

Protocolo de atención al cliente

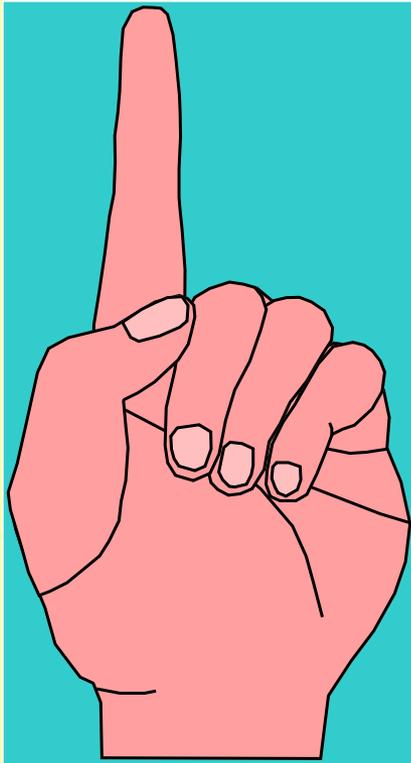


www.cesar-augusto-atoche.com

- **Doctor en Ciencias Administrativas con mención en Dirección de Empresas por la Universidad Nacional de Piura (UNP).**
- **Magíster en Administración (MBA) con mención en Negocios Internacionales por la Universidad del Pacífico (UP).**
- **Licenciado en Administración de Empresas por la Universidad de Piura (UDEP).**
- **Diploma de Postgrado en Marketing Internacional e Investigación de Mercados por la Maestría en Economía de la Universidad Nacional de Piura (UNP).**
- **Profesor Principal adscrito a la Facultad de Ciencias Administrativas UNP.**

Dr. César Augusto Atoche Pacherras

OBJETIVO GENERAL

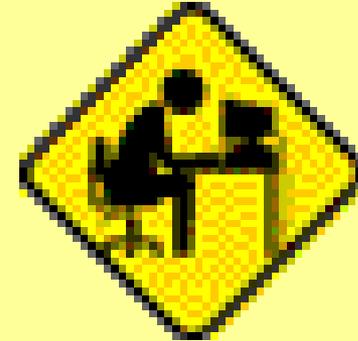


- **Ofrecer a los participantes orientaciones en relación con los elementos de un proceso de atención al cliente y tratamiento de quejas y reclamos.**
- **Propiciar un clima de trabajo orientado a la satisfacción del cliente.**

CONTENIDO

- **GESTIÓN DE QUEJAS**

- ISO 10002
- El problema de las quejas
- Cómo vender.



- **TÉCNICA PARA MANEJAR QUEJAS Y RECLAMOS**

- Mantenerse calmado
- Oír con eficacia
- Responder con empatía
- Disculparse
- Ofrecer una solución.



Los momentos de contacto con el cliente requieren:

I. Actitud positiva hacia el cliente.

Apariencia.

Lenguaje verbal.

Lenguaje corporal.

II. Identificar las necesidades del cliente.

Escuchar con atención.

Oportunidad en la atención.

Obtener retroalimentación.

III. Ocuparse de las necesidades del cliente.

Satisfacer las necesidades básicas del cliente.

Proporcionar el servicio ofrecido y solucionar los problemas del cliente.

Terminar la venta adecuadamente.

Proceso para manejar los momentos de la verdad.

- Atender la solicitud de servicio.
- Aclarar la solicitud de servicio.
- Dar el servicio.
- Verificar la percepción o evaluación del servicio.



LOS TRES ERRORES DEL SERVICIO:

1. Tratar a los clientes con indiferencia.

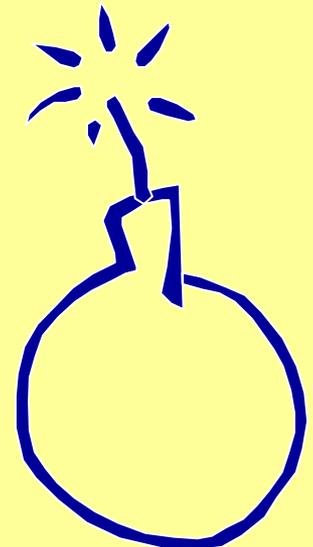
Tratarlos con desánimo, o con menosprecio debido a que se sienten superiores al cliente, o como si fueran robots sin carisma.

2. Ignorar a los clientes.

Cuando se le da poca importancia o poco caso al cliente, o cuando se trata de deshacerse del cliente para realizar otro asunto.

3. Improvisar el trato a los clientes.

Es dar una recepción sin estudio ni preparación.



**Para ser exitoso, en vez de
hacer cosas
extraordinarias; mejor haz
cosas ordinarias
extraordinariamente bien.**

PROTOCOLO DE ATENCIÓN

1. **Salude** al cliente de inmediato.
2. **Dé** al cliente **atención total**.
(Hágalo sentir importante)
3. **Haga que los primeros 30 segundos cuenten**.
(Sea observador de sus necesidades y problemas)
4. **Sea natural**, no falso ni mecánico.
5. Demuestre **energía y cordialidad**.

APLICA ACTITUD POSITIVA

- Características de una actitud positiva:

- Trabaje con entusiasmo y orgullo profesional
- Sea leal y responsable en su trabajo
- Positivismo ante la gente
- Trabaje en equipo
- Demuestre iniciativa y superación



- Trabajar con entusiasmo:

- Le supera personal y profesionalmente
- Le promociona en el trabajo
- Le da satisfacción económica
- Hace felices a los demás



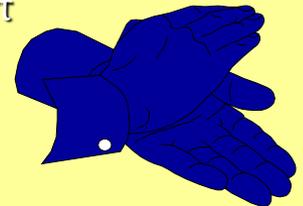
- Ventajas de una actitud positiva hacia los compañeros:

- El trabajo se hace ameno
- Facilita la comunicación
- Alcance de los objetivos
- Potencia el sentido de grupo



- El cliente aprecia su esfuerzo si:

- Comprende sus necesidades
- Le trata con respeto
- Le proporciona confort
- Muestra interés



LA PERSONALIDAD

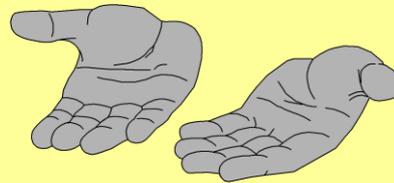
- Componentes de su personalidad:

- Aspecto y gestos
- Lenguaje
- Comportamiento



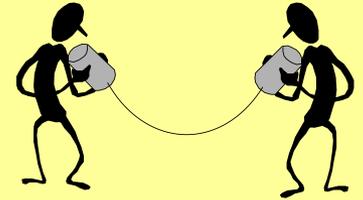
- Aspectos y gestos:

- La mirada
- La expresión de la cara
- El cabello y afeitado
- Las manos
- Uniformidad
- Zapatos



- Comunicación:

- Velocidad
- Vocabulario
- Hablar comunicando

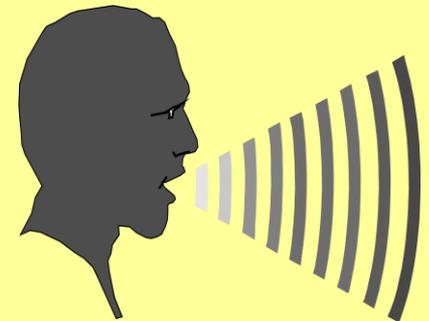


- Emisión de mensajes

- Claros
- Coherentes
- Concisos

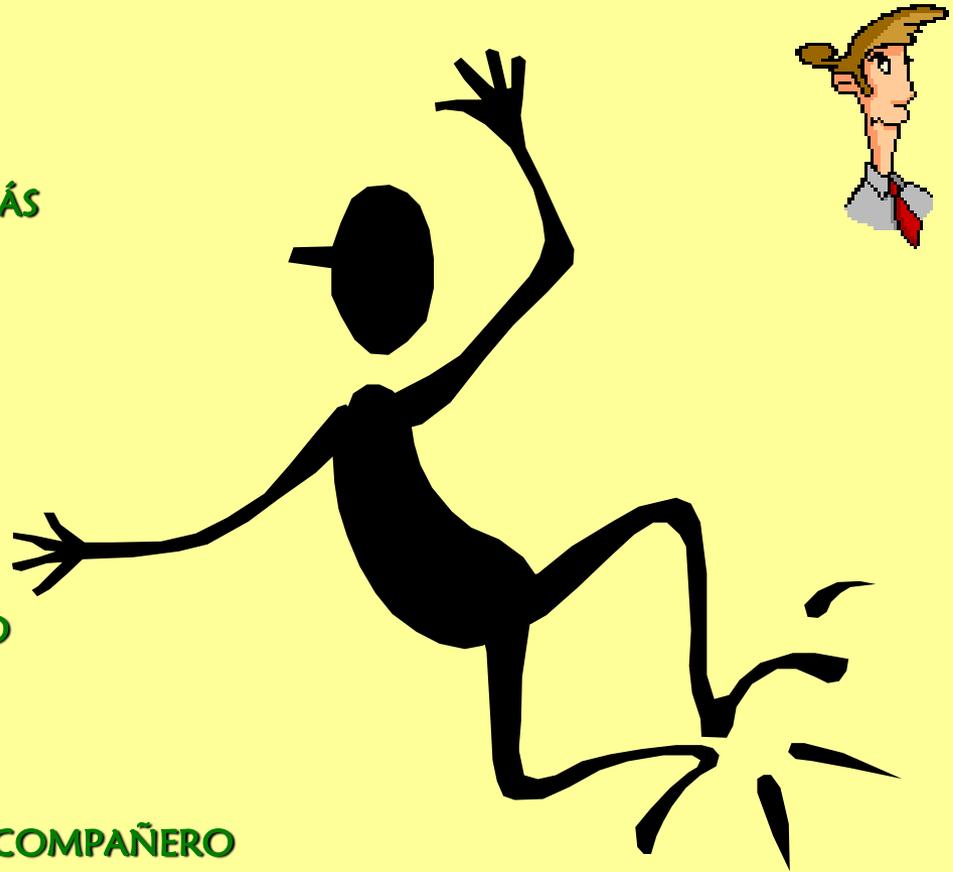
- Tono de voz

- Moderado
- Modulado
- Melódico



DETALLES DE UNA PERSONALIDAD CORRECTA.

- PREFERIR EL BIEN COMÚN
- SER COMUNICATIVO
- PONERSE EN LUGAR DE LOS DEMÁS
- ADAPTARSE
- ACTITUD POSITIVA
- SINCERIDAD
- COMPROMISO Y CUMPLIMIENTO
- TRABAJAR EN EQUIPO
- COMPAÑERISMO O AYUDAR AL COMPAÑERO



COMPORTAMIENTO LABORAL

- **Hacia sus compañeros:**

- Camaradería
- Colaboración
- Respeto
- Sinceridad
- Lealtad
- Honestidad
- Amabilidad
- Simpatía
- Responsabilidad



- **Hacia sus superiores:**

- Seriedad
- Lealtad a la empresa
- Honradez
- Puntualidad
- Respeto
- Compañerismo
- Positivismo
- Iniciativa
- Responsabilidad
- Solucionador de problemas
- Buen trabajador



- **Hacia sus clientes:**

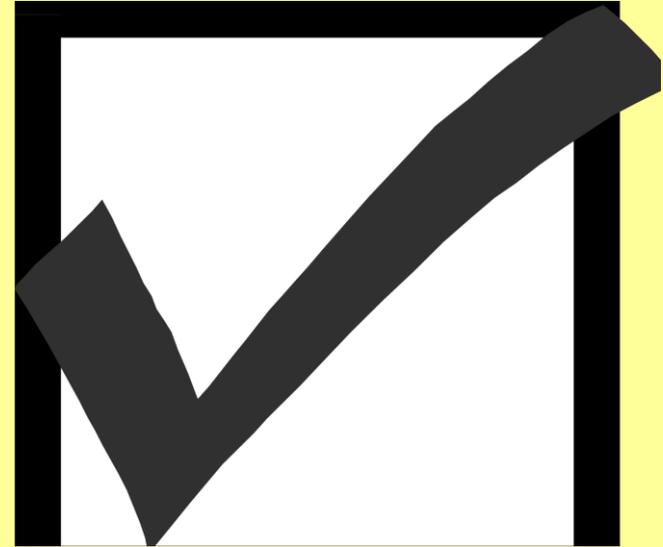
- Cortesía
- Atención personal

- Sonrisa
- Amabilidad

- Comunicación
- Seriedad

- Solucionador de problemas
- Rapidez en el servicio

- Conocimiento del producto
- Honradez



EL TRABAJO EN EQUIPO

- Un equipo de trabajo falla debido a:
 - Individualismo
 - Desconfianza
 - Escasa coordinación
 - Poca motivación
 - Falta de comprensión ante necesidades de otros miembros del equipo.
 - Opacidad de objetivos comunes.
 - Poca cooperación.

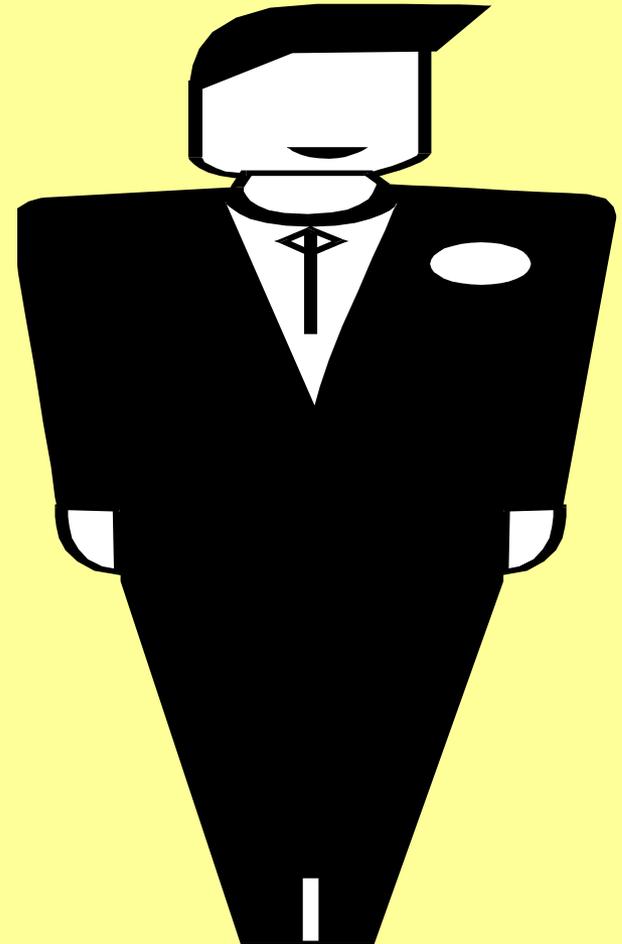


- Un equipo triunfa por:
 - Adecuada formación
 - Actitud profesional
 - Cooperación
 - Confianza mutua
 - Creatividad e innovación
 - Planifica
 - Organiza
 - Controla
 - Mejora continua.



LA HIGIENE PERSONAL.

- Usted es la imagen de su empresa.
- ¿Hay suciedad en su lugar de trabajo? - “¿Cómo será su forma de trabajar?”
- La higiene, potencia la imagen personal y su éxito.
- Usted... Vende ... cuide su imagen.



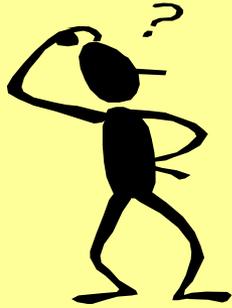
EL PROBLEMA DE RECLAMOS Y QUEJAS

- Los reclamos son manifestaciones del consumidor de disconformidad con los bienes o servicios brindados por el proveedor.
- Las quejas son manifestaciones del consumidor de malestar o descontento con la atención al público brindada por el proveedor.

PARA VENDER ...



- 1) Llama la **A**tención del consumidor
(Acercamiento)
- 2) Genera en el consumidor un **I**nterés
(Presentación)
- 3) Despierta en el consumidor un **D**eseo
vehemente por nuestro producto *(Insistir en la
presentación y abordaje o manejo de las objeciones)*
- 4) Invita al consumidor a que realice la
Acción de comprar *(Cierre)*



Acercamiento:

- + **Mostrar...** Un Afiche, un Catálogo, un Periódico.
- + **Prometer...** Un Resultado, un Beneficio.
- + **Elogiar...** ¡Qué hábil es usted! (*icuidado con mentir!*)
- + **Preguntar...** Sáquele 2 **SI** al cliente, por ejemplo:
 - ¿Le gustaría ser recordado durante muchos años? ... SÍ
 - ¿Le gustaría que lo mencionen como buen ejemplo? ... SÍ

Presentación:

- + **Beneficios** del producto, por ejemplo:
 - Económico,
 - Util,
 - Rendidor.
- + **Facilidad de uso** o maniobra
- + **Aumento de:**
 - Ahorros,
 - Ventas o
 - Ingresos.
- + **Venta de productos relacionados** por ejemplo:
 - Complementarios o
 - Ventas por impulso.



¿OBJECIONES?

- Si es por **Confusión**..... Aclare y Explique
- Si es por **Duda**..... Pruebe y Demuestre
- Si es por **Desventaja**..... Maximice Ventajas
- Si es por **Queja**..... Ofrezca Disculpas



Abordaje o Manejo de objeciones:

- + Desínflelas **Escuchando** al cliente (Evite negar la culpa, Evite bromear, Evite culpar a otros).
- + Transfórmela en **Preguntas** al cliente.
- + Aporte **Referencias** como almohadón amortiguador con testimonios ajenos, por ejemplo: fotos, revistas, folletos.
- + Mantenerse **Calmado** mostrando serenidad.
- + **Descúbralas** tratando de quitar las máscaras, como por ejemplo: es anticuado, es muy costoso, es poco creíble → entonces remarque los atributos del producto.
- + **Úselas** para hacer más tajantes los atributos de mañana.

Cierre:



+ Use **llave maestra** como:
- Pregunte, pregunte →→ Informe, informe.

+ Use **recursos visuales** como:

- Catálogos,
- Fotografías,
- Maquetas,
- Muestras, etc.

+ **Solicite la venta** sin dudarlo y sin temor diciendo: *"... ¿Le facturo dos o tres unidades?"* (cierre por decisión ofreciendo 2 alternativas en el lado positivo).

+ **Lacrar la venta** ofreciendo servicio post-venta como: *"... Le llevamos el producto a su casa sin costo adicional"* y luego invite al cliente a firmar el contrato (cierre por acción).

PROTOCOLO DE ATENCIÓN AL CLIENTE

- Buenos días. Soy Juan Quispe, Representante Colaborador de Comercial Borrero de Piura (***Presentación***).

- Tenemos información sobre usted en el sentido que es una persona muy responsable, que se esfuerza por cuidar a su familia dándoles lo mejor que puede. Dígame ¿Cómo podemos ayudarle en esa noble tarea? (***Evaluación***).

- ¿Qué características tiene lo que está deseando o buscando? (***Evaluación***) Bien gracias.

- Mire usted, tenemos varias clases de productos: nacionales, importados, etc. (Muestre recursos visuales) Dígame ¿Qué clase de producto podría satisfacer sus expectativas? (**Tangibilización**).

- Nuestros productos tienen las siguientes ventajas:

+ Son ofrecidos por una Empresa con muchos años de antigüedad, razón por la cual tiene prestigio y reconocimiento.

+ Tenemos respaldo económico-financiero.

+ Somos una Empresa que contribuye al Bienestar social.

+ La comunidad nos ofrece su aceptación (**Ventajas**).

- El mes pasado hemos vendido más los productos nacionales, a clientes importantes como el Ing. Barry Casas, El Dr. Alejandro Chávez y la Profesora Nancy Siancas, quienes incluso nos pidieron servicios adicionales especiales como: servicio de movilidad y quedaron muy satisfechos, tanto así que nos han recomendado con sus hermanos y amistades cercanas. (**Referencias**).

- Dígame ¿Qué está pensando ofrecerle a sus seres queridos y tal vez pueda ayudarle a quedar bien ante ellos? (**Consultor**).

Roles del Vendedor:

- **Buen oyente** (Se interesa por el cliente: pregunta→escucha→informa)
- **Conocimientos actualizados** (Se capacita permanentemente)
- **Responde positivamente** (Habla con palabras positivas)
- **Ofrece servicio al cliente** (Se muestra atento y servicial)



Veamos ahora como tratar al público empleando PALABRAS POSITIVAS:

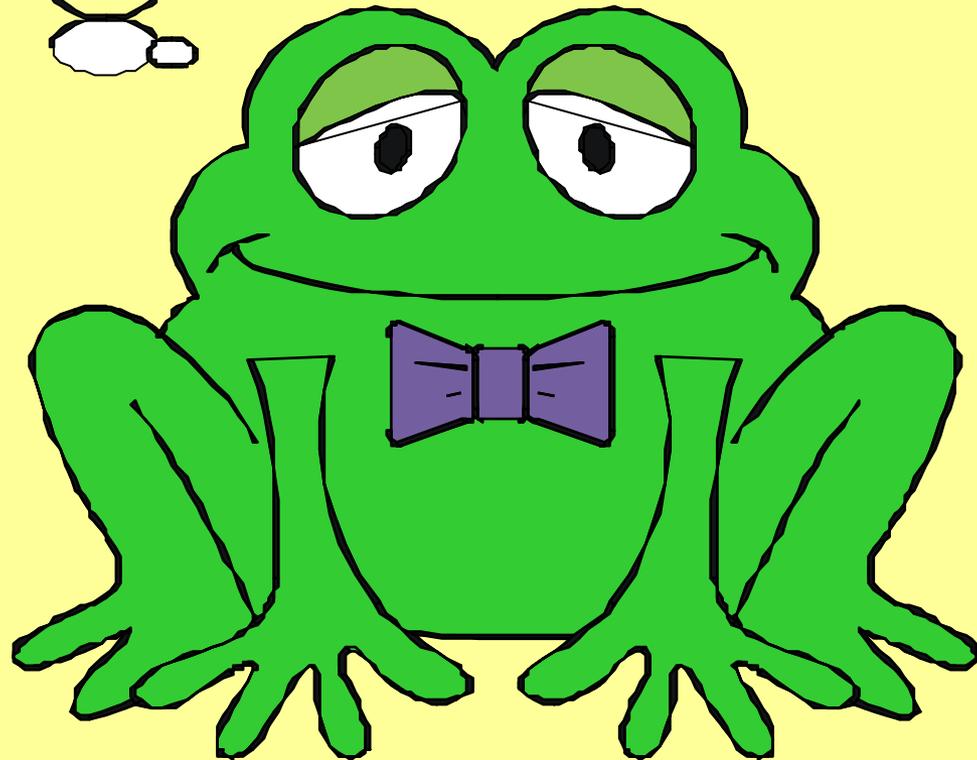
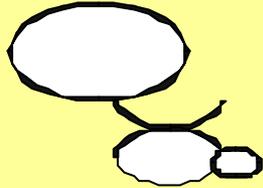
- **U: ¿No está la señorita SUSAN?** (U = Usuario)
 - **T: La señorita SUSAN ha salido.** (T = Trabajador)
- **U: ¿No sabe si demorará?**
 - **T: Lo siento, desconozco si demorará ... ¿prefiere esperarla o dejarle alguna nota para entregarle?**
- **U: La espero**
 - **T: Entonces, espérela en el lado derecho para poder seguir atendiendo a los demás clientes.**
- **U: Gracias ... Muy amable**
 - **T: Un placer servirle.**

Fíjese que el Usuario inicia la conversación con palabras negativas y termina empleando palabras positivas como el Trabajador.

“El Cliente es el centro del negocio...”



**¿Cómo
brindamos buen
servicio?**



PRINCIPIOS DEL SERVICIO EXTRAORDINARIO

CONFIABILIDAD

La capacidad de prestar el servicio prometido con exactitud y seriedad

SORPRESA

La capacidad de brindar el servicio mas allá de lo común o tradicional

RECUPERACION

La respuesta de la empresa a un problema de servicio

EQUIDAD

La promesa del servicio, incluye la promesa implícita de actuar limpio.

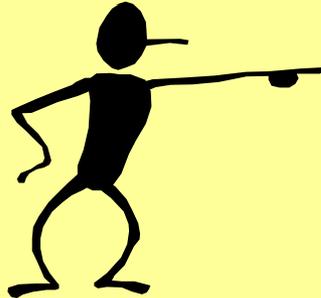
SERVICIO EXTRAORDINARIO

***Nuestra vida sin quejas
ni reclamos, nos privaría
de las oportunidades
para desarrollar nuestras
habilidades y mejorar.***



TIPOS DE CLIENTES

- **EL CRITICÓN:**



- Actúa:

- Busca los defectos y no las virtudes, incluso si son infundados.

- Trato:

- Dele la atención que necesita.
- Muéstrelle las cosas que están bien
- Reaccione con sentido del humor.

- **EL APURADO:**



- Actúa:

- Quiere ser atendido de inmediato, y no entiende que exista más gente en el banco.

- Trato:

- Si no puede atenderle tan rápido como necesita, dé la sensación de atenderlo con rapidez..
- Recorra a su equipo, entre todos pueden.
- Ofrezca y presente la factura una vez termine.

- **EL ESPECIAL:**



- Actúa:

- Siempre quiere algo que no tenemos, pero está dispuesto a pagarlo.

- Trato:

- No hay nada imposible.
- El paga por lo que le gusta.
- Si le satisface, notará su agradecimiento.

- **EL NEGATIVO:**



- Actúa:

- Aún siendo parecido al especial, él solo verá defectos incluso si el trato ha sido bueno.

- Trato:

- No se preocupe en intentar cambiar su actitud, no podrá hacerlo.
- Si se queja, propóngale corregir el problema, en su solución estará el fin de su queja.
- Paciencia.

- **EL TÍMIDO:**



– Actúa:

- Aparentemente se muestra tranquilo y satisfecho, sin embargo, no está disfrutando. Su miedo le impide expresar sus necesidades y en la espera hasta que decide, solo ve defectos.

– Trato:

- Servirle, si sabemos como, es un placer.
- Si lo localiza, esté pendiente de él, de sus gestos, tome la iniciativa.
- Hágale saber que no hay porqué tener miedo.

- **EL «PESADO»:**



– Actúa:

- No se da cuenta de que no puede estar todo el tiempo en sus mesa, entiende que su conversación es amena, y disfruta intercambiando opiniones con Ud...

– Trato:

- No le interrumpa bruscamente, ni le ofenda.
- Escúchele con atención e interrúmpale con educación, excusándose en el servicio a otros clientes.
- Fidelícelo, se puede convertir en un habitual de todos los días.

- **EL ALBOROTADOR:**



- **Actúa:**

- Su carácter no siempre responde a su descontento, más bien a su necesidad de llamar la atención o a sus estado de embriaguez.

- **Trato:**

- Sea firme pero no grosero, muchos ojos le miran.
- Comuníquese con él, en un tono de voz bajo.
- Distraígale, si consigue interesarle, se suavizará.
- No le provoque, es lo que él espera.

- **EL AMIGABLE:**



- **Actúa:**

- Fomenta su vocación de servicio. Con él uno se siente como en casa. El lo está disfrutando, Ud... también. Será educado y agradecerá su servicio.

- **Trato:**

- Amistad no significa exceso de confianza, él es todavía el cliente.
- Preste más atención si cabe, es un habitual en potencia y nuestro mejor canal de distribución.
- El 95% de los clientes se comportan como él.

- **EL DESPISTADO:**



– Actúa:

- Es el típico personaje de película, sus gestos y actos delatan su personalidad.

– Trato:

- Póngase en su lugar y trátelo cortésmente.
- Ayúdelo a no perder la ubicación, dele información.
- Facilite que se relaje.

- **EL EXIGENTE:**



– Actúa:

- Ha visto mucho mundo y sabe lo que paga, probablemente le de instrucciones de cómo son las cosas.

– Trato:

- Aprenda de él.
- Sus caprichos, son el nivel de servicio del sector, compare su operación con otras.

- **EL INDECISO:**



- Actúa:

- No acaba de tomar partido por algo, constantemente cambia de opinión.

- Trato:

- Paciencia y tiempo, pero no lo abandone.
 - Analice y sugiera, a veces la respuesta está a la vuelta de la esquina.
 - Si ya es demasiado tarde, hágaselo ver

- **EL DESCONTENTO:**



- Actúa:

- Lamentablemente siempre hay alguien que no ha disfrutado. Se quejará a quién sea para que su problema se solucione.

- Trato:

- Averigüe el problema y repítalo en voz alta.
 - Solúciónelo, incluso si no es cierto.
 - Pero por favor, solúciónelo, a veces basta con una disculpa.

TÉCNICA PARA MANEJAR QUEJAS Y RECLAMOS

- **MANTENERSE CALMADO:**
 - Deja de hacer lo que estás haciendo.
 - Dirige tu cuerpo hacia el cliente.
 - Míralo a los ojos.
 - Dile: ¿en qué le puedo ayudar?

TÉCNICA PARA MANEJAR QUEJAS Y RECLAMOS

- **OIR CON EFICACIA:**
 - Míralo a los ojos mientras el cliente explica su queja.
 - Asiente, cuando ya le entendiste.

TÉCNICA PARA MANEJAR QUEJAS Y RECLAMOS

- **TRATAR CON EMPATÍA:**

- Dile: comprendo cómo se siente, a mí también me ha sucedido lo mismo y sé lo que se siente.

TÉCNICA PARA MANEJAR QUEJAS Y RECLAMOS

- **DISCULPARSE:**

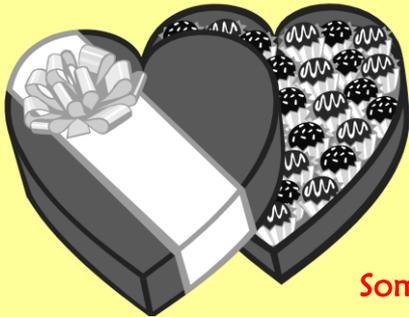
- Dile: Discúlpenos por el mal momento que le hemos generado.

TÉCNICA PARA MANEJAR QUEJAS Y RECLAMOS

- **OFRECER SOLUCIÓN:**
 - **Solución Indirecta** → Acompañar al cliente hasta la oficina del decisor para que resuelva la queja o reclamo.
 - **Solución Directa** → Ofrecer al cliente lo que pide (devolución del dinero, cambio del producto), según la política de la empresa.

PASOS DE LA ACOGIDA AL CLIENTE

Reciba al cliente con una sonrisa



Somos vendedores de felicidad:

- Vendemos un estado de ánimo.
- Vendemos una experiencia positiva.

Muéstrese espontáneo y dispuesto

Sea amable y cortés

SÍ PUEDO

R E S U M E N

- Vender es un arte y requiere capacitación para recordar que la clave es la satisfacción del cliente.
- Las quejas mal manejadas pueden generar denuncias que generen multas.
- Existen nuevas formas de manejar quejas y reclamos.
- El manejo de quejas y reclamos comprende: mantenerse calmado, oír con eficacia, tratar con empatía, disculparse y ofrecer una solución.



**por su
atención ...**



Atrévete a ser mejor cada día