



ATENCIÓN DE PÚBLICO

Julio 2017

OBJETIVOS

- Entregar los elementos teóricos y herramientas prácticas que promuevan una cultura de atención al cliente adecuado.
- Desarrollar las habilidades asociadas a la comunicación efectiva, identificando las fortalezas individuales y sus aspectos de mejora.
- Reconocer las principales habilidades para lograr una atención satisfactoria con el cliente.



COMPONENTES DE LA ATENCIÓN AL CLIENTE

ERRORES EN EL SERVICIO

- Falta de empatía
- Falta de asertividad
- Falta de compromiso
- No cumplir con los compromisos
- Desgano
- Hacer perder el tiempo
- Entrega de información errónea
- Sentirse superior
- Utilizar un lenguaje inapropiado
- Intransigencia



ACTITUDES DEL BUEN SERVICIO

- Disposición
- Responsabilidad
- Proactividad
- Respeto



CONDUCTAS DEL BUEN SERVICIO

- Afronte el problema
- Escuche atentamente
(muestre atención)
- Establezca una relación con el cliente
- Explique cómo está (o no)
solucionando el problema
- Ofrecer “algo más”





INTERACCIÓN CON EL CLIENTE

INTERACCIÓN CON EL CLIENTE

- Sonría
- Salude
- Ofrecimiento a ayudar
- Despídase



SALUDE

- Hola, tú o usted
- Cielito, cariño, abuelito, mamita...
- ¿Cómo debemos hacerlo siempre?
- Apréndase el nombre de la persona



OFRECIMIENTO A AYUDAR

- ¿En qué puedo ayudarlo?



DESPÍDASE

- Hasta luego, muchas gracias...





**¿QUÉ HACER
CUANDO ESTÁS
FRENTE A LA
PERSONA?**

¿QUÉ HACER?

- Mire a los ojos
- Muéstrela, si está ocupado, que notó su presencia.
- Acompañe sus palabras con lenguaje no verbal (tono, expresión de rostro, posturas aletargadas, etc)
- Discreción en las conversaciones con pares (no hablar de otros pacientes)
- No comer frente a las personas.



ATENCIÓN TELEFÓNICA



¿QUÉ HACER AL TELÉFONO?

ANTES DE LA LLAMADA

DURANTE LA LLAMADA

AL MOMENTO DE COLGAR



**SONRISA
TELEFÓNICA**

ANTES DE LA LLAMADA

- Siempre listo: tener a mano papel, lápiz, números para derivar, etc.
- Si está disponible, no espere más de tres *ring*
- Prepárese para saludar



DURANTE LA LLAMADA

- Salude cortésmente: Soy XXXXX, buenos días/tardes, en qué puedo ayudar.
- Hablar lenta y claramente mente para ser comprendido.
- Tome nota
- Evite el uso de muletillas: ok, si, claro, ya, vale...
- Si no entendemos, pidamos aclaración: disculpe, pero no oigo bien...
- Si recibimos una llamada de otro servicio, debemos traspasar la llamada



AL MOMENTO DE COLGAR

- Despídase: gracias por llamar a XXXX.
- No cuelgue antes que su interlocutor.





IDENTIFICAR NECESIDADES DEL CLIENTE Y MANEJAR SUS RECLAMOS

CICLO DEL SERVICIO



CICLO DE SERVICIO

- Cadena de acontecimientos en que un cliente se enfrenta a la organización.
- Se compone de instantes de contactos entre el cliente y la organización.
- El cliente es el único que percibe el ciclo completo.



TODOS LOS MIEMBROS DE UNA ORGANIZACIÓN TIENEN UN IMPACTO EN LA IMAGEN





CICLO DEL SERVICIO

Momento
de la
verdad



CICLO DEL SERVICIO



- Episodio en el cual **el cliente entra en contacto con cualquier aspecto de la organización** y se crea una impresión sobre la calidad de su servicio.



- Define el **éxito o fracaso** de una interacción con el cliente.



- Genera una **impresión negativa o positiva** permanente para el cliente.



COMUNICACIÓN EFECTIVA

SERVICIO MÁGICO Y TRÁGICO



- El grado de sintonía que establezcamos con el cliente depende de las características de nuestro lenguaje verbal y paraverbal.



- Un lenguaje mágico permite al cliente sentir que se le está entregando el respeto y la atención que merece.



- Un lenguaje trágico produce una distancia en la relación entre el ejecutivo y su cliente.

FRASES Y PALABRAS MÁGICAS



Elementos que hacen mágica una palabra o frase:

- **Personalice:** use el nombre del cliente y hágase cargo.
- **Especifique:** dígame al cliente qué va a hacer y cuando lo hará.
- **Empatice:** el cliente siente que usted comprende lo que está viviendo.

PERSONALICE



- “¡Felicitaciones por la graduación de su hijo!”
- “Estoy muy contento de poder haberlo ayudado, Sr. López.”
- “Mi nombre es María Pérez. No dude en volver a llamarme si necesita mayor orientación acerca del producto.”

ESPECIFIQUE



- “Le enviaré el mail en 5 minutos.”
- “Llamaré al Dpto. de Informática para tener mayor información acerca de su situación, y lo llamaré a las 17 hrs. para contarle qué podemos hacer.”
- “Yo le puedo hacer el cambio de dirección ahora mismo. Su estado de cuenta del mes de agosto le será enviado a Manuel Montt 1865, Providencia.”

EMPATICE



- “Gracias por su paciencia”
- “Tiene todo el derecho de estar preocupado. Averiguaré este tema de inmediato”
- “Me da mucho gusto saber que el crédito le está sirviendo para la compra de su nueva casa”

FRASES Y PALABRAS TRÁGICAS



- Crean una distancia entre usted y el paciente-cliente
- Producen cierta incomodidad en la conversación
- Hacen parecer que usted es poco proactivo
- Son impersonales
- Son vagas o poco claras
- Utilizan un lenguaje inadecuado o muy informal



ALGUNOS EJEMPLOS TRÁGICOS...



Falta de compromiso:

- “Yo no veo eso”
- “No, tendría que ver ese tema con finanzas”

Autoritarios:

- “Sí, pero envíemelo por mail”
- “A ver, le vuelvo a repetir”
- “Señor, usted debería haber...”

ALGUNOS EJEMPLOS TRÁGICOS...



“Nosotros”:

- “Lo llamaremos de vuelta”
- “Necesitamos su cuenta corriente para realizar esa gestión”

Informalidad

- “Altiro lo atiendo”
- “¡Que buena...!”

Jergas técnicas:

- “Ud. tiene un pago mínimo de \$5.000”
- “Ese cobro corresponde al impuesto DFL”



EMPATÍA Y ASERTIVIDAD

EMPATÍA

Capacidad de ponerse en el lugar de otro, viendo la situación de la que se habla desde su punto de vista.



CONDUCTA EMPÁTICA



ASERTIVIDAD

La conducta asertiva o asertividad implica la expresión directa de los propios sentimientos, preferencias, necesidades y opiniones, de forma tal que no amenace ni ataque a la otra persona.



CONDUCTA ASERTIVA





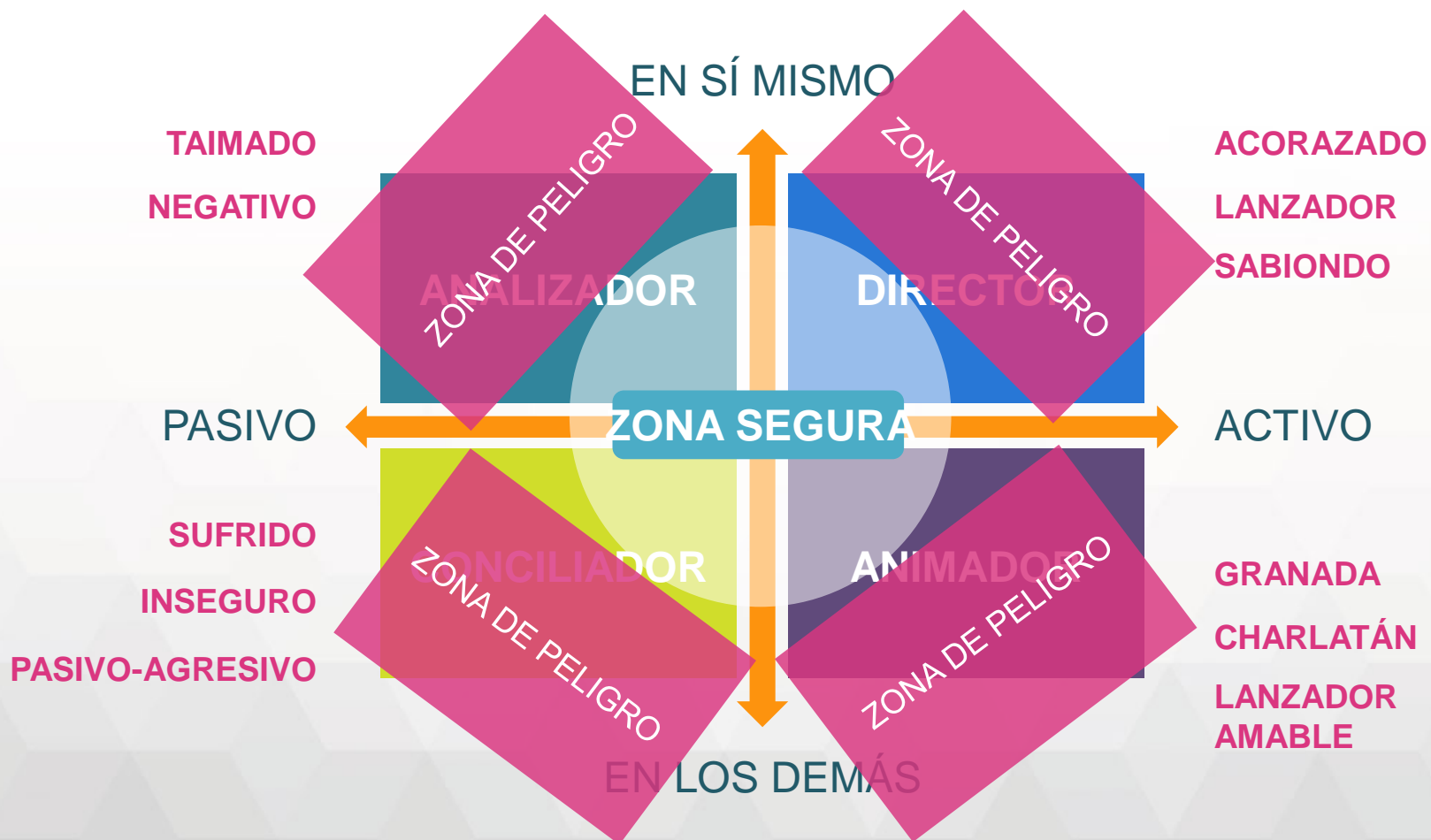
ESTILOS DE COMUNICACIÓN



ESTILOS DE PRIMARIO DE COMUNICACIÓN



ESTILOS DE PRIMARIO DE COMUNICACIÓN





Surlatina Consultores
Rosario Norte 100, oficina 401,
Las Condes. Santiago.
Fono: (56) 22963 8000
Email: correo@surlatina.cl