



Nivel 3



**Cofinanciado por
la Unión Europea**

Financiado por la Unión Europea. Las opiniones y puntos de vista expresados solo comprometen a su(s) autor(es) y no reflejan necesariamente los de la Unión Europea o los de la Agencia Ejecutiva Europea de Educación y Cultura (EACEA). Ni la Unión Europea ni la EACEA pueden ser considerados responsables de ellos.

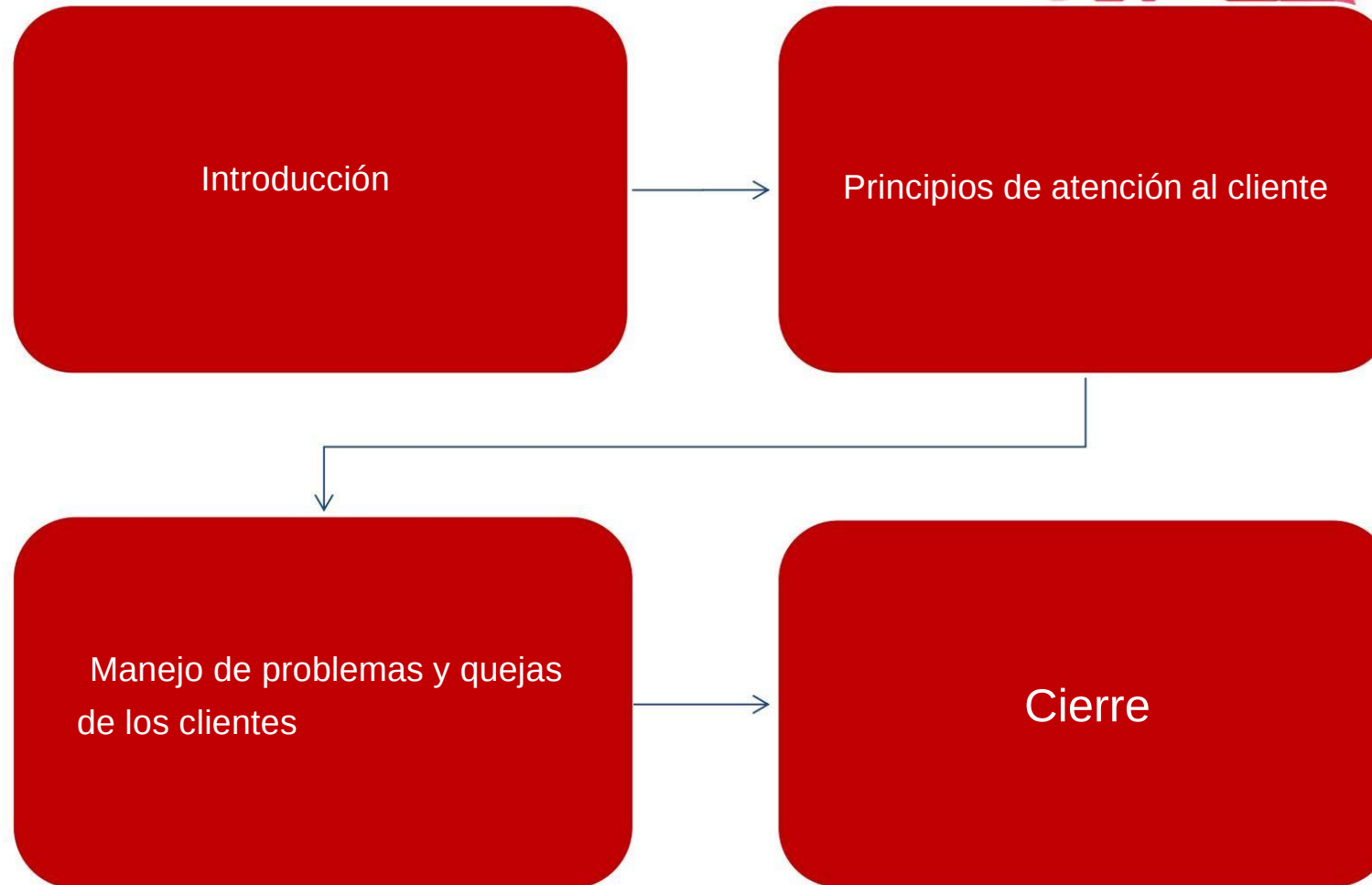
WA7: Visitantes/Servicio al cliente

3.13 Ser capaz de atender a los clientes de acuerdo con los principios organizacionales

LO3.51 Demostrar comprensión de los principios de atención al cliente, así como la capacidad de aplicarlos de acuerdo con los principios organizacionales. Ser capaz de adoptar un comportamiento adecuado a las necesidades del cliente. Ser capaz de resolver los problemas y quejas de los clientes siguiendo los métodos y herramientas adoptados por la organización.

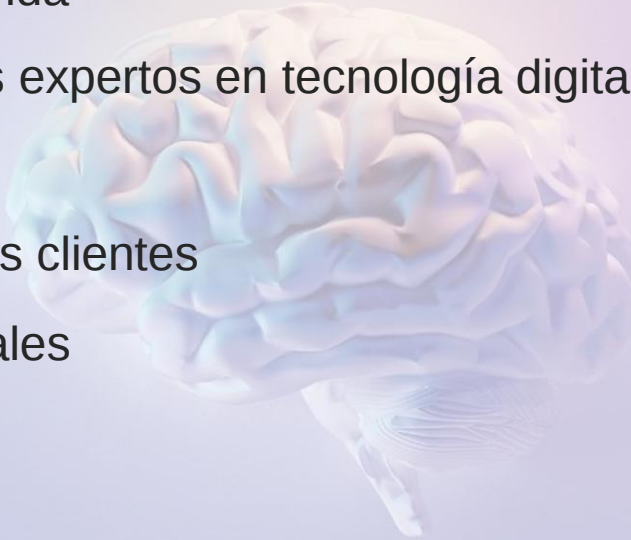


Mapa de ruta



Los desafíos de los tiempos modernos

- Competencia
- El cliente irá donde mejor se le atienda
- Cumplir con las expectativas de los expertos en tecnología digital
- clientes
- Manejo del volumen de datos de los clientes
- Manejo del auge de las redes sociales
- Abordar las preocupaciones sobre ciberseguridad
- Mantenerse al día con las preferencias cambiantes de los clientes
- Capacitación y reentrenamiento de los representantes de servicio al cliente



¿Cuáles son los tipos de servicio al cliente?

Tipos de atención al cliente

Un mal servicio es cuando el trato que recibimos está por debajo de nuestras expectativas

Un buen servicio es cuando el trato que recibimos supera nuestras expectativas

Qué nos compran los clientes

Los clientes compran

- Calidad
- Valor
- Conveniencia
- Confianza
- Innovación
- Servicio

Necesidades y expectativas

Necesidades

- Son la razón por la que los clientes Ven a nosotros
- Por el servicio técnico

Expectativas

- Son lo que al cliente le gustaría tener más
- Satisfacción del cliente
- “Dimensión humana” del cliente servicio

Cuatro niveles de calidad en el servicio al cliente

- 
1. Insatisfactorio
 2. Cumplimiento de las expectativas del cliente
 3. Servicio al cliente excepcional
 4. Superación de las expectativas del cliente

Actitudes erróneas hacia el cliente

- Ignorar solicitudes de servicio
- No resolver un problema
- Largos tiempos de espera

- Escaso conocimiento de los empleados
- Falta de modales y etiqueta

Principios de atención al cliente

- 
- Accesibilidad
 - Profesionalismo
 - Respeto
 - Empatía
 - Capacidad de respuesta
 - Transparencia
 - Flexibilidad
 - Gratitud
 - Mejora continua

- Accesibilidad

- Los clientes deben poder comunicarse fácilmente con la organización a través de múltiples canales.

- Profesionalismo

- Las organizaciones deben mantener un alto nivel de Profesionalismo en sus interacciones con los clientes

- Respeto

- Tratar al cliente con cortesía, paciencia y profesionalismo.

- Empatía

- Comprender y reconocer las necesidades y sentimientos del cliente y responder con compasión y cuidado.

Principios de atención al cliente

- **Capacidad de respuesta**
 - Ser atento y rápido en la atención al cliente.
Solicitudes, inquietudes y preguntas
- **Transparencia**
 - Proporcionar información clara y honesta sobre los productos,
Servicios, políticas y procedimientos

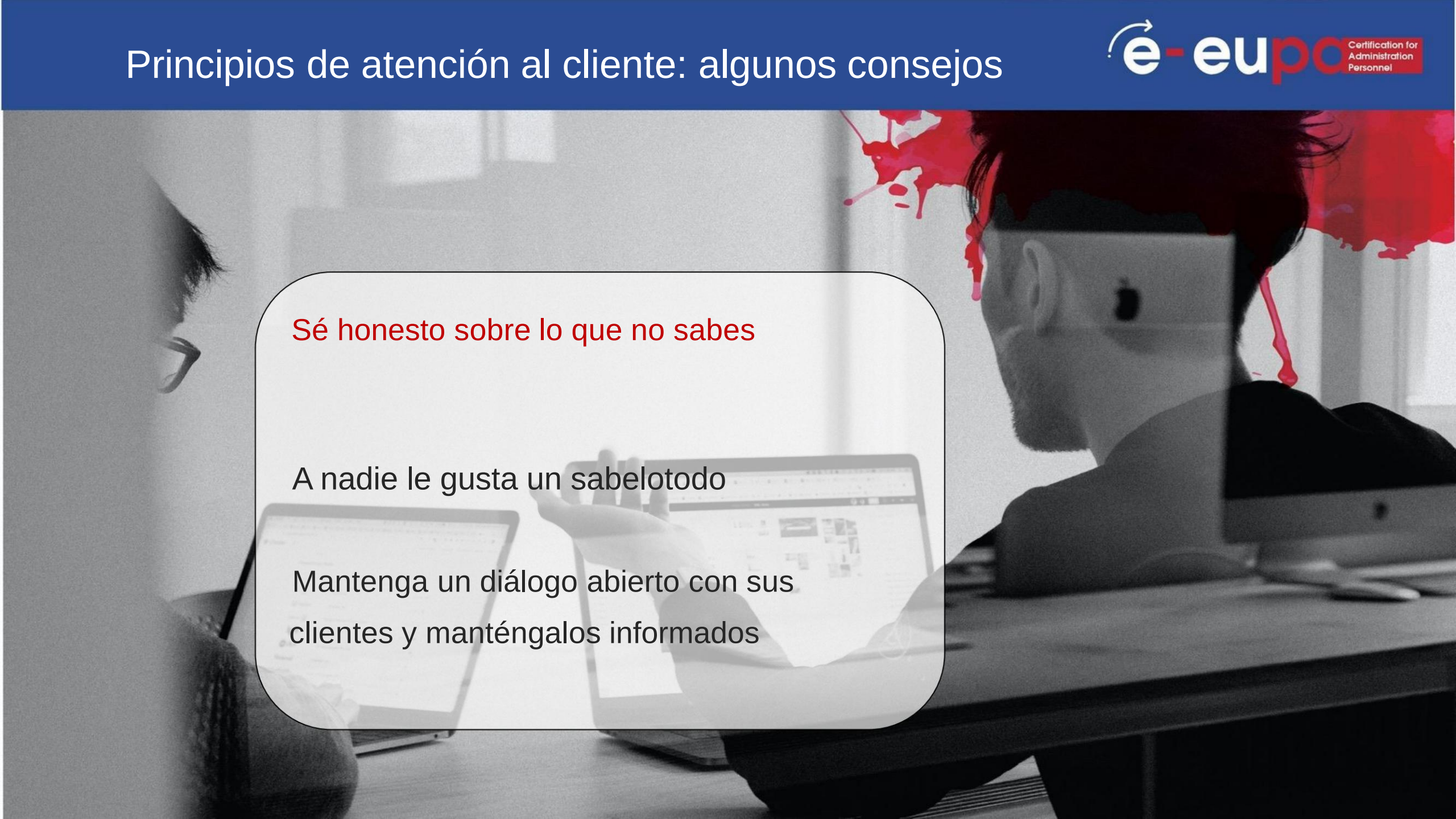
Principios de atención al cliente

- **Mejora continua**

- Las organizaciones deben buscar mejorar continuamente su servicio al cliente.

- **Personalización**

- Las organizaciones deben esforzarse por personalizar sus interacciones con clientes



Sé honesto sobre lo que no sabes

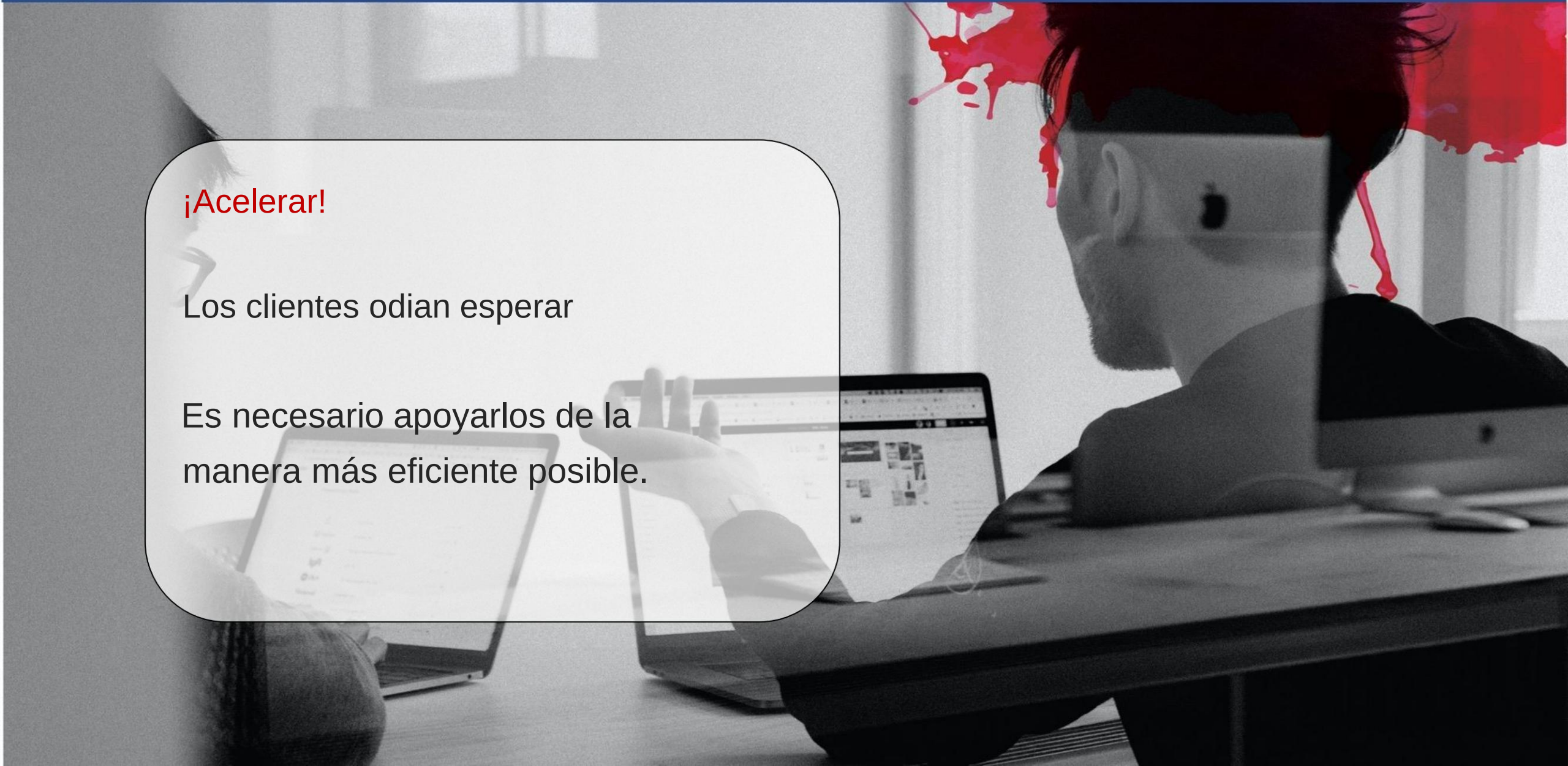
A nadie le gusta un sabelotodo

Mantenga un diálogo abierto con sus
clientes y manténgalos informados

¡Acelerar!

Los clientes odian esperar

Es necesario apoyarlos de la
manera más eficiente posible.

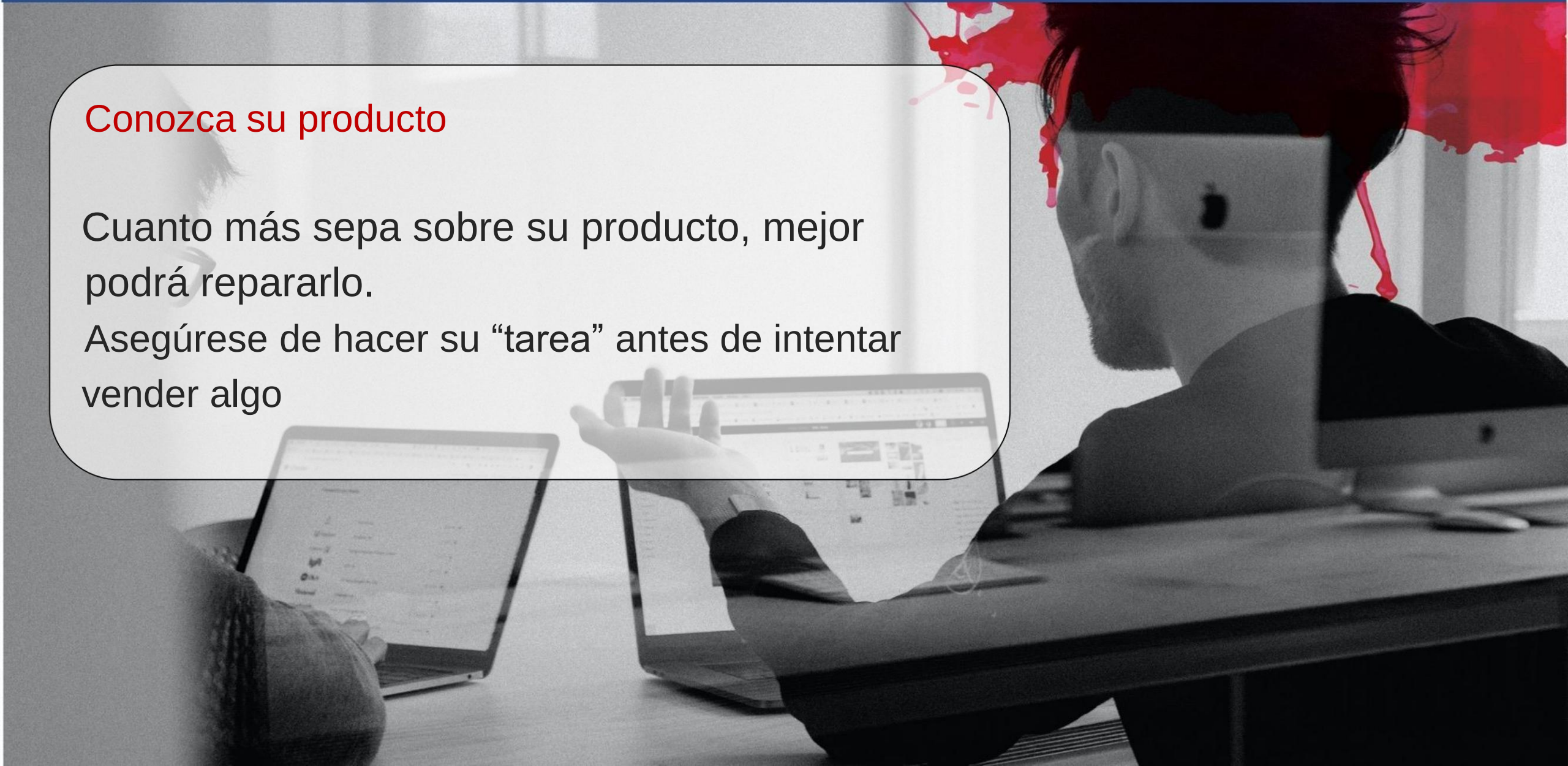


Principios de atención al cliente: algunos consejos

Conozca su producto

Cuanto más sepa sobre su producto, mejor podrá repararlo.

Asegúrese de hacer su “tarea” antes de intentar vender algo



Importancia de la atención al cliente

- Retener clientes
- Atraer nuevos clientes
- Construir una reputación positiva
- Aumentar las ventas
- Mejorar la retroalimentación de los clientes
- Mejorar la lealtad de los clientes



Principios de atención al cliente - Matching

E-EUPA_LO_3.51_M_001

Comunicarse con los clientes: dos habilidades clave

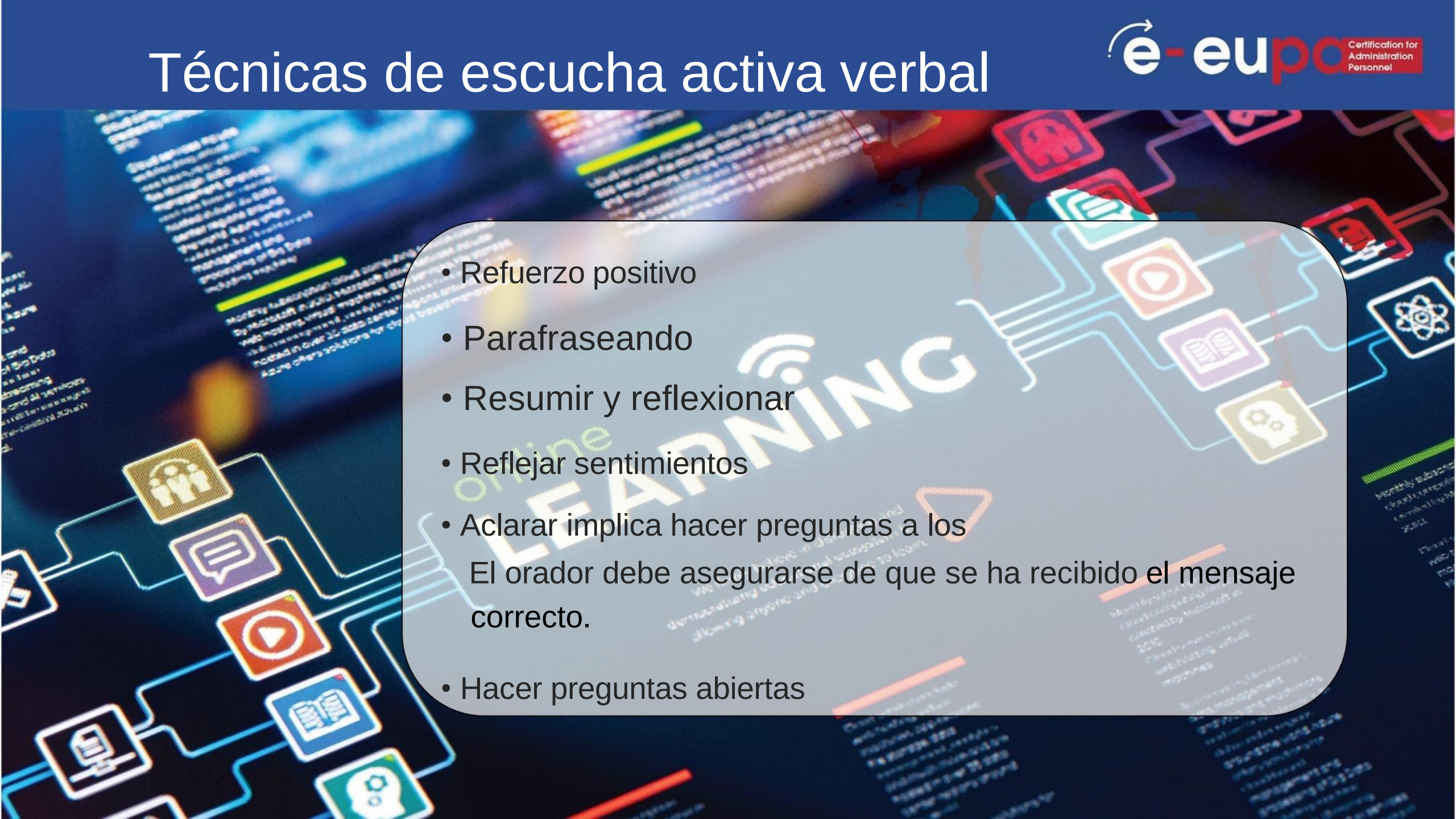
Escucha activa

Una forma de escuchar y responder a un cliente que mejora el entendimiento mutuo.

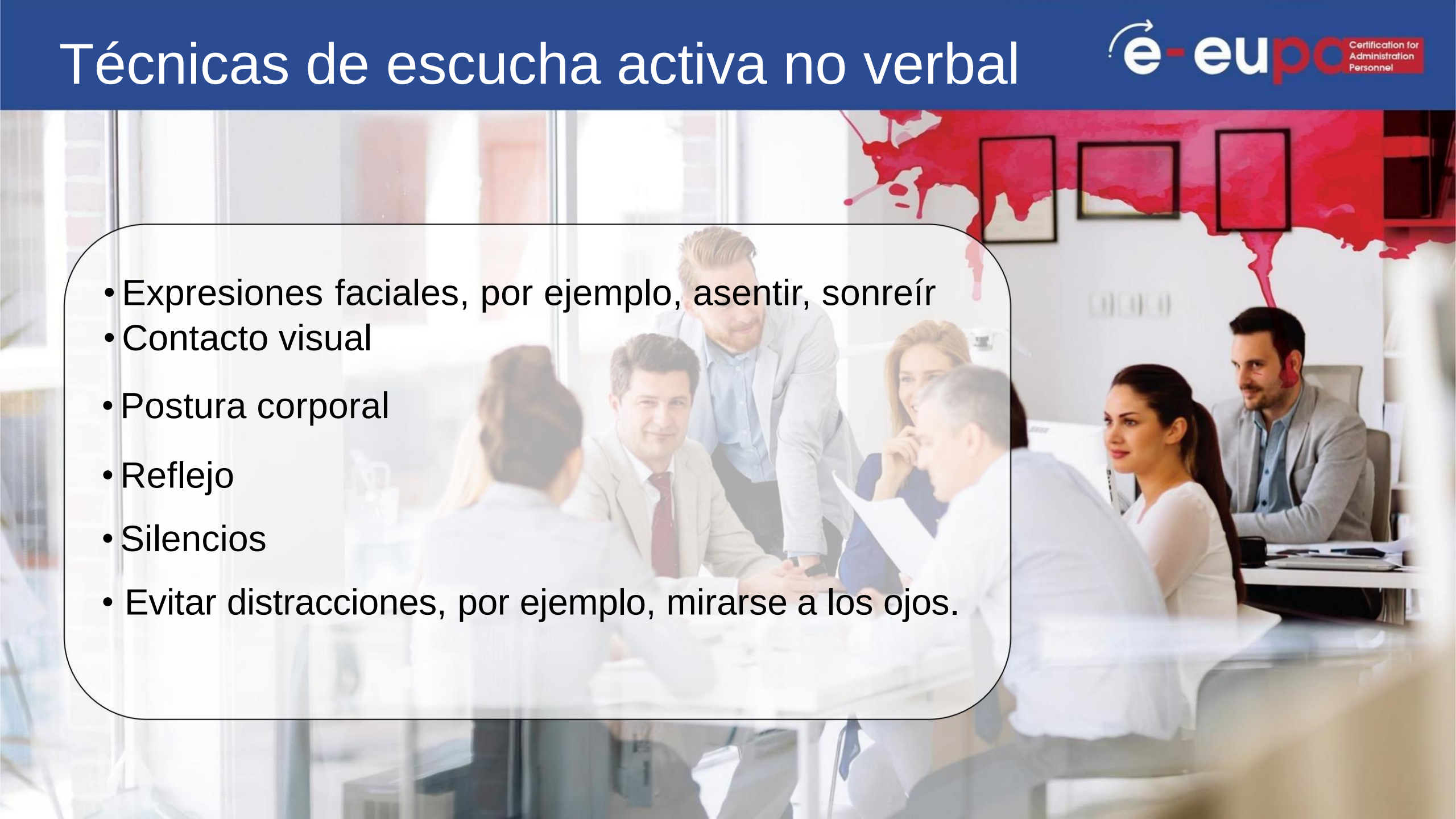
Empatía

La capacidad de comprender lo que sienten los clientes, ver su punto de vista e imaginarse estar en su lugar.

Técnicas de escucha activa verbal

- 
- Refuerzo positivo
 - Parafraseando
 - Resumir y reflexionar
 - Reflejar sentimientos
 - Aclarar implica hacer preguntas a los
El orador debe asegurarse de que se ha recibido el mensaje correcto.
 - Hacer preguntas abiertas

Técnicas de escucha activa no verbal

- 
- Expresiones faciales, por ejemplo, asentir, sonreír
 - Contacto visual
 - Postura corporal
 - Reflejo
 - Silencios
 - Evitar distracciones, por ejemplo, mirarse a los ojos.

Escucha activa: Fallo en el servicio

Cuando se producen averías en el servicio

- Reconocer el problema
- Escuchar activamente
- Asumir la responsabilidad
- Ofrecer opciones
- Realizar seguimiento



La escucha activa en la atención al cliente

La escucha activa es importante

- No podemos comprender las necesidades de nuestros clientes.
- Incluso si conociéramos sus necesidades, nunca sabremos si estamos satisfaciendo esas necesidades.
- En caso de problemas/quejas/feedback no podremos conocer el problema de nuestro producto/servicio.
- Posteriormente, no podremos solucionar los problemas.

Escucha activa en la atención al cliente II

Mejorar la satisfacción del cliente

Comprender las necesidades del cliente

Construyendo confianza

Demostrando profesionalismo

Resolver problemas de manera eficaz



La escucha activa en la atención al cliente: La particularidad



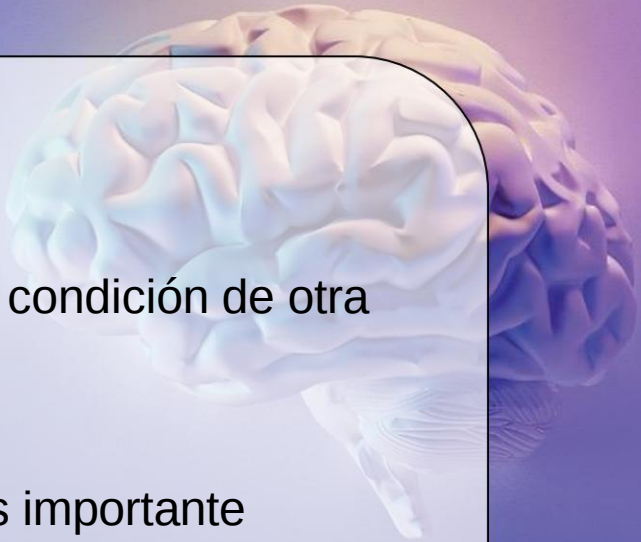
Escuche la información clave
Escuche los sentimientos
clave y demuestre empatía.
Entender sus necesidades reales

Escuche a sus colegas y clientes

Es la experiencia de comprender la condición de otra persona desde su perspectiva.

La empatía en el lugar de trabajo es importante

Comunicación, colaboración y
resolución de problemas más efectivas, etc.



Empatía con el cliente: ¿Cómo?

Evaluando la situación

“¿Hay algo que pueda hacer por usted?”

“¿Puedes contarme un poco más,
por favor?”

Aclarando la situación

“Quiero asegurarme de que realmente
entiendo lo que me estás diciendo”

Tranquilizar al cliente

“Tienes toda la razón”

Proporcionando una sensación de inmediatez

“Puedo ver dónde está el problema”



Empatía con el cliente: ¿Cómo?

Asumiendo un compromiso

“Me pondré en contacto con usted tan pronto como tengamos una actualización”

Mantener relaciones sólidas con los clientes

“Recientemente he tenido un problema similar, por lo que entiendo lo que dices. Déjame ver qué puedo hacer para ayudarte”.

Cierre

“Su satisfacción es lo más importante para nosotros. ¿Hemos cubierto todo lo que quería comentar hoy?”



Herramienta metodológica II



Desarrollar y expresar empatía E-
EUPA_LO_3.51_M_002

Cuando un colega expresa frustración con un proyecto

Ofrecer apoyo y estímulo

Si un miembro del equipo está pasando por una lucha personal

Muestre empatía ofreciéndose a ayudarlos con su carga de trabajo.

Al proporcionar retroalimentación a un compañero de trabajo

Equilibre las críticas constructivas con comentarios positivos y reconozca sus esfuerzos.

Herramienta metodológica III



Fomentar las relaciones interpersonales en
el lugar de trabajo

E-EUPA_LO_3.51_M_003

El valor de la empatía

El servicio al cliente no siempre puede brindar soluciones, pero siempre puede brindar empatía.

Al ponerse en el lugar del cliente, también obtiene un contexto que le ayuda a realizar su trabajo.

Empatía en la atención al cliente II

La empatía se puede enseñar

Utilice el producto

Los grupos focales, las visitas a los clientes o las visitas in situ de los clientes también son excelentes formas de ver a través de los ojos de un cliente.

Comparte tus mejores historias de éxito

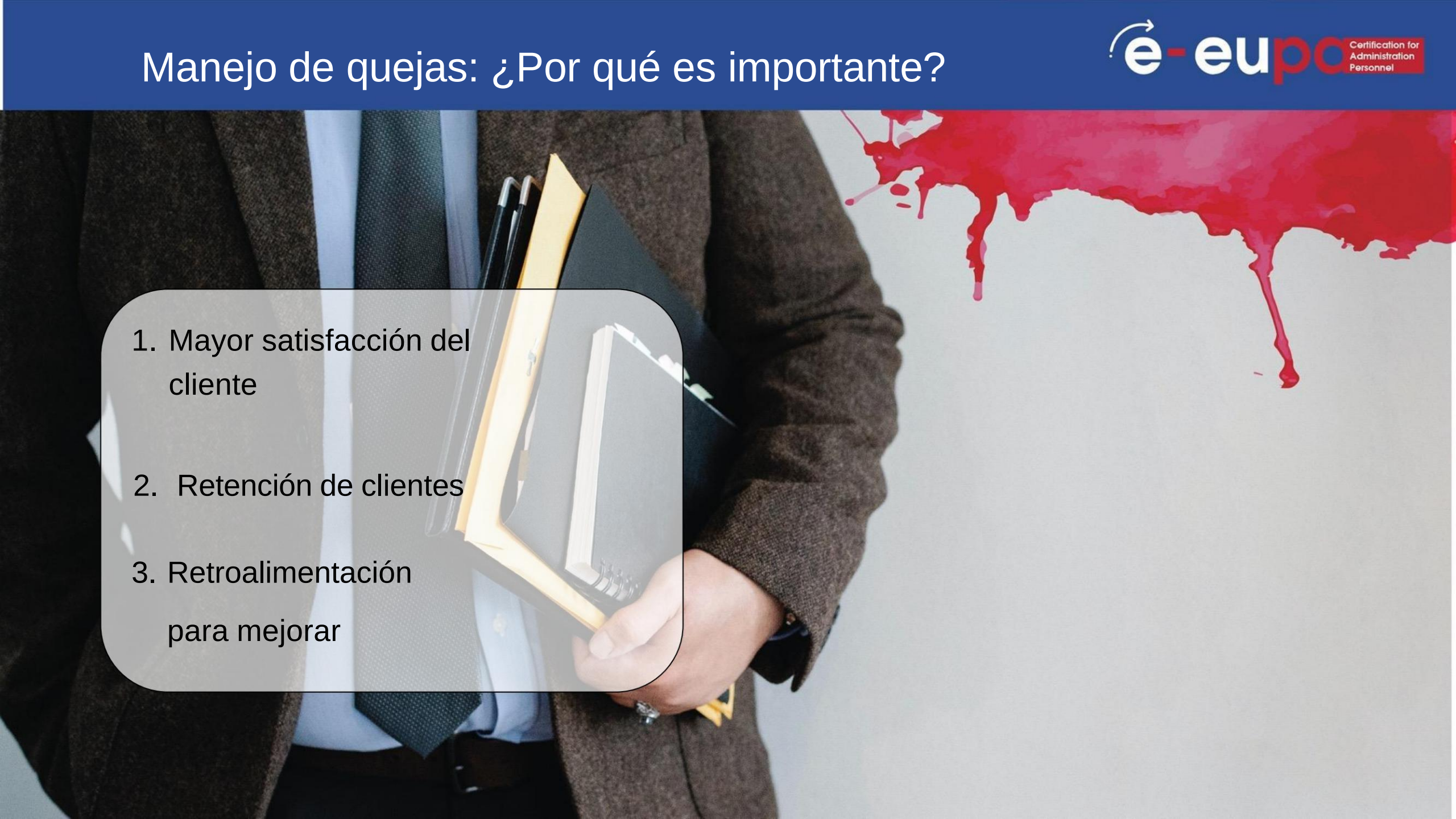
Escuchar es otro elemento fundamental para la empatía.

Herramienta metodológica IV

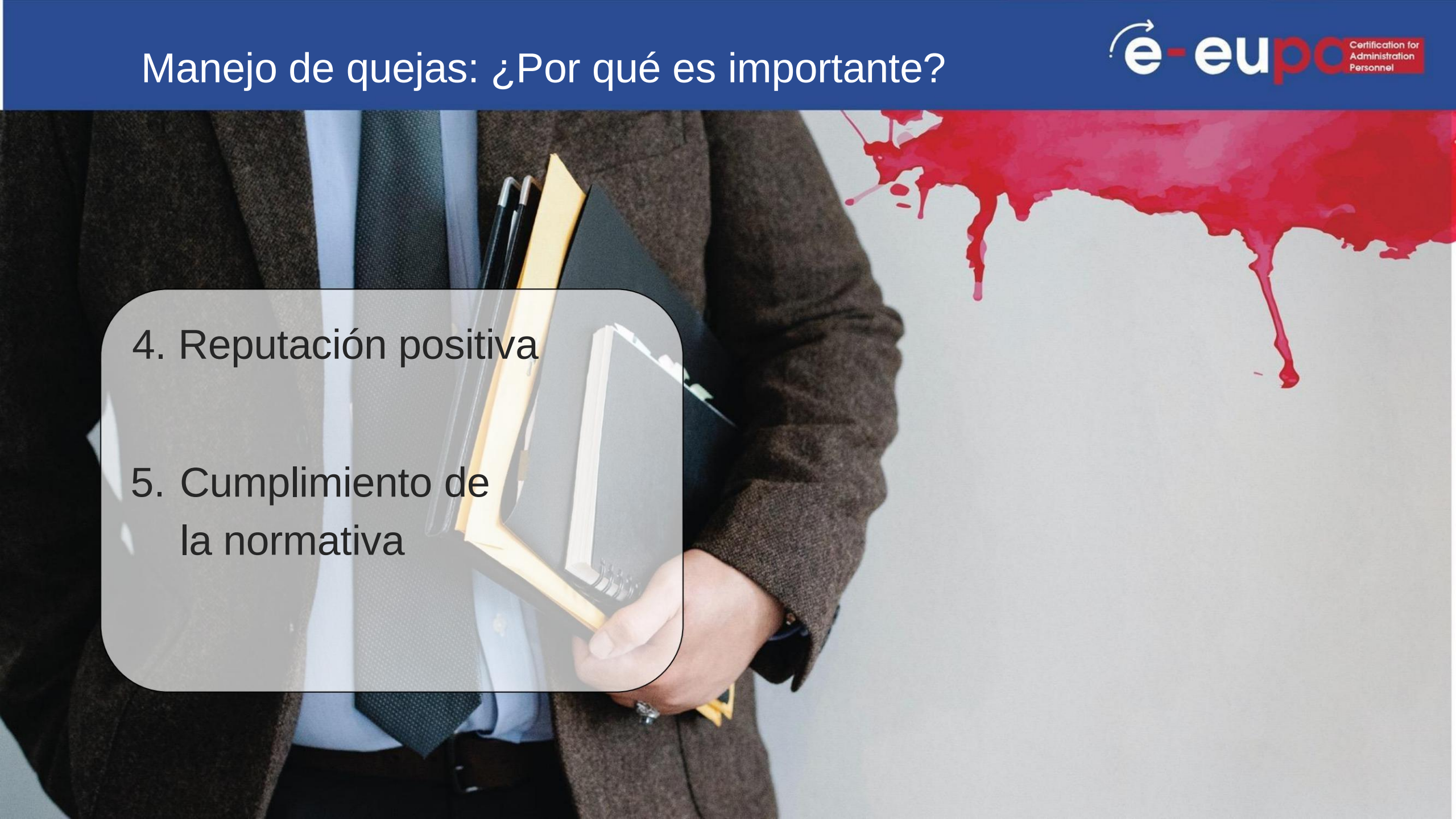


Buenas y malas prácticas en materia de
empatía en la atención al
cliente E-EUPA_LO_3.51_M_004

Manejo de quejas: ¿Por qué es importante?

- 
1. Mayor satisfacción del cliente
 2. Retención de clientes
 3. Retroalimentación para mejorar

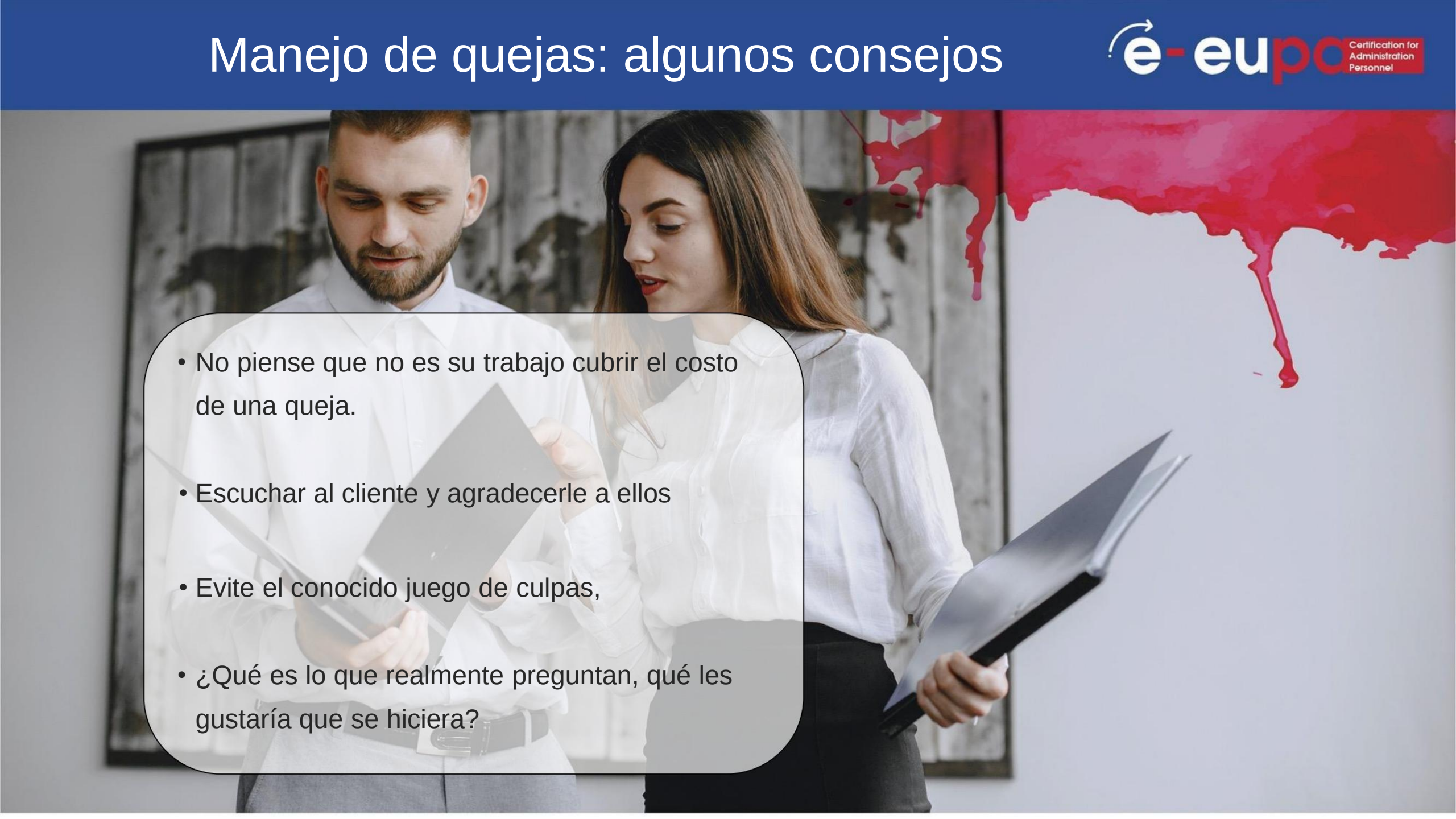
Manejo de quejas: ¿Por qué es importante?



4. Reputación positiva

5. Cumplimiento de
la normativa

Manejo de quejas: algunos consejos

- 
- No piense que no es su trabajo cubrir el costo de una queja.
 - Escuchar al cliente y agradecerle a ellos
 - Evite el conocido juego de culpas,
 - ¿Qué es lo que realmente preguntan, qué les gustaría que se hiciera?

Manejo de quejas: algunos consejos

- Resuelva el problema de inmediato
- Compensar completamente
- Verifique nuevamente que se hayan tomado todas las acciones necesarias para resolver el problema.
- Úselo como una oportunidad para mejorar

Cómo tratar las quejas de los clientes

- Las quejas de los clientes deben tomarse en serio y gestionarse con prontitud.

Al gestionar las quejas de manera eficaz, las empresas:

- puede mejorar la satisfacción del cliente y lealtad
- proteger su reputación
- identificar oportunidades de mejora continua

Herramienta metodológica V



Tratamiento de reclamaciones de
clientes E-EUPA_LO_3.51_M_00

Acknowledge the customer's issue



3

Empathize





Herramientas metodológicas VI



Mal servicio al cliente E-
EUPA_LO_3.51_M_006

Pregunta 1

- ¿Puede enumerar los principales principios de atención al cliente?

Pregunta 2

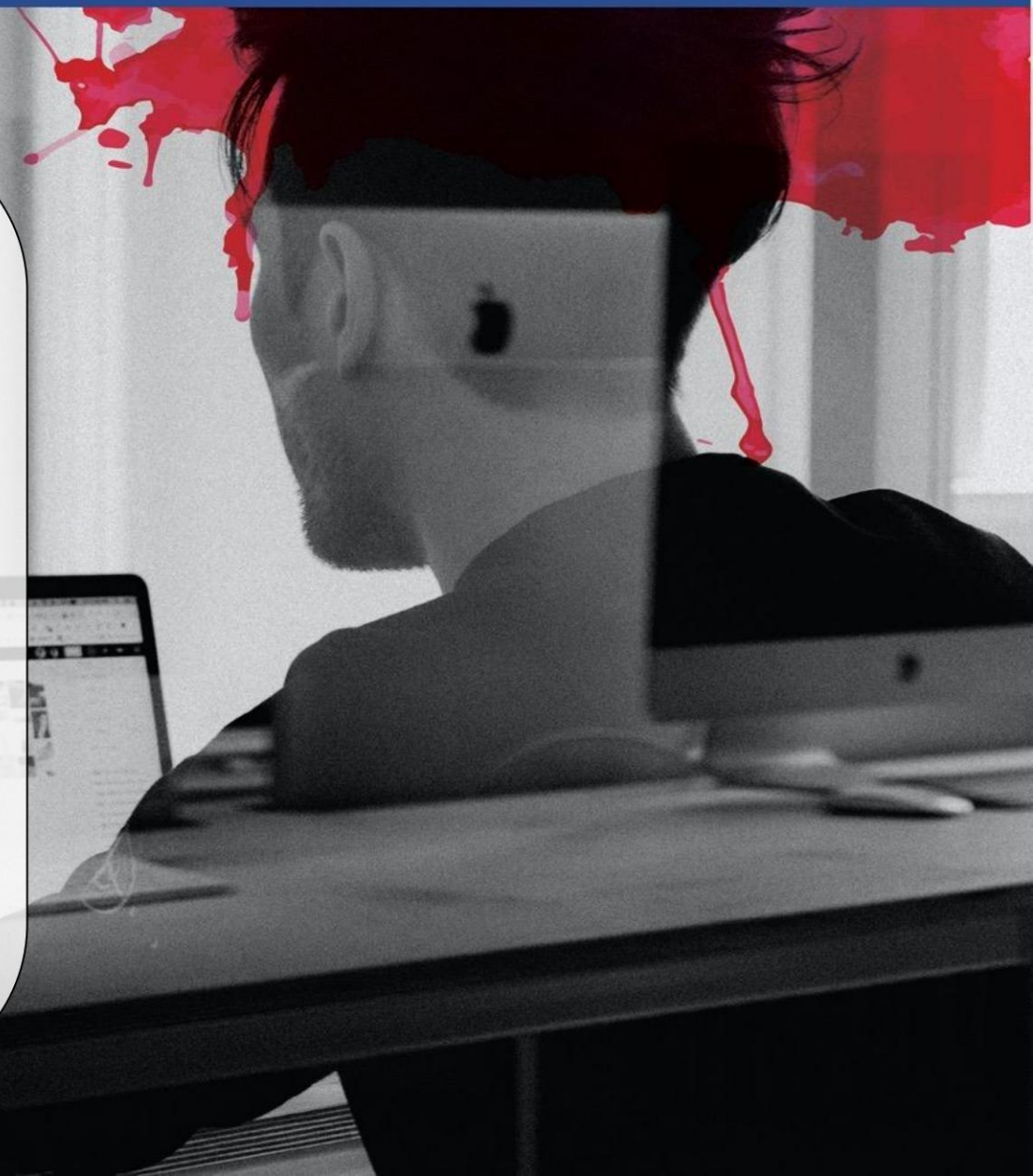
- ¿Cuál es la mejor manera de abordar las quejas de los clientes?

Principios de atención al cliente:

- Enfoque centrado en el cliente
- Comunicación eficaz
- Empoderamiento de los empleados
- Mejora continua
- Profesionalismo

Habilidades clave de comunicación:

- Escucha activa
- Empatía



¡BIEN HECHO!



Has completado la Unidad 3.13



**Cofinanciado por
la Unión Europea**

Financiado por la Unión Europea. Las opiniones y puntos de vista expresados solo comprometen a su(s) autor(es) y no reflejan necesariamente los de la Unión Europea o los de la Agencia Ejecutiva Europea de Educación y Cultura (EACEA). Ni la Unión Europea ni la EACEA pueden ser considerados responsables de ellos.

