ATENCIÓN A LA CLIENTELA

Cómo usar tus dotes de seducción

Silvia Conde, ***Consultora de Enciende tu Brillo***

Vivero de Carabanchel. 1 de marzo de 2016

PROGRAMA

* Importancia de la atención a la clientela
* Tipos de clientela
* Habilidades de Comunicación: verbal y lenguaje corporal
* Habilidades de Relación: empatía, escucha activa, el arte de preguntar
* Gestión Emocional: autocontrol

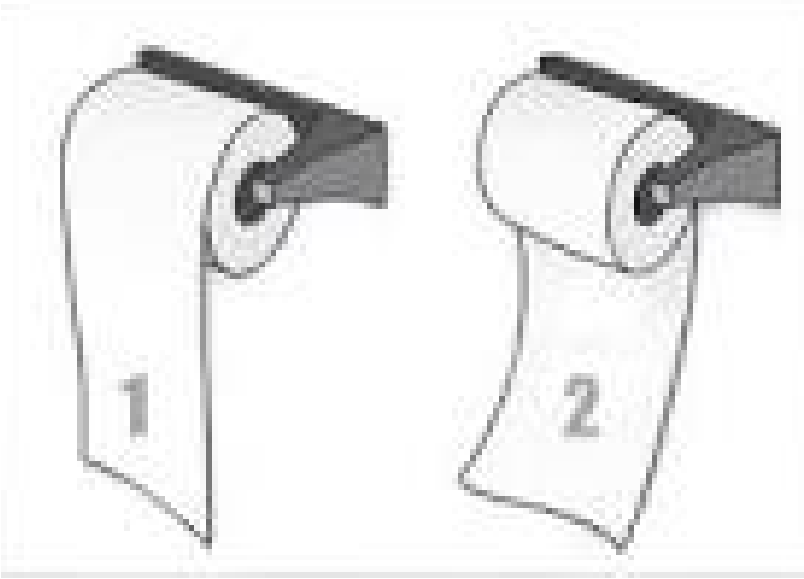
REFLEXIONA SOBRE TU ESTILO

- ¿Cómo es tu atención?
- ¿Qué la caracteriza?
- ¿Qué importancia tiene?

PIENSA SOBRE TU ESTILO

- ¿Tienes un método?
- ¿De quién aprendiste?
- ¿Cómo eres como cliente?

QUÉ ES LO CORRECTO



- Es algo muy personal
- Lo que funciona
- Una guía de reglas mínimas

DATOS

Según estudios la clientela se pierden por:

1 % muerte 3 % se mudan

5 % se van a la competencia

9 % se mueven por **precios**

14 % **mala calidad**

68 % Por la indiferencia y la mala atención

Fuente: http://mercadeoglobal.com/blog/porque-se-pierden-los-clientes/

CALIDAD Y EXCELENCIA

La **CALIDAD es** el resultado de:

- la VALORACIÓN que la clientela hace,
- tras **comparar** el servicio o producto

- que **ESPERABA** recibir
- con el que PERCIBEN como **recibido.**

CALIDAD Y EXCELENCIA

* La **EXCELENCIA** es aquello que aporta **VALOR AÑADIDO**

*"Y es lograr **lo mejor** dentro de **lo posible***

*en cada **momento** y **lugar".***

Atención a la Clientela. Vivero de Carabanchel. 1 de marzo 2016

CALIDAD Y EXCELENCIA

* ¿Qué se necesita para dar ambas cosas?
    * **¿Qué quieres dar tú?**
        * **¿A quién?**
        * **¿Cuándo?**
        * **¿Cómo?**

LA CONFIANZA

La confianza es el principal ingrediente

er dice:

$$\text{Confianza} = \frac{\text{Credibilidad} + \text{Confiabilidad} + \text{Intimidad}}{\text{Auto-orientación}}$$

FÓRMULA DE LA CONFIANZA

- CREDIBILIDAD: lo que dice es verdad y sabe sobre el tema.

- **CONFIABILIDAD**: lo que dice se ve respaldado por sus acciones.
- **INTIMIDAD**: sensación de seguridad que nos transmite una persona.

- **AUTO-ORIENTACIÓN**: lo que piensa la persona en su propio beneficio y no en el mío.

HERRAMIENTAS PARA HACER AMIGOS

Aportaciones de D.Carnegie:

a) Cómo TRATAR: interés y sinceridad; eliminar críticas y quejas.

b) Cómo AGRADAR: sonreír, usar lo que sabes de ella, escuchar, hablar de sus intereses y hacer que se sienta importante.

CÓMO HACER AMIGOS

c) Sé LÍDER: pregunta, elogia, dala una buena reputación, haz que esté satisfecha de hacer lo que sugieres.

b) Haz que PIENSE como tú: **evita discusiones, respeta, admite tus errores, intenta ver las cosas desde su mirada, permite que crea que es su idea.**

PRINCIPIOS DE LA ATENCIÓN A LA CLIENTELA

1. **La clientela que ya tienes es la primera.**
2. **No hay nada imposible, todo se puede intentar.**
3. **Promete sólo lo que puedes cumplir.**
4. **Para la clientela tú marcas la diferencia.**
5. **El trabajo en equipo: si un parte falla se cae el conjunto.**
6. **Un/a empleado/a insatisfecho genera clientela insatisfecha.**
7. **Por muy bueno que sea un servicio o producto, siempre se puede mejorar.**
8. **Para una buena atención se necesita: formación, actitud y motivación.**

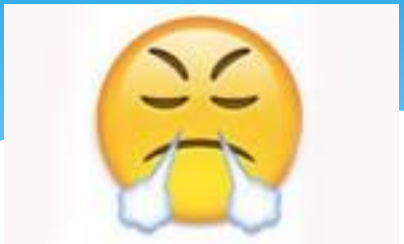
CONDICIONES

1. Si no se **cuida lo básico**, de nada sirven los detalles y extras.
2. **Seguridad:** cero riegos, cero peligros y cero dudas en el servicio.
3. **Credibilidad** con un ambiente de confianza y veracidad.
4. **Información** con un lenguaje sencillo y comprensible.
5. **Accesibilidad** en las vías de contacto.
6. **Profesionalidad** de todos como un equipo**.**
7. Capacidad de **respuesta.**
8. **Fiabilidad:** ejecutar el servicio sin problemas.
9. **Elementos tangibles**: buenas condiciones en las instalaciones físicas, los equipos, las comunicaciones, etc.

TIPOS DE CLIENTELA

Atención a la Clientela. Vivero de Carabanchel. 1 de marzo 2016

DISCUTIDORA, ENFADADA U OFENSIVA



Formas de manejar la situación:

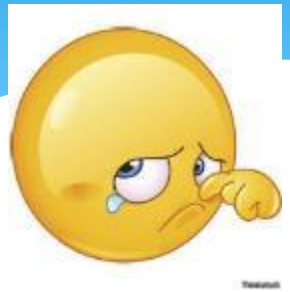
- DISCUTIDOR/A: hablar suave pero firme, pedir su opinión y centrar la atención en los puntos en común.
- **ENOJADO/A**: evitar minimizar el enfado y no ponerse a la defensiva, ofrecer soluciones y negociar.
- **OFENSIVO/A:** ser excepcion amables para descolocarles.

CONVERSADORA vs. CALLADA E INDECISA

Consejos para la atención

- **CONVERSADORA**: mostrar interés y tener paciencia.
- **CALLADA:** hacer preguntas abiertas y sugerir alternativas.
- **INDECISA:** tener paciencia, ofrecer ayudar para decidir y hacer preguntas cerradas.

INFELIZ, QUEJICA O EXIGENTE



Claves para el trato:

* **INFELIZ: ser** amable, comprensivo y satisfacer lo que está buscando.
* **QUEJICA**: separar las quejas reales de las falsas, dejar que hable y enfocar a la solución.
* **EXIGENTE**: mostrar respeto sin acceder a sus demandas.

SEDUCTORA

Tips para gestionar el momento:

* Mantener una actitud calmada.
* Ponerse en modo profesional en todo momento.
* Ayudar a encontrar lo que buscan de forma rápida.
* Cerrar la conversación y contacto profesional.

HABILIDADES Y HERRAMIENTAS

Atención a la Clientela. Vivero de Carabanchel. 1 de marzo 2016

COMUNICACIÓN VERBAL

El objetivo de la comunicación es **transmitir** el contenido de la forma más **eficaz posible**.

- PALABRAS IMPRECISAS
- DUBITATIVAS
- TECNICISMOS Y ARGOT
- CONDICIONALES
- PALABRAS NEGATIVAS
- MULETILLAS
- FRASES INNECESARIAS

- VOCABULARIO CONCRETO
- PERSONALIZADO
- PROFESIONAL
- PALABRAS DE ACCIÓN
- EXPRESIONES ADAPTADAS
- PALABRAS CORRECTAS

COMUNICACIÓN VERBAL

Transforma en positivo las siguientes frases:

- Es un problema.
- ¿No necesita usted nada?
- Tal vez…
- No, es imposible.
- Ha comprendido usted mal.
- Si, lo sé, pero…
- No cuelgue.
- No entiendo.
- Pretendemos en un futuro…

COMUNICACIÓN NO VERBAL

* 1.- Apariencia
* 2.- Gestión del tiempo
* 3.- Activación muscular
* 4.- Mirada
* 5.- Sonrisa
* 6.- Voz

COMUNICACIÓN NO VERBAL

* 7.- Respiración
* 8.- Gestos faciales
* 9.- Ocupación del espacio
* 10.- Movimiento de manos y brazos
* 11.- Movimiento de piernas y pies

EMPATÍA

La empatía es la capacidad para **ponerse en el lugar de la otra persona y ver, pensar y sentir como ella.**

Consiste en captar la información de:

- Las palabras
- El tono de voz
- La postura
- La expresión facial

EMPATÍA

Para qué podemos utilizarla:

- ✓ Para no dar por sentado lo que piensa la clientela.
- ✓ Para reconocer sus emociones y estados de ánimo.
- ✓ Para ver diferentes puntos de vista de una misma situación.
- ✓ Para reducir conflictos.
- ✓ Puede abrir conversaciones que antes no hubiésemos podido realizar.

ESCUCHA

Pautas para una correcta escucha:

* Concentración en lo que se está haciendo.
* Interés en la persona.
* Hablar menos que escuchar.
* Evitar juicios.
* No interrumpir.
* Mantener la serenidad.

ESCUCHA

Pautas para una correcta escucha:

* Comprender el mensaje: la idea central y las intenciones.
* Ajustarse al tema objeto de la conversación.
* Resumir los puntos importantes.
* Reflejar los contenidos y el sentimiento.

HACER PREGUNTAS

Tipos de preguntas

- **SIMPLES**: precisas.
- **CERRADAS:** respuestas “sí” o “no” u opciones.
- **ABIERTAS: para que hablen sin límite.**
- **ANALÍTICAS**: analizan la situación.
- **ACTIVAS:** buscan soluciones.

GESTIÓN EMOCIONAL

* **OBSERVAR** Y CONOCERME: ¿Cómo me **comporto**?

* **INTERPRETAR:** ¿Cómo veo el mundo?

* **PARAR:** r**espira**, reconoce la emoción, canalízala, **p**onte en el **lugar del** otro y d**esahoga** con personas neutras.

GESTIÓN EMOCIONAL

* **INTENCIONES:¿Para qué lo quiero?**
* **REFLEXIÓN, REFLEXIÓN Y REFLEXIÓN**
* **GRATIFICACIÓN: recompensa, regalo**
* **REEVALUAR: ¿qué he aprendido?**

MUCHAS GRACIAS POR VUESTRA ATENCIÓN E INTERÉS

Atención a la Clientela. Vivero de Carabanchel. 1 de marzo 2016