

# Tipos de Servicio al Cliente

## 1. Soporte

Los servicios de soporte incluyen la resolución de consultas de facturación, la toma de pedidos, la activación de cuentas, el registro de nuevos clientes y la grabación de reclamos.

## 2. Marketing

Las tareas de marketing que se llevan a cabo a través de un centro de contacto incluyen el envío de correos electrónicos salientes, telemarketing y encuestas, respondiendo a los correos electrónicos entrantes y a la gestión de las campañas de marketing.

## 3. Soporte técnico

Los clientes solicitan diferentes servicios de soporte técnico tales como: verificación de datos, soporte de aplicaciones, actualizaciones de direcciones y resolución de problemas a través del servicio de asistencia técnica.

## 4. Análisis de clientes

Análisis de clientes, incluyen: análisis de rentabilidad, auditoría de calidad, informes y análisis de reclamos.

## 5. Atención presencial

En este caso, se produce un encuentro físico con el cliente, sin las barreras ni interferencias que ocasionan el trato telefónico o a través de otras vías, como el correo electrónico, se da contacto visual y el lenguaje no verbal juega un papel muy importante.

## 6. Atención telefónica

Atención al cliente exige que se cumplan una serie de normas no escritas si usted desea lograr su plena satisfacción, el hecho que no podamos observar las posibles reacciones del interlocutor hace que tengamos que poner más esfuerzos y demostrar una actitud diferente a la presencial.

## 7. Atención virtual

Es la entrada de las nuevas tecnologías y el auge del comercio electrónico, se está imponiendo una vía alternativa para efectuar las compras, ya sea por correo electrónico o a través de la misma web donde se ofrecen los productos.

El cliente en este caso valora la atención recibida por otros parámetros, como el correcto funcionamiento de la página, el sistema de pago y de entrega, la premura en la respuesta ante dudas vía correo electrónico, entre otros.

## QUE ES LA ACTITUD DE SERVICIO

Actitud de servicio es la capacidad, disposición para realizar un trabajo también podemos definir como la manera de proyectarnos a los demás.

La actitud inicia con la autoestima que es la valoración aceptación y respeto por uno y por los demás

Cuando vamos a ofrecer un servicio debemos tener en cuenta que el cliente es lo mas importante y estamos obligados a servirlo y atenderlo de la mejor manera y para eso hay cosas que nos pueden ayudar a que este trabajo sea mejor.

Publicado 10th December 2012 por Victor Gamboa

0 Añadir un comentario

DEC

7

## TIPS PARA UNA BUENA ACTITUD

PARA PODER TENER UNA BUENA ACTITUD DE SERVICIO DEBEMOS TENER EN CUENTA LOS SIGUIENTES ASPECTOS:

-AGILIDAD

-EXACTITUD DE INFORMACION

-ESCUCHA

-AMABILIDAD Y CALIDAD

AGILIDAD: Capacidad de ahorrar tiempo al momento de prestar un servicio.

EXACTITUD DE INFORMACIÓN : Tener claridad acerca de los productos que estamos ofreciendo.

ESCUCHA: Saber entender las necesidades de los clientes al momento de preguntar lo que están necesitando.

AMABILIDAD Y CALIDAD: Estar siempre disponible tanto al inicio como al final de la presentación de un servicio y tener en cuenta que lo que se ofrece siempre sea lo mejor

### **ASPECTOS IMPORTANTES DEL SERVICIO AL CLIENTE**

La importancia de brindar un buen servicio o atención al cliente radica en los siguientes aspectos:

-La competencia es cada vez mayor, los productos ofertados son cada vez mayores y más variados, por lo que se hace necesario ofrecer un valor agregado.

-Los competidores cada vez más, se van equiparando en calidad y precio, por lo que se hace necesario buscar una diferenciación.

-Los clientes son cada vez más exigentes, ya no sólo buscan precio y calidad, sino también, una buena atención, un ambiente agradable, comodidad, un trato personalizado, un servicio rápido.

-Si un cliente queda insatisfecho por el servicio o la atención, es muy probable que hable mal de uno y cuente de su mala experiencia a otros consumidores.

-Si un cliente recibe un buen servicio o atención, es muy probable que vuelva a adquirir nuestros productos o que vuelvan a visitarnos.

-Si un cliente recibe un buen servicio o atención, es muy probable que nos recomiende con otros consumidores.

Por todas estas razones, hoy en día se hace casi obligatorio el brindar un buen servicio o atención al cliente.

Este debe estar presente en todos los aspectos del negocio en donde haya alguna interacción con el cliente, debe ir desde el saludo del personal encargado de la seguridad del negocio, hasta la llamada contestada por la secretaria.

Para ello debemos capacitar a todo nuestro personal, todos deben estar motivados en dar una buena atención, todos deben mostrar siempre un trato amable y cordial con todos y cada uno de los clientes.

Y, por último, el buen servicio, no sólo debe darse durante el proceso de compra, sino que también, debe estar presente después de la compra, por ejemplo, al llamar al cliente para conocer su impresión del producto, o al enviarle cartas o tarjetas de saludos.

## EL LENGUAJE NO VERBAL (KINÉSICA) EN LA ATENCIÓN AL CLIENTE

Escrito por Daniela Jaimes

Creado: Sábado, 27 Mayo 2017 02:17

Publicado: Viernes, 26 Mayo 2017 21:17

Visto: 1617

Para una comunicación efectiva con un cliente, no sólo se necesitan buenos argumentos, gestos y emociones,

La comunicación en la empresa destaca aspectos significativos como lo son: su imagen y su proyección. Además presenta ventajas o desventajas ante los clientes y público en general que visitan las instalaciones para adquirir un buen producto o servicio que satisfaga sus necesidades; se debe tener en cuenta la imagen a reflejar, en el trato amable y cordial, usando un lenguaje adecuado, teniendo en cuenta que para una empresa el cliente es lo más importante.

Comunicar no sólo es llegar con las palabras a otras personas, lo es también la apariencia y el estado emocional. Cuando interactuamos el 55 % es comunicación no verbal (1), mientras el resto lo constituyen las palabras y la información que estamos transmitiendo. El sentido a las palabras lo dan los gestos, la emotividad y los movimientos del cuerpo. (1)

Por esto Teresa Baró consultora experta en habilidades de comunicación personal, con especialidad en lenguaje no verbal, establece una guía para lograr esa atención que el cliente requiere, en la cual se destacan algunos consejos importantes en cada uno de los 7 canales de la comunicación no verbal:

"La comunicación verbal, consta de expresiones faciales, en las cuales se deben cuidar el estado de ánimo, ya que estas reflejan las emociones y el cliente se tiene que recibir con una sonrisa como gesto de amabilidad, que lo haga sentir cómodo y bienvenido.

Los gestos, deben concordar con lo que se dice, pues estos expresan acuerdo o desacuerdo, además de ser señal de interés y credibilidad ante el cliente; ya que este también debe ser escuchado y realimentar la comunicación con señales de comprensión con movimientos de la cabeza.

El cliente puede notar el cansancio y la negatividad, a través de la postura que se tenga. Por ello esta debe mantenerse abierta y elegante, pues si esta es cerrada refleja indisposición.

La imagen personal también cuenta, se debe mantener el aseo personal, el cuidado en las prendas de vestir, ya que la apariencia es la que da una primera impresión y demuestra respeto para con el cliente.

La háptica, se refiere al contacto físico, debe ser llevada a cabo con movimientos armoniosos, ágiles y delicados, es muy útil para guiar al cliente en la búsqueda y señalarle los productos.

Hay que darle al cliente un respiro, no invadir su espacio personal. A esto se refiere **la proxémica**, manejar la distancia según la situación que se esté llevando a cabo, en este caso debe ser moderada para no intimidar a la otra persona.

Finalmente, está el paralenguaje, que se refiere a la enfatización en las palabras y tono de la voz. Se debe mantener un buen volumen de voz, que sea agradable y amistoso, pues los gritos y el ruido harán que el cliente se quiera ir rápido" (2).

Estos aspectos ayudan a establecer una comunicación efectiva a la hora de entrar en contacto con un cliente porque son la clave para lograr el resultado esperado en una negociación (3).

De igual manera, Paul Ekman primer psicólogo en estudiar las emociones y las expresiones faciales. Estas pueden brindar a la otra persona una retroalimentación al momento de una venta, estas se ven bastante caracterizadas en la mirada.

Una mirada expresa emociones y en ella se encuentra la participación de las seis emociones básicas; las cuales contienen patrones de gestos con los cuales se pueden identificar el estado emocional de la persona, ya que según Ekman, "mientras que nuestros pensamientos son totalmente privados, la mayoría de nuestras emociones se detectan por una señal distintiva que ayuda a los demás a comprender cómo nos sentimos." (4)

Por lo tanto, si la mirada cambia es señal de que la persona está cambiando de emoción, y cuando esto pasa puede ser por disgusto o desacuerdo. Y es en ese momento que se debe estar pendiente para detectar aquellas gesticulaciones y actuar empleando otra estrategia en el discurso comercial y convencer al cliente.

La mirada pertenece a la comunicación no verbal del ser humano; es el reflejo del alma; a través de la mirada se da información del mundo interior y se manifiestan muchas emociones. La mirada es el lenguaje de los ojos si se mantiene fija por más de diez segundos puede producir en la otra persona angustia, malestar o irritación. (4)

Es por esto que se debe mantener el contacto visual en un equilibrio, con interés, pero moderadamente y sin invadir la mirada del otro, lo normal es mantenerla en el 70% del tiempo del contacto. Así se podrán detallar las reacciones de la mirada y facciones de la cara, mientras se trata de persuadir al cliente.

La mirada es parte fundamental en la comunicación no verbal porque a través de ella se expresa y refleja todo sin decir nada. (4)

Establecer contacto visual con la persona que entra para demostrarle que la hemos visto, que nos importa, ¡que existe! Si seguimos con una tarea en el ordenador o hablando por el teléfono o leyendo una revista o ordenando género, es lo mismo que ignorarla. Esto causa una predisposición negativa en este usuario que se comportará con el empleado de forma más seca, a la defensiva o exigente porque no tiene muchas expectativas de una buena atención.

Sonreír. La sonrisa es el gesto de la amabilidad por excelencia. Sin sonrisa no hay bienvenida.

Escuchar atentamente, asintiendo en señal de escucha y comprensión. Con la cabeza ladeada podemos tener una aspecto más amable y servicial.

Levantarse de la silla para mostrar el producto o guiar al consumidor en su búsqueda (en los establecimientos en que sea necesario). La actitud siempre es de proactividad hacia el cliente.

Moverse con gestos suaves, sin brusquedad, sin ruidos. Manejar de forma ágil y delicada el producto que se muestra.

Mantener una posición del cuerpo elegante y positiva, no cansada o de desganada.

Ser diligente en la atención. La espera sienta muy mal, especialmente si no hay motivos aparentes.

Mantener un volumen de voz agradable y cálido. Gritos y ruido ambiental producen ganas de salir del local.

Cuidar la imagen personal con un aspecto aseado y adecuado al puesto de trabajo. Es la primera muestra de respeto hacia el usuario. No excederse en perfume, ya que el olor también es una forma de invasión del espacio de los demás.

Mantener limpios y ordenados los espacios en general y, en especial, de escaparates, mesas, estanterías, mostradores... El caos nos genera una sensación de falta de higiene y poca organización. La impresión que nos llevamos es negativa y no nos gusta permanecer en un sitio donde no hay orden. Cuidar el olor. Un ambiente cargado provoca sensaciones desagradables.

