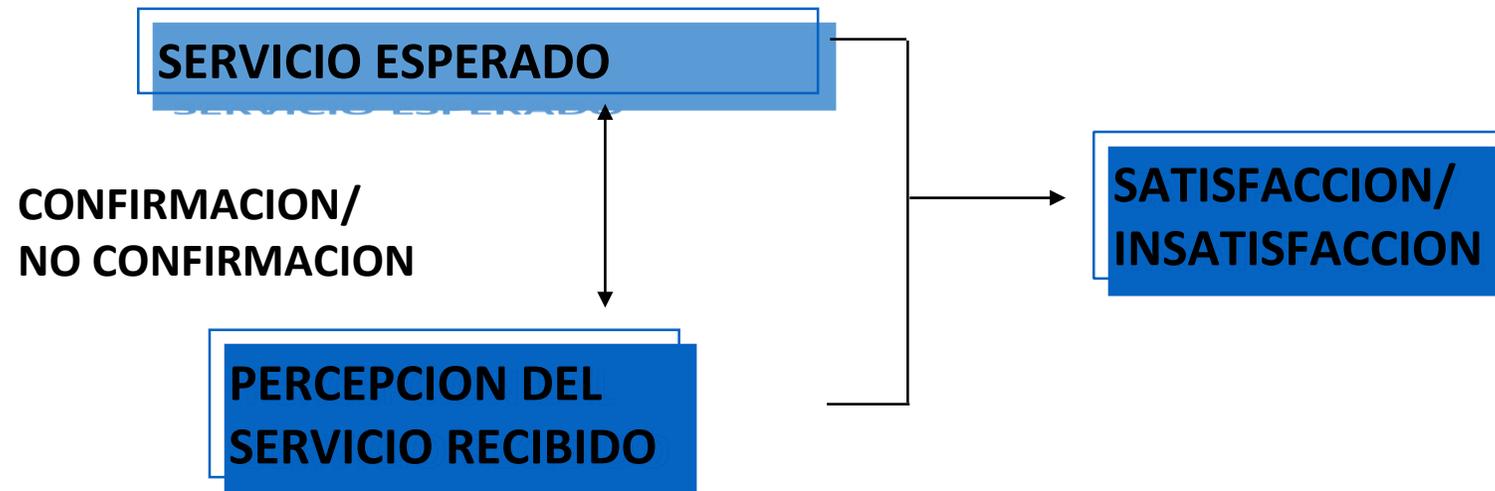
- **EL LADO PERSONAL** del servicio, comprende la manera como el personal de servicio se relaciona con los Clientes.

¿Que es la calidad de servicio?

- El elemento clave de la alta calidad de servicio es la satisfacción del cliente.

- ▶ En este sentido, la **calidad** se define de acuerdo a las **expectativas, necesidades y deseos de los clientes**.
- ▶ Esto es, reconocer y obtener los **atributos** que busca en un servicio o producto.

¿De qué depende la calidad de Servicio?



¿Qué es el servicio de excelencia?



Servicio de Excelencia

- Nos diferencia de la competencia
- Fomenta la lealtad
- Fomenta la satisfacción
- Cumplimos con el rol

- Ventaja Competitiva
- Clientes Satisfechos
- Imagen empresa

Asegura crecimientos personales y organizacionales.

¿Quiénes son Nuestros Clientes?

Clientes Internos Clientes externos



Actividad

- Definir quienes son sus principales clientes, cuales son sus expectativas y cómo solicitan el servicio.

¿Cuáles son las expectativas de los Clientes?

- Las expectativas son creencias o prejuicios sobre un producto o servicio.
- Corresponden por una parte, a lo que el usuario cree que le entregará el servicio y, por otra, a lo que desea que le brinde.
- Los usuarios evalúan la calidad comparando lo que ellos quieren o esperan con lo que les parece que reciben.

Necesidades del cliente

▶ **NECESIDADES PERSONALES.**

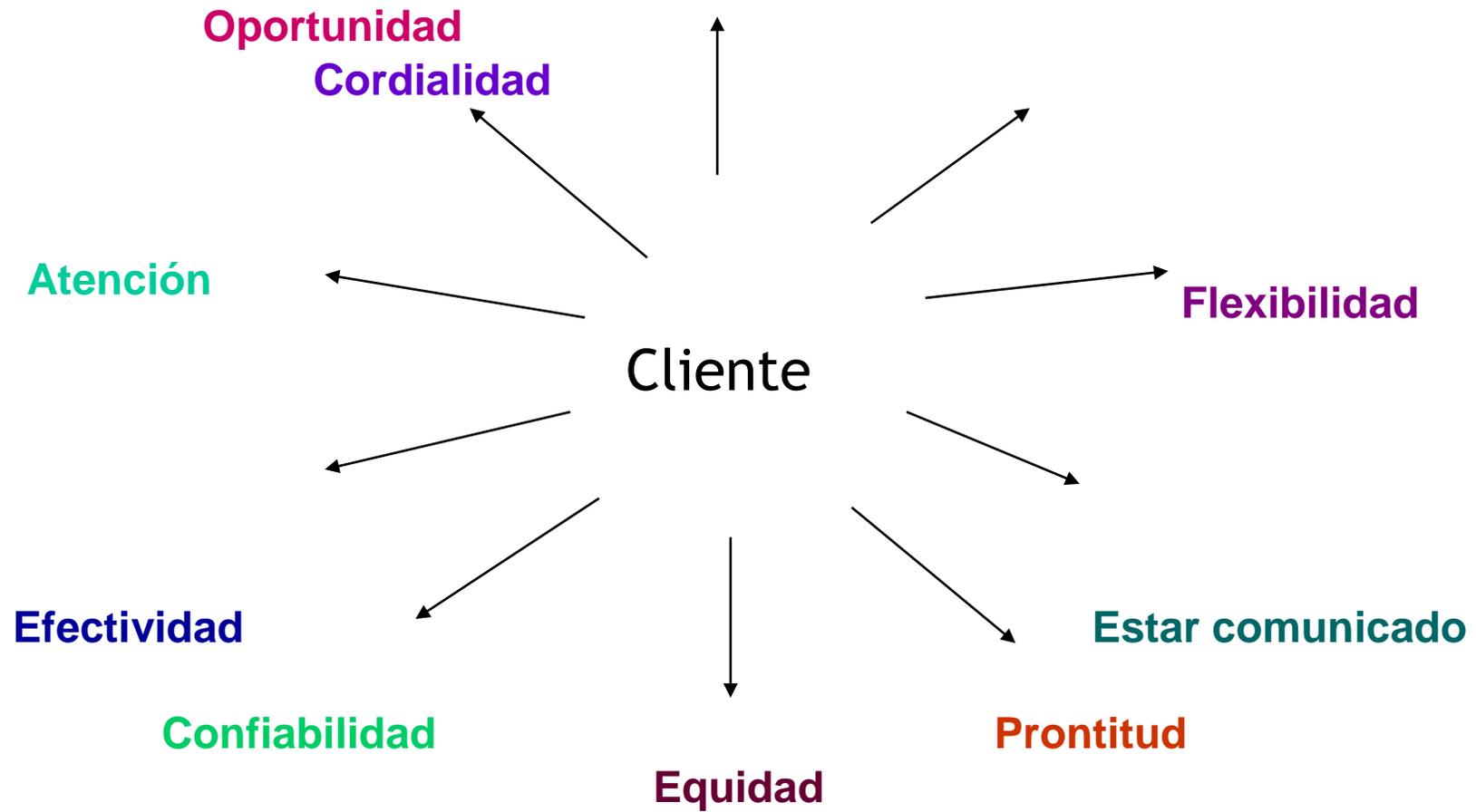
- **Atención satisfagan las necesidades básicas.**
- **Respeto**
- **Sentirse importante.**

• **NECESIDADES PRACTICAS.**

Que el productos o servicios que se ofrece

Demandas de los Clientes

Exactitud



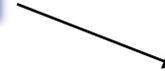
¿Qué esperan los Clientes?

DIMENSIONES DE LA CALIDAD DEL SERVICIO:

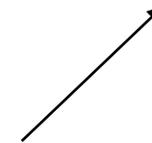
- TANGIBLES.
- CONFIABILIDAD.
- CAPACIDAD DE RESPUESTA.
- CONFIANZA.
- EMPATIA.



SERVICIO ESPERADO



PERCEPCION DEL SERVICIO RECIBIDO



**SATISFACCIÓN
INSATISFACCION**

Atributos del Servicio

Los atributos universales del servicio son:

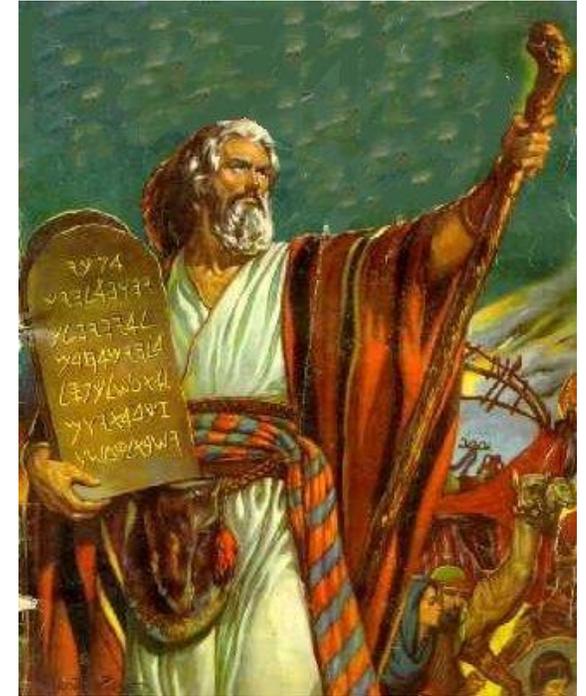
- Deseo de servir

- **Aprecio por el ser humano**
- **Orientación al logro**
- **Responsabilidad**
- **Conocimientos** ▪ **Determinación**
- **Dedicación**
- **Disciplina**
- **Orden**
- **Actitud**



10 Mandamientos en Atención de Cliente

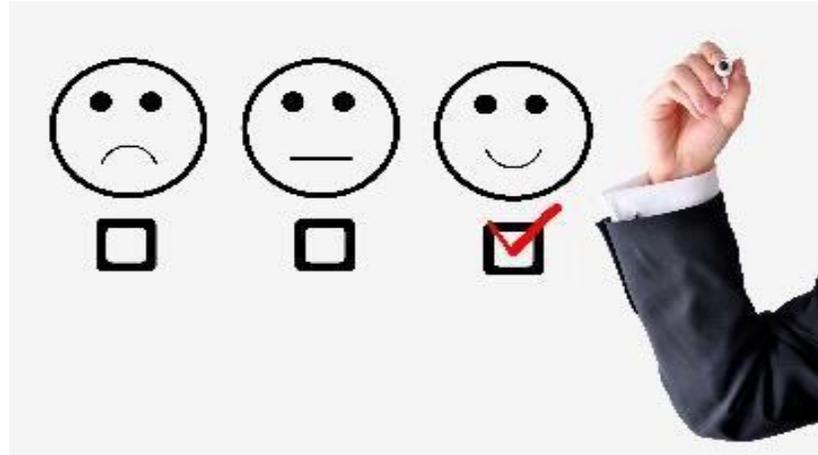
1. El cliente es lo primero.
2. No hay nada imposible cuando se quiere.
3. Cumple todo lo que prometas.
4. Solo hay una forma de satisfacer al cliente, darle más de lo que espera.
5. Para el cliente, tu marcas la diferencia.
6. Fallar en un punto significa fallar en todo.
7. Un funcionario insatisfecho genera clientes insatisfechos.
8. El juicio sobre la calidad de servicio lo hace el cliente (Experiencia de servicio)
9. Por muy bueno que sea un servicio, siempre se puede mejorar.



10. Cuando se trata de satisfacer al cliente, todos somos un equipo.

Cómo ya hemos visto:

- LA CLAVE PARA ASEGURAR LA ALTA CALIDAD DEL SERVICIO ES ALCANZAR O EXCEDER LAS EXPECTATIVAS DE LOS USUARIOS.



Cuatro tipos de Servicio



“EL CONGELADOR”

PROCEDIMIENTOS:

Lento, inconstante,
desorganizado caótico,
Inconveniente.

PERSONAL:

Insensible, frío, apático,
reservado, desinteresado.

MENSAJE AL CLIENTE:

“No nos importa”



“LA FABRICA”

PROCEDIMIENTOS:

Puntual, Eficiente, Uniforme.



PERSONAL:

Insensible, frío, apático, reservado, desinteresado.

MENSAJE AL CLIENTE: “Usted es un número y estamos para procesarlo”

**“EL ZOOLOGICO
AMISTOSO”**

PROCEDIMIENTOS:

Lento, inconstante, desorganizado caótico, Inconveniente.



PERSONAL:

Amistoso, Interesado, Atento.

MENSAJE AL CLIENTE: “Nos esforzamos mucho, pero no sabemos lo que hacemos”

“LA ATENCION MODERNA”

PROCEDIMIENTOS:

Puntual, Eficiente, Uniforme.

PERSONAL:

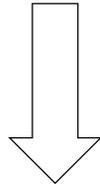
**Amistoso, Personal, Interesado,
Atento.**

**MENSAJE AL CLIENTE:
“Nos interesa y le atendemos”**

Actividad

- Tarea: Elegir a un cliente (interno o externo) y preguntar por sus expectativas en relación a la entrega del servicio.

Actitud Apreciativa



Es una disposición mental

Es vital reflexionar sobre como es nuestra actitud al momento enfrentar situaciones del día a día, como está nuestra disposición para **comunicar, reconocer, motivar y retroalimentar.**

A través del desarrollo de una Actitud

Apreciativa lograremos:



ACTITUD
Apreciativa

- ✓ *Aumento de la autoestima.*
- ✓ *Mejorar la propia motivación y compromiso.*
- ✓ *Una mejor disposición para enfrentar retos.*
- ✓ *Reconocer lo positivo propio y de los demás.*
- ✓ *Explotar recursos internos.*
- ✓ *Mayor flexibilidad y adaptación a los cambios.*

Accountability

"Hacerse cargo"

El Accountability es la capacidad de enfrentar circunstancias adversas haciéndose cargo por medio de la responsabilidad personal y el sentido de propiedad para lograr resultados claves.



Un Guardia accountable es una persona responsable de su cargo y de sus

acciones, es capaz de analizar las condiciones de su entorno, cambiar de ser necesario, romper los viejos paradigmas que lo llevan a buscar responsabilidades externas, asumir su cargo con profesionalismo y entregar soluciones eficaces.

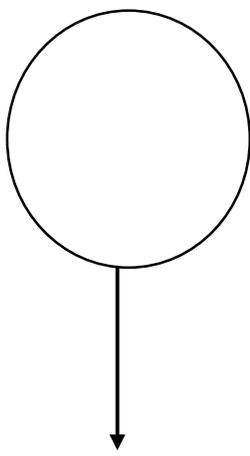
Lenguaje Apreciativo

Se centra en la búsqueda de soluciones, con un enfoque positivo y que busca la resolución de los conflictos o problemas, dejando de lado los negativismos.

- Permite encontrar más y mejores soluciones.
- Mejora la capacidad para aprender de los errores.
- Ayuda a ser más receptivo a la hora de recibir un mensaje.
- Mejora la recepción del mensaje.

El lenguaje genera realidad

Las palabras generan imágenes mentales, representaciones, las que nos permiten estructurar el mundo.



en un globo rojo!

Se genera una imagen mental

El cerebro no procesa el lenguaje en negativo

!No pienses por ningún motivo

El lenguaje genera realidad

¿Cómo lo dirías?

- ❖ No quiero que me roben
- ❖ No sirvo para nada, no puedo hacerlo
- ❖ No me quiero enfermar
- ❖ No quiero que haya errores este turno

- ❖ Quiero estar seguro
- ❖ Aun me falta por aprender, pero pronto podré lograrlo
- ❖ Quiero estar sano
- ❖ Quiero que tengamos un turno exitoso

Limita el uso del lenguaje negativo. Puesto que el lenguaje genera imágenes mentales y representaciones de las palabras, afecta directamente nuestros estados de animo y nuestra percepción del mundo. Hablar en positivo nos invita a tener una mejor actitud, visualizar un futuro prometedor y enfocarnos en las soluciones no en los problemas.

Lenguaje Appreciativo

A nuestros CLIENTES no les interesa ESCUCHAR:

- Lo que No podemos.

- Lo que No sabemos.
- Lo que No es nuestro Trabajo.
- El No tengo tiempo.
- O los, esto no se puede hacer, etc.

La Negación o las excusas generan resistencia y una mala disposición, esto es el alimento para una persona o cliente exigente. Debemos hablar de lo que si podemos hacer, entregar y agotar alternativas de solución.

**UD. NO LO
DIGA**

**NO PUEDO AHORA
ESTOY OCUPADO**

¡DÍGALO ASÍ!

**SI ME DAS UN MOMENTO TE ATIENDO ENSEGUIDA
TERMINO CON X Y VUELVO CONTIGO**

**UD. NO LO
DIGA**

ESTÁS EQUIVOCADO

¡DÍGALO ASÍ!

LO VEO DE FORMA DIFERENTE

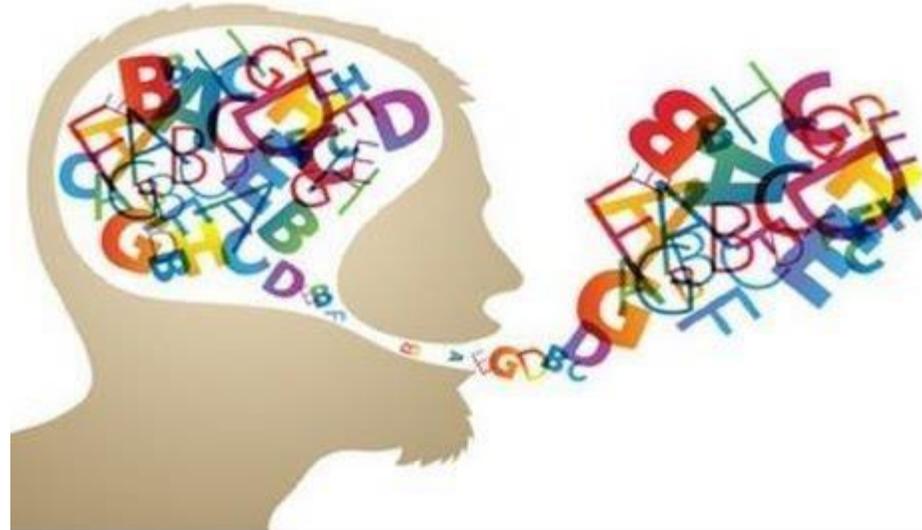
**UD. NO LO
DIGA**

**NO LO SÉ,
NO ES MI ÁREA**

¡DÍGALO ASÍ!

**AVERIGUO DE INMEDIATO
Y LE INFORMO**

**¿Que
siente?**



**¿Cómo me
percibe?**



LENGUAJE APRECIATIVO

UD. NO LO DIGA

DÍGALO ASÍ

TUS DEBILIDADES SON...

LO QUE PUEDES MEJORAR ES...

ESTO SE HACE ASÍ, COMO LO DIGO YO!

AQUÍ EL QUE MANDA SOY YO!!

NO SE HACE ASÍ

COMO NO VAS A SABER

*NECESITO QUE LO HAGAMOS DE ÉSTA FORMA
¿TE PARECE QUE LO HAGAMOS DE ÉSTA MANERA?*

SUGIERO QUE LO HAGAMOS DE LA SIGUIENTE...

MIRA, ÉSTA ES LA FORMA CORRECTA DE HACERLO

¿CÓMO PIENSAS QUE LO PODEMOS MEJORAR?

Identificando las necesidades del cliente

- Proyección(imagen, sonrisa, apertura)

- Percepción del cliente

- Comunicación (verbal, no verbal)

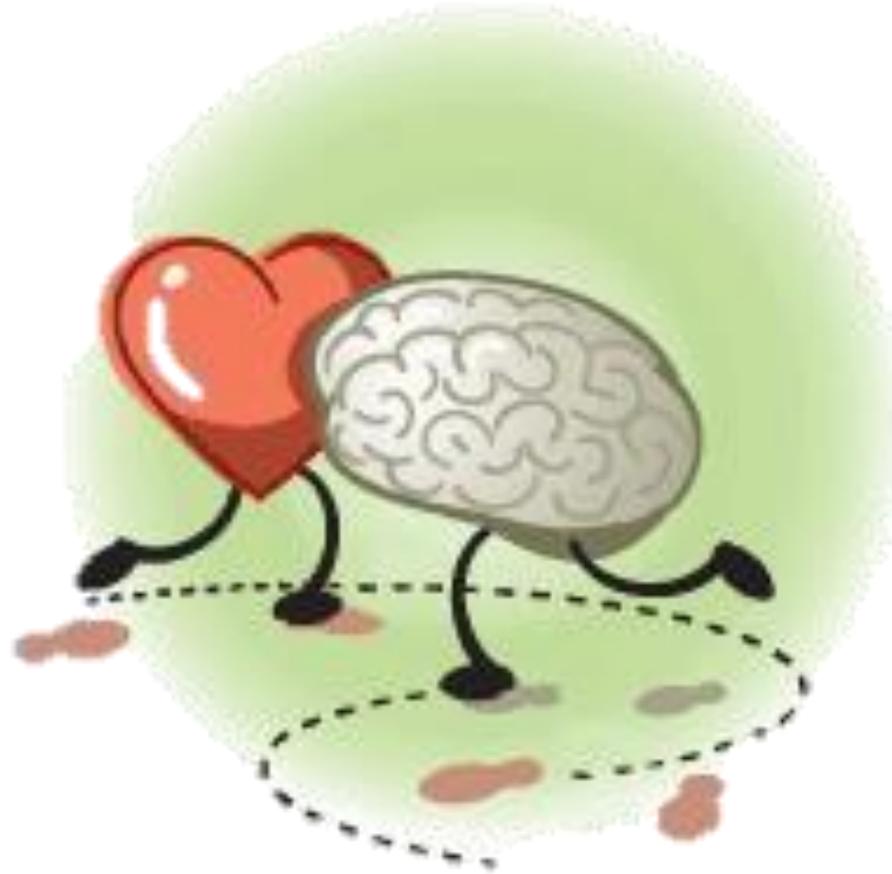
- Cortesía tacto, respeto

- Interés genuino

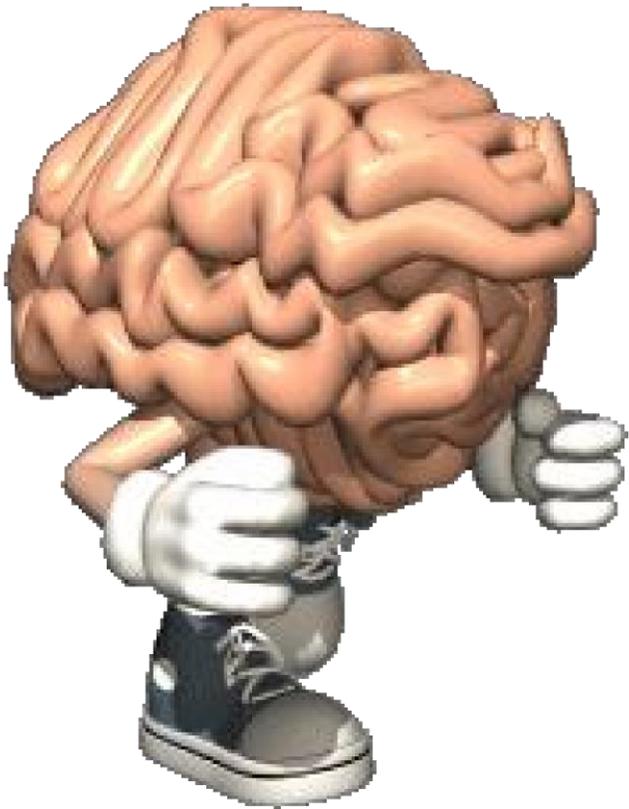
- ¿Deleite?

- ¿Insatisfacción?

Inteligencia Emocional y Atención al Cliente



Inteligencia



En términos simples, la inteligencia es la capacidad para resolver problemas



La inteligencia es contextual



EMOCIONES BÁSICAS



Alegría

- Nos abre al mundo
- Disperso
- Base para las relaciones humanas



Miedo

- Nos alerta
- Sistema de protección
- Advierte del peligro



Ira

- Coloca límites
- Propositivo
- Frontal



Tristeza

- Reflexiva
- Momentos de introspección
- Aquello que perdí y no volverá



Las emociones son disposiciones a la acción. Dependiendo la emoción en la que me encuentre será mi disposición a responder frente a las exigencias del medio. Reconocer mis emociones y las de los demás me permite tomar mejores decisiones estratégicas para llevar las relaciones y comunicaciones dentro de un equipo.

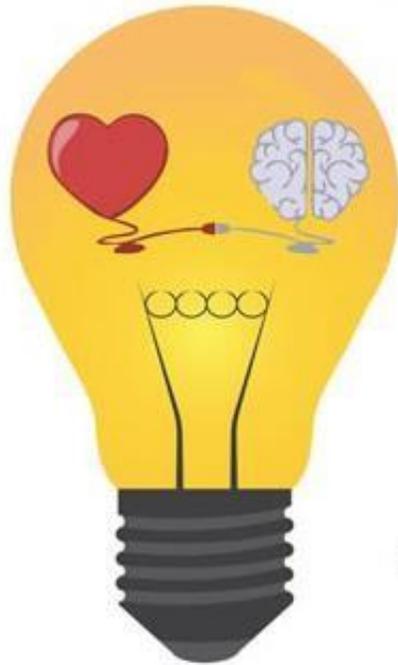
Credibilidad del Mensaje

La credibilidad del mensaje		Estudio científico de Albert Mehrabian
Comunicación Verbal	Parte Verbal (hablada)	7%
	Parte Vocal (entonación, volumen, pausas, ritmo,...)	38%
Comunicación no verbal	Parte Visual (imagen, postura, expresión del cuerpo, expresión de la cara)	55%



5 CLAVES

DE LA INTELIGENCIA EMOCIONAL



1

AUTO-CONCIENCIA

Ser conscientes de lo que sentimos y de cómo nos afecta.

2

AUTO-REGULACIÓN

Capacidad de manejar las emociones propias.

3

AUTO-MOTIVACIÓN

A través de la focalización en nuestras metas y no en las dificultades.

4

EMPATÍA

Saber ponernos en el lugar de las otras personas.

5

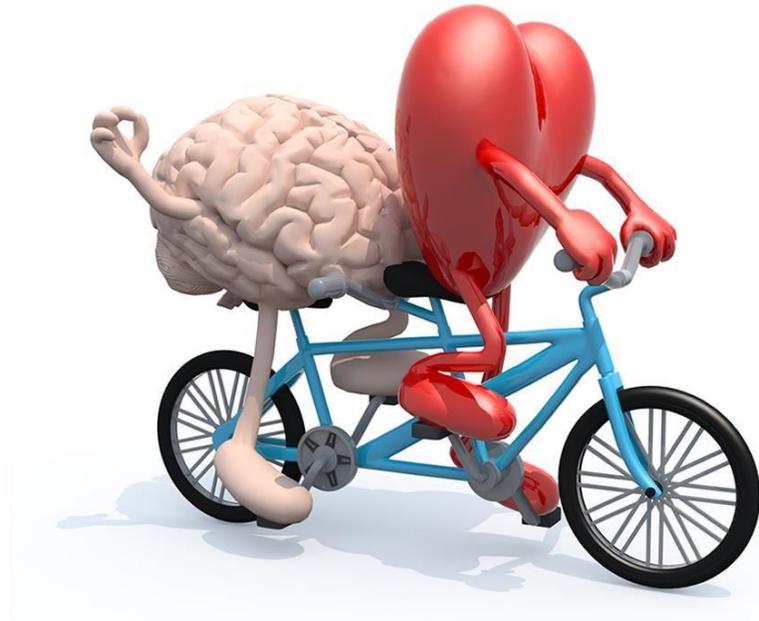
HABILIDAD SOCIAL

Capacidad de comunicación estableciendo relaciones amigables.

¿Para que sirve la inteligencia emocional en la atención a clientes?



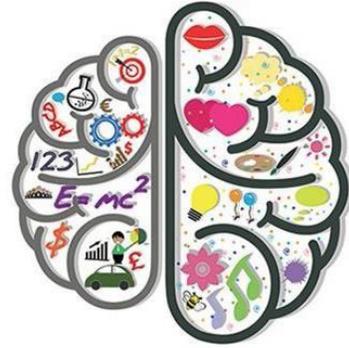
LAS EMOCIONES SON



DISPOSICIONES A LA ACCIÓN



Inteligencia
emocional



Empatía

Capacidad de ubicarnos en el lugar del otro.

Las personas más empáticas presentan:

- Aptitudes para escuchar activamente al otro.
- Interés genuino en el otro.

Discurso Empático:

Mensaje que declara el comprender por mi parte (dentro de lo posible) como se siente el otro respecto a algún tema en particular. Demostrar que me he puesto en sus zapatos.

POR EJEMPLO:

Carlos, entiendo que estés molesto, yo estaría igual, pero busquemos juntos una solución...

Eduardo, comprendo que quieras conversarlo ahora, porque debe ser importante para ti...

Pamela, me imagino que debe ser frustrante que nuevamente no se cumpla lo que esperabas...

RESPONDER CON EMPATIA

1

Escuche Activamente

- Hechos
- Sentimientos
- Sin saltar a conclusiones

2

Escuche todo

- Existen respuestas distintas dependiendo de la situación.
- Busque la más apropiada para él en ese momento.

3

Evite pensar con negativa

- Diríjase con respuestas claras; no con evasivas.
- Aplicar lenguaje apreciativo.

4

Verifique si su respuesta fue satisfactoria

- Si fue clara.
- Si respondió al interrogante que él tenía inicialmente.
- Si le dio una solución a la persona.

Inteligencia
emocional



Asertividad

Capacidad de expresar lo que uno piensa, siente y necesita.

Las personas más asertivas:

- No se reprimen, pero son respetuosos.
- Buscan que su mensaje sea claro para los demás.

Discurso Asertivo:

Mensaje que declara lo que uno siente, piensa y necesita, pero de manera adecuada y respetuosa.

No me guardo lo que me ocurre, pero tampoco soy agresivo al manifestarlo.

POR EJEMPLO:

Carlos, lo que necesito de ti es que escuches mi punto de vista y luego tu me das el tuyo.

Eduardo, siento que al escribir eso atacas a tus colegas en vez de buscar solucionar el problema.

Pamela, pienso que debemos poner ciertas reglas de convivencia en la reunión...

Recomendaciones

- Trata a tu cliente en la manera en que gustaría te trataran.
- Demuéstrales interés genuino.
- Da la milla extra.
- Muéstrate amigable y accesible.
- Llama al cliente por su nombre.
- Agradece al cliente el que este haya seleccionado nuestros servicios.



Tipos de Clientes Las

personas no son de una manera:

- Las personas son en la relación.
- Poseen patrones de conducta.
- Existe flexibilidad según la sintonía mutua que se establezca.

Pautas Típicas de Conducta

Agresión o polémica	Agresivo
Conversación extensa	Latero
Pesimismo	Disconforme
Conversación experta	Técnico
Confusión	Desorientado
Obtención de beneficio inexistente	Exige más de lo real
Optimismo y sencillez	Ideal

TIPOS DE CLIENTES

Cliente disconforme

Usar un tono confiable
Hablar de nosotros o nuestra
institución.
Acotar la disconformidad.
Prometer lo posible

Cliente Experto

Usar un tono profesional. Comprender la
pregunta técnica.
Permitirle expresar su juicio técnico
Responder con datos precisos
Reconocer si no sabe

Cliente Agresivo

Usar un tono servicial
Comprender el enojo
Permitirle expresar su
rabia
Prometer lo posible

Cliente Latero

Tono de interés y
comprensión
Permitirle expresar lo
justo
Preguntar el objetivo en el
momento justo

Cliente Desorientado

Usar un tono seguro
Ofrecerle ayuda
Permitirle expresar su confusión
Darle orientación muy precisa

Cliente Exigente

Usar un tono seguro
Comprender la necesidad y la expectativa
Pedir comprensión de las normas

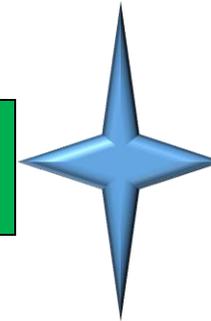
CUATRO ACTITUDES BÁSICAS PARA LA ATENCIÓN AL CLIENTE

Resolución

Apertura

Flexibilidad

Estabilidad





Resolución: “Aquí mando yo”

Estabilidad: Las reglas están claras (para seguir procedimientos)



Flexibilidad: Adaptarnos a los cambios y ser conscientes de cambiar comportamientos, y

aprender de los cambios o incidentes



Apertura: Aquí mandas tu (para atender con amabilidad y cumplir con las expectativas de los usuarios)



Pasos para Atender al Cliente

Paso 1: Crear una primera impresión positiva

Objetivo: _____ Construir una relación profesional cordial.

Actividades de esta etapa:

- Su tono de voz debe reflejar dinamismo, cordialidad, seguridad.
- Genere **confianza**.

- Proyecte dinamismo y prontitud para atender. (que no es sinónimo de prisa).
- Hágle sentir al cliente que en esos minutos Ud. está 100% dispuesto y disponible para atenderlo.
- Salude cordialmente, con una sonrisa en la voz e identifíquese de forma amable y cordial.

Pasos para Atender al Cliente

Paso N° 2: Escuchar Activamente

Objetivo: Comprender las necesidades y expectativas de cada cliente Actividades de esta etapa:

- **Escuche** activamente: Expresión facial, Posición corporal, Emociones
- Identifique en su mente los posibles productos o información que pueden satisfacer necesidades del cliente.

Escucha activa

No utilices sólo tus oídos



Pasos para Atender al Cliente



Paso N° 3: Demostrar comprensión

Objetivo: Presentar soluciones a la necesidad del Cliente

Actividades de esta etapa:

- Exprese al usuario que está consciente de su necesidad.
 - Explíquelo cómo va a **resolver** su requerimiento

Pasos para Atender al Cliente

Paso N° 4: Responder con empatía

Objetivo: Darle una respuesta efectiva al cliente.

Actividades de esta etapa:

- A través de preguntas, asegúrese haber entendido la inquietud del cliente

“Lo que Ud. quiere decir es...”

“El problema entonces se presenta cuando...”

- Demuestre conocimiento de lo que está diciendo.
- Demuestre interés por comprender y solucionar la inquietud que está planteando.
- Demuestre seguridad.
- Actúe con respeto.

Pasos para Atender al Cliente

Paso N° 5: Mantener la calma

Objetivo: Verifique Resultados

Actividades de esta etapa:

- **Verifique** que al cliente se le proporcione la solución esperada por él.
- Aclare cualquier confusión.
- Manifieste si tiene preguntas.
- Repase los compromisos tanto suyos como los del cliente.
- Despídase amablemente.

¿QUÉ RELACIÓN TIENE EL TRABAJO EN EQUIPO CON LA ATENCIÓN AL CLIENTE?





TRABAJO EN EQUIPO

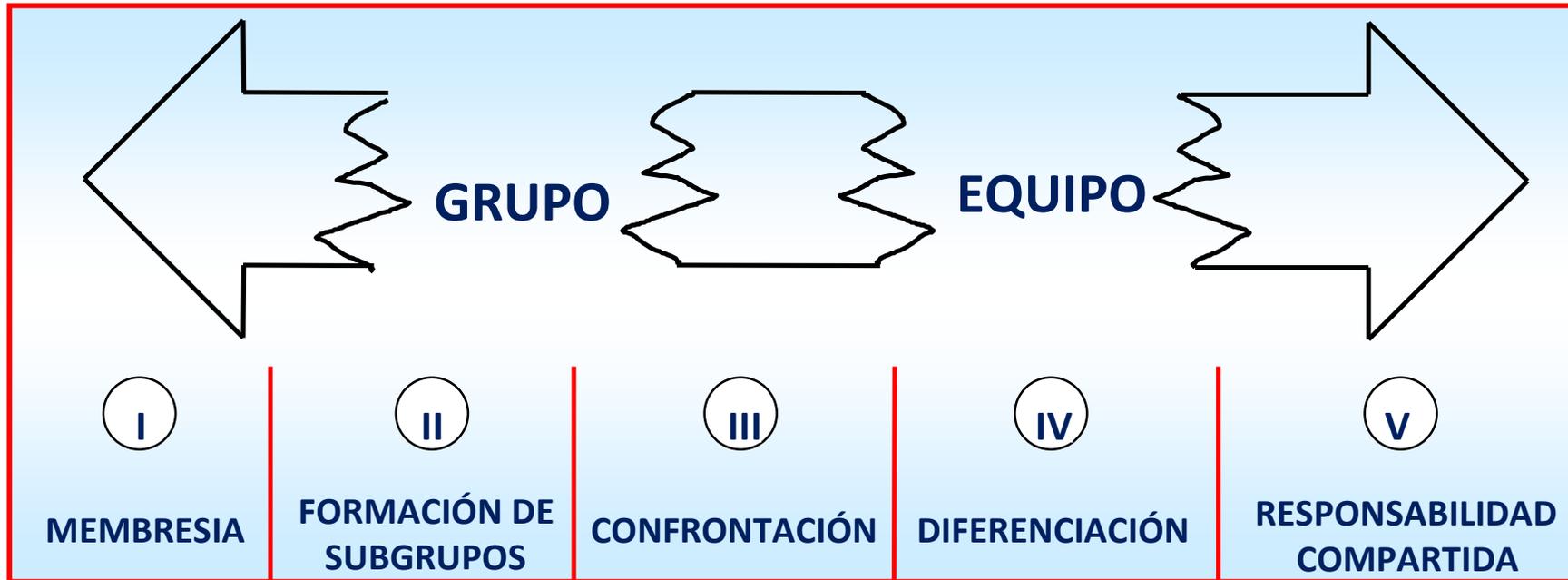


Un equipo es un número de personas con habilidades complementarias, que están **comprometidas con un propósito, un conjunto de metas de desempeño y un enfoque común,** por los cuales se hacen mutuamente responsables.



La esencia de un equipo es el **compromiso común.**

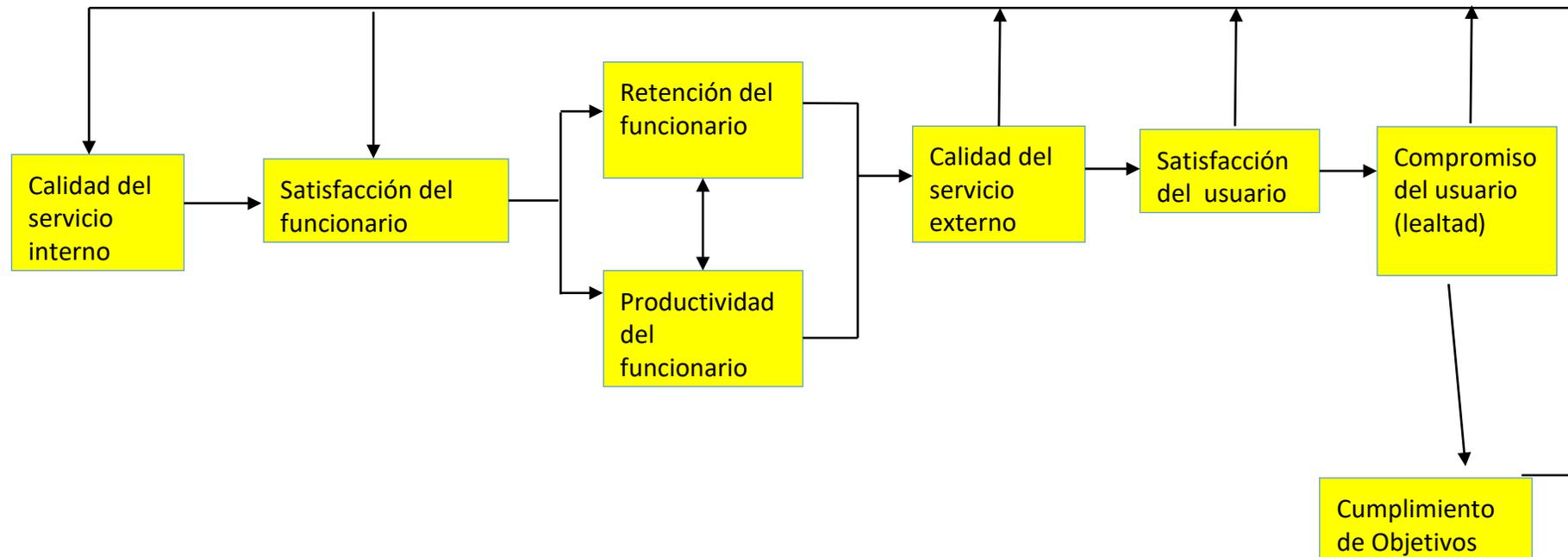
Desarrollo de un Equipo de Trabajo



Hablamos de Equipo cuando: Todos asumen la responsabilidad...

- ✓ La responsabilidad compartida es una ética del equipo.
- ✓ Su base son las promesas que cada uno se hace a sí mismo y a los demás.
- ✓ La promesa se fundamenta en el COMPROMISO y la CONFIANZA.
- ✓ Es la consecuencia de compartir el propósito, los objetivos y el enfoque.

Los eslabones de la cadena de utilidades de los servicios



Actividad

- **¿EN QUÉ MEJORA EL SERVICIO AL CLIENTE TRABAJANDO EN EQUIPO?**
 - **¿QUÉ ACCIONES PUEDO TOMAR PARA MEJORAR EL TRABAJO EN EQUIPO?**
 - **¿CÓMO PUEDO MEJORAR MI DISPOSICIÓN PARA TRABAJAR EN EQUIPO?**
- 

6 Claves para lograr el éxito mediante el Servicio del cliente

1: El servicio es una actitud

*Su actitud es importante para determinar qué tan efectivo es en cualquier situación dada.

*Muchas personas creen que no pueden hacer nada respecto a la forma en que se sienten.



*Usted puede cambiar esta forma de pensar esforzándose un poco y optando por no dejar que sus sentimientos afecten su actitud.

Sonría y el mundo sonreirá con usted

*Asegúrese de que su expresión envíe el mensaje correcto a sus clientes.

*Una sonrisa es una señal de Confianza y fomentara la confianza de sus clientes.

*Piense en la forma en que usted se siente cuando alguien le sonrío.

*Esto le ayudara a recordar que deben sonreír.





2 Comuníquese y acérquese

*Servir a los clientes efectivamente involucra intercambiar información

*Desarrollar sus habilidades de comunicación le ayudará a servir a sus clientes efectivamente.

*Piense que éstas son herramientas dentro de una caja de servicios al cliente, que lleva con usted todo el tiempo.



3 Lo que sabe, hace la diferencia

*Debe contestar las preguntas ,debe dar buenas indicaciones, saber donde encontrar las cosas, entender que es posible ofrecer y que no es posible ofrecer.

* Nunca le diga “No sé” a un cliente.

*Averigüe la respuesta y comuníquese la al cliente.



4 La primera impresión

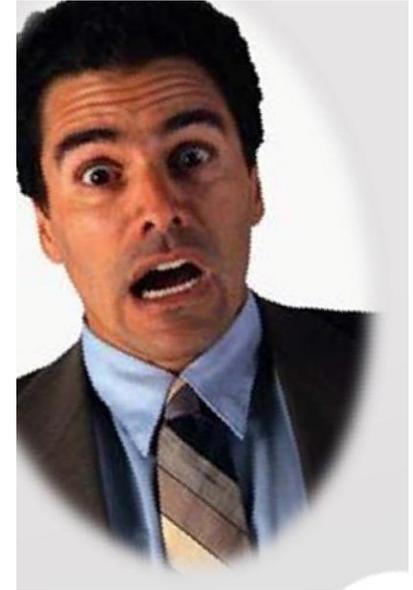
cuenta ¿Qué Clase de impresión da?

- Los clientes muchas veces emiten juicios sobre su institución y sus empleados debido a esa primera impresión.



¿Qué tomamos en cuenta?

- Vestimenta
- Vocabulario
- Presencia
- Postura
- Conocimientos
- Otros



5 Normas Personales

*Usted le dice mucho a los demás en formas no verbales

- *Los indicios que transmite tienen un impacto directo en la forma en que los clientes lo percibe, así como los servicios que proporciona
- *Es importante que entienda cuáles son sus normas personales y que tipo de señales transmite.

6 Tome la iniciativa

- Los clientes quieren lo que quieren, a la hora que lo quieren y cuentan con usted para que le resuelva.

- Aprender a tomar la iniciativa con cada cliente significa aceptar la responsabilidad para asegurarse que el cliente esté completamente satisfecho y hacerlo sin que se lo pidan.

