



FACULTAD DE INGENIERÍA UNAM
DIVISIÓN DE EDUCACIÓN CONTINUA

CURSOS INSTITUCIONALES

CALIDAD EN EL SERVICIO

Del 28 de febrero al 04 de marzo de 2005

APUNTES GENERALES

CI - 016

Instructora: Lic. Mirna A. Zamudio González

C O F E P R I S

FEBRERO DE 2005

CONTENIDO TEMÁTICO

- 1. Actitud**
 - 1.1 Análisis de los factores personales
 - 1.2 Las actitudes
 - 1.2.1 Actitudes Negativas que se dan con frecuencia
 - 1.3 Los hábitos
 - 1.4 Hábitos Positivos
 - 1.5 Hábitos Negativos
 - 1.6. Cualidades y aptitudes del Servidor Público
 - 1.6.1 Cualidades básicas para una buena relación con los clientes
 - 1.6.2 Aptitudes: condimento indispensable
- 2. Cambio**
 - 2.1 Qué es el cambio
 - 2.2 Reacciones ante el cambio
 - 2.3 Causas de resistencia al cambio
 - 2.4 Tipos de resistencia al cambio
 - 2.5. Los 7 cambios de la personalidad individual
- 3. Comunicación**
 - 3.1 Concepto
 - 3.2 Proceso de la comunicación
 - 3.3 Comunicación Asertiva
 - 3.4 Comunicación no-verbal
 - 3.5 Escucha Activa
 - 3.6.1 Afirmaciones Positivas
 - 3.6.2 Afirmaciones Negativas
- 4. Trato al Cliente**
 - 4.1 Qué es un cliente
 - 4.2 Qué espera de nosotros un cliente
 - 4.3 Necesidades del Cliente
 - 4.4. Tipología de los clientes y normas de trato
- 5. Calidad en el Servicio**
 - 5.1 Calidad
 - 5.1.1 Qué es Calidad de Servicio
 - 5.1.2 Psicología del Cliente
 - 5.2 El Servicio como un valor
- 6. Clientes Difíciles**
 - 6.1 Pasos para tratar clientes difíciles
 - 6.2 Objeciones
 - 6.3 Técnicas para tratar objeciones
 - 6.4 Autoevaluación

INTRODUCCIÓN

La base de cualquier negocio son los clientes. Ellos son el "alimento" de una empresa. Por eso se ha generado la frase: "El cliente siempre tiene la razón ..." si o no hay dársela". Aunque es una pequeña exageración, pues en determinados casos no se puede dar.

Los clientes no solo demandan un producto o servicio, sino que también demandan atención. Un trato personal y afable y una forma de proporcionarles esta atención además de un trato educado es. cuidando nuestro vestuario e higiene personal, tratarlo de Usted a menos que ellos nos indiquen lo contrario.

Cuando estamos tratando con un cliente, no debemos abrumarlo con argumentos de venta innecesarios. Debemos darle los detalles principales, sin extendernos en características poco relevantes (si desea saberlo, nos lo preguntará). Si habla sobre un tema que desconoce, no trate de hacerse el experto, pues si su cliente conoce algo sobre el tema, puede descubrirle y quedar en ridículo. Hay que ser humildes y saber reconocer los escasos conocimientos sobre algunos temas.

Para tener una buena relación con sus clientes, tenga en cuenta lo siguiente: sea sincero, no utilice demasiadas estrategias "engañosas" (se promete más de lo que se ofrece) ; si invita a comer a un cliente nunca deje la cuenta a la vista o haga referencia al precio; la puntualidad es importante, si visita a sus clientes, es la mejor tarjeta de presentación; la presencia, dirá mucho a favor de Usted en una primera impresión; y con los regalos mucho cuidado, que pueden ser malinterpretados y generar una reacción contraria a la deseada.



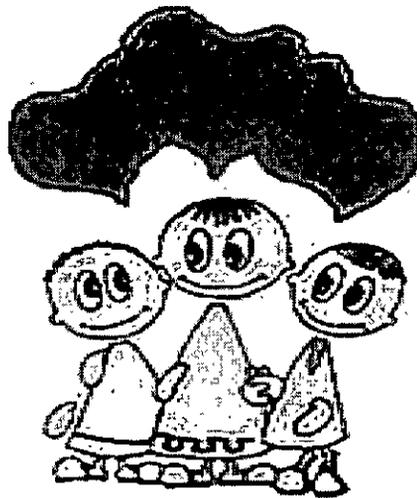
**“ DORMÍ Y SOÑÉ QUE LA VIDA
ERA ALEGRÍA,
DESPERTÉ Y VI QUE LA VIDA ERA SERVICIO,
SERVÍ Y DESCUBRÍ QUE EN EL SERVICIO
SE ENCUENTRA LA ALEGRÍA...”**



**“ LAS PERSONAS Y LAS ORGANIZACIONES
QUE ELLAS**

**FORMAN TIENE IRREMEDIABLEMENTE COMO
MISIÓN SERVIR**

**ESTAMOS AQUÍ PARA SERVIRNOS TODOS, NI
MAS NI MENOS...”**



EJERCICIO DE AUTOEXPLORACIÓN EXPECTATIVAS

NOMBRE DEL PARTICIPANTE: _____

NOMBRE DEL CURSO: _____

FECHA: _____

EXPECTATIVAS	
1.-	
2.-	
3.-	
4.-	
5.-	

REVISIÓN DE EXPECTATIVAS

NOMBRE DEL PARTICIPANTE: _____

NOMBRE DEL CURSO: _____

FECHA: _____

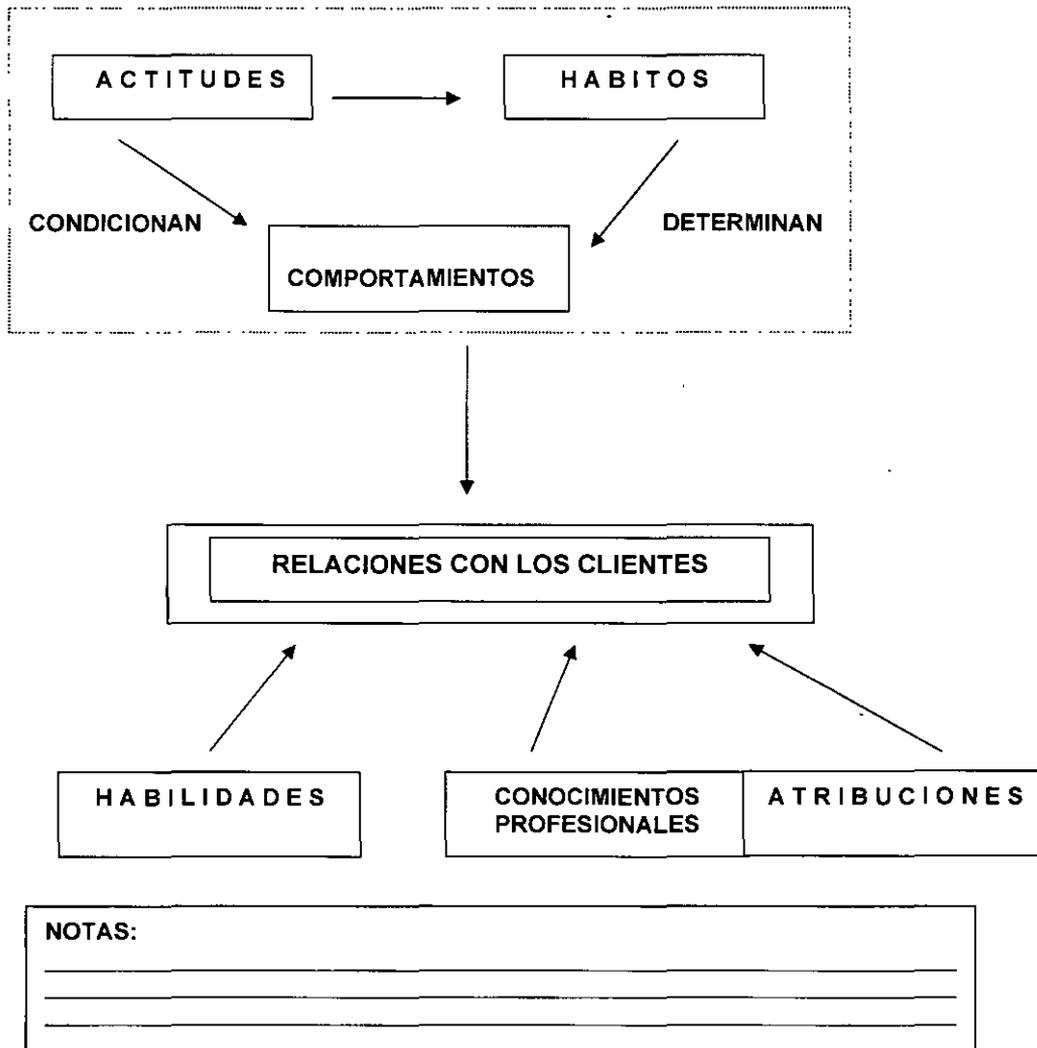
EXPECTATIVAS ¿SE CUMPLIERON?
1.-
2.-
3.-
4.-
5

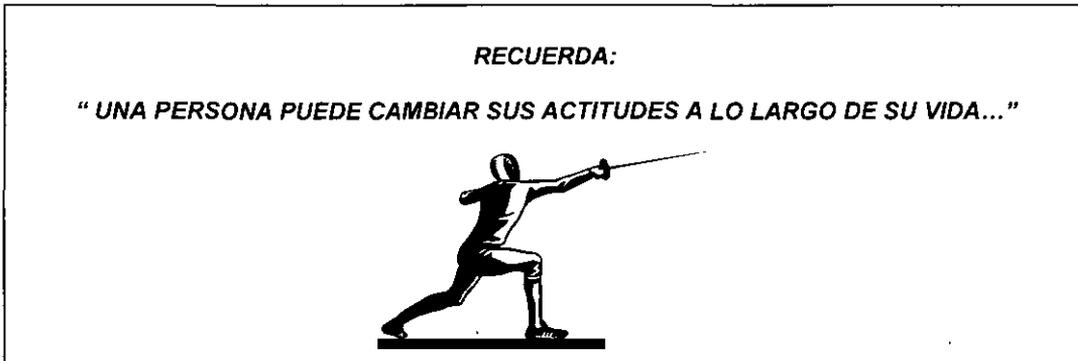
OBJETIVO

Al término del curso, el participante será capaz de reconocer aquellas actitudes que no le permiten establecer un cambio para comunicarse de manera adecuada con sus clientes; así como, modificar conductas para imprimirle calidad al trato con sus clientes y atender de manera eficaz situaciones difíciles.

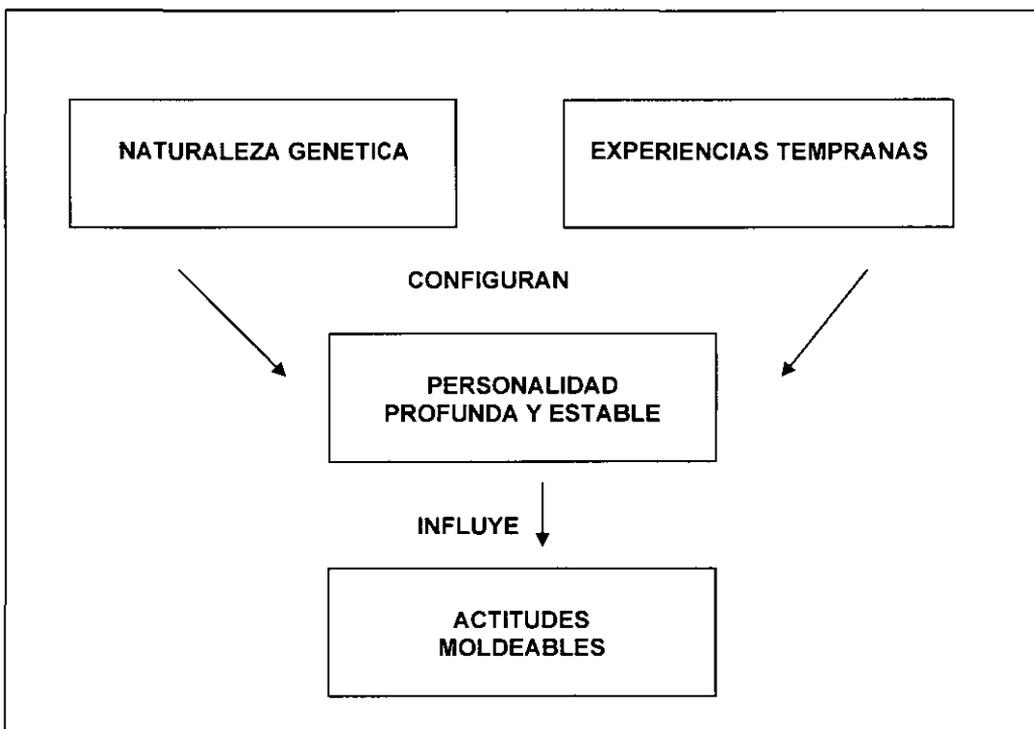
A C T I T U D

En este tema vamos a reflexionar sobre nosotros mismos. Analizaremos nuestras propias actitudes; hábitos y habilidades que poseemos, ya que todos estos factores, unidos a la capacidad de comunicación, constituyen el conjunto de competencias para tratar con los clientes.

ANÁLISIS DE LOS FACTORES PERSONALES



La actitud es la orientación favorable ó desfavorable de la persona hacia alguien ó hacia algo: un grupo étnico, un país, una ideología política, un determinado grupo de clientes.... En definitiva adoptamos una cierta actitud cuando nos posicionamos de un modo determinado frente a los demás



ACTIVIDAD

Cada característica de la columna derecha corresponde a una afirmación sobre la señora Laura. Relaciónalas

LAURA ES UNA PERSONA BASTANTE TIMIDA	RASGOS DE PERSONALIDAD
OCUPA EL CARGO DE APODERADA EN UNA SUCURSAL	ACTITUDES
ODIA LAS GRANDES AGLOMERACIONES DE PERSONAS	COMPORTAMIENTO
SUELE SER AMABLE CON SUS CLIENTES	HABITOS
SE LEVANTA TEMPRANO TODOS LOS DIAS PARA HACER EJERCICIO	HABILIDADES
ES LICENCIADA EN CIENCIAS EMPRESARIALES	CONOCIMIENTOS PROFESIONALES
TIENE UNA HABILIDAD ESPECIAL PARA TRATAR CON LOS CLIENTES DIFICILES	ATRIBUCIONES

¡ Cuantas veces hemos oído las frases:



En general las personas amables, educadas, serviciales... rara vez dicen : " Yo soy como soy " .. ó expresiones similares. En otras palabras intentan adecuar sus actitudes a las conveniencias del entorno en que se desenvuelven.

**EN EL TRATO CON LOS CLIENTES HAY QUE SER CONSCIENTE
DE CÓMO NUESTRAS ACTITUDES PUEDEN PERJUDICAR LA
RELACIÓN CON EL...**

NOTAS:

El cliente tiene derecho a un buen trato, aún en el caso extremo de que dicho trato responda simplemente a un papel bien interpretado.

Tiene una actitud positiva el empleado que se muestra amable y servicial, sin caer en el servilismo.



Una pizca de humor, correctamente dosificada, según el carácter del cliente, puede ser una valiosa aportación a la fluidez de las relaciones.

UNA PERSONA SI SE LO PROPONE, ACABA POR DESARROLLAR AQUELLAS ACTITUDES QUE DESEA...

Un empleado que trata de forma poco amable al público, puede llegar a dar la mejor atención al cliente si se lo propone. Al final lo realizará sin esfuerzo.

La voz, el gesto y la imagen personal son los medios más importantes para demostrar actitudes positivas hacia los clientes



TODOS TENEMOS NUESTRA PARTICULAR FORMA DE COMPORTAMIENTO, PERO CON EL CLIENTE DEBEMOS COMPORTARNOS TAL COMO EL ESPERA DE NOSOTROS...

Lamentablemente, algunos empleados, en el trato con los clientes, adoptan actitudes negativas que no benefician en absoluto su capacidad de relación. Comprometen la imagen de la entidad, pero también la suya propia.

ACTITUDES NEGATIVAS QUE SE DAN CON CIERTA FRECUENCIA

1. " Los cliente molestan "

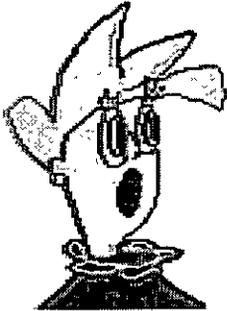


"Pienso que si entran muchos clientes, por ejemplo a primeros y a finales del mes, son un agobio. Siempre hay colas, no hacen, más que preguntar y dar la lata, piden plumas... son un fastidio..."

ACTIVIDAD:

De tu experiencia personal, procura memorizar algún caso en el que tu siendo cliente ó usuario, acudiste a una oficina, comercio ó servicio público saturado. ¿ Qué es lo que en estos momentos, recuerdas con más claridad de dicha situación ?

2.



Es natural que el cliente desconozca las peculiaridades de nuestra profesión, salvo que también sea la suya. Nuestro trabajo es informarle de modo comprensible, amable y paciente, utilizando nuestro conocimientos para serle útil; no hay que ignorarlo jamás!



3.

Es la actitud de los que tienden a inhibirse de cualquier asunto que no corresponda estrictamente a sus funciones.

Un mínimo de interés y vocación por nuestra profesión nos obliga a superar esta actitud porco constructiva en beneficio del cliente.

Una forma de conseguir superar esta actitud negativa es recordar que:

USTED ESTA AHÍ PARA SATISFACER LAS NECESIDADES DE SU CLIENTE

NOTAS:

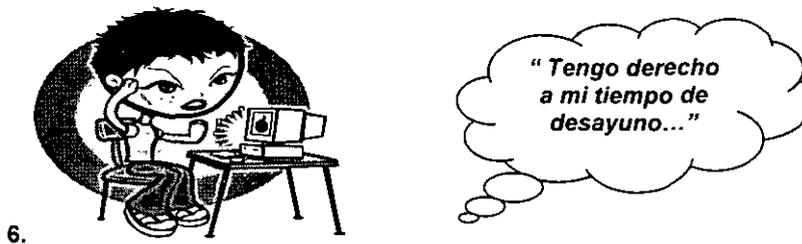


Es una forma desafortunada de inhibirnos de un problema ante el cliente. Con esta actitud, ponemos en evidencia a un compañero, y damos una pobre impresión de nosotros mismos.

La ética profesional y la atención a los clientes exige que evitemos esta clase de respuestas. Deben sustituirse por actitudes positivas encaminadas a solucionar problemas.



Tramitar operaciones interiores, clasificar documentos, ó realizar otros trabajos internos mientras los clientes esperan denota desatención y provoca su enfado.



¿Recuerdas aquella ocasión en que durante una larga espera para realizar una gestión inevitable pudiste observar tras una puerta semicerrada algunos empleados que se ausentaban para "disfrutar de su tiempo de desayuno". ¿Cuál fue tu opinión ante este hecho?

7.



Es la actitud del empleado a quien "se le caen las cosas de las manos" cuando llega la hora de salir del trabajo.

Es necesario que el cliente al que estamos atendiendo no perciba ningún síntoma de prisa ó nerviosismo por nuestra parte. Nada de miradas repetidas al reloj, y sobre todo, nada de indirectas ó comentarios que incomoden al cliente.

LAS ACTITUDES NEGATIVAS CREAN Ó AVIVAN RELACIONES NEGATIVAS CON LOS CLIENTES.

Por lo anterior es importante que evitemos frases que incomoden a nuestros clientes y las modifiquemos por frases positivas que hagan sentir bien a nuestros clientes.

FRASE A EVITAR	POSIBLE ALTERNATIVA
Espere tengo que comprobar la información	Por favor, ¿ puede esperar un minuto mientras compruebo su saldo? Gracias
El Director debería estar aquí a las doce	El Director probablemente regresará a las doce y seguro que podrá atenderle, señor (a)...
Le llamaré cuando pueda, señor (a)...	Deme un par de días para examinar su caso señor. Le llamaré en cuanto lo haya estudiado.
Intentaré hacer algo con este lio	Voy a hacer todo lo posible para resolver el problema
No puedo recibirle ahora. Tendrá que esperar	Siento no poder atenderle ahora porque tengo una visita ¿Qué tal si quedamos para ?

HABITOS

Del mismo modo que una actitud conduce a un cierto comportamiento, el comportamiento de una persona se puede intuir que clase de actitud mantiene esa persona ante una situación determinada.

Todos tenemos hábitos, algunos muy arraigados. Muchos de ellos los realizamos repetitivamente: la manera de vestirnos, de asearnos, de andar...

También es hábito aquello que por carácter acostumbramos hacer siempre. Por ejemplo: madrugar, hacer ejercicio ó comer un determinado alimento.

ACTIVIDAD

Indica con una "X" para cada ejemplo si es un hábito beneficioso ó perjudicial.

	HABITO BENEFICIOSO	HABITO PERJUDICIAL
Suelo hacer ejercicio con frecuencia		
Se me pegan las sábanas cuando tengo que ir a trabajar		
Escucho con atención y paciencia a mi interlocutor		
Intento ponerme en el lugar de quien me habla		
Acostumbro a tutear a todo el mundo		
Me gusta ayudar		

Indica 3 acciones a realizar en el caso que hayas obtenido mayores hábitos perjudiciales

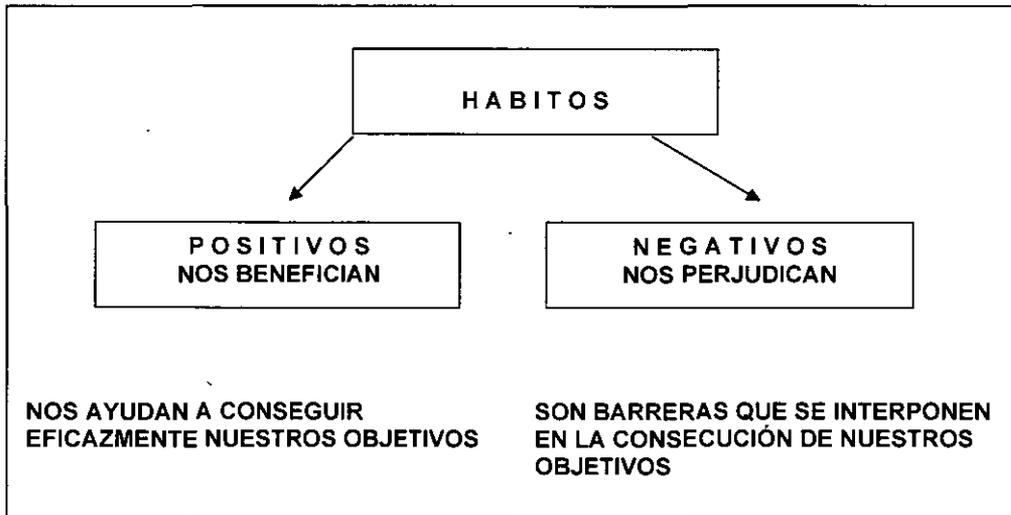
ACCION 1 _____

ACCIÓN 2 _____

ACCIÓN 3 _____

RECUERDA:

Los hábitos son un "patrimonio" positivo ó negativo que se adquiere a través de acciones repetitivas.



PROCESO DE DETECCIÓN Y CAMBIO DE HABITOS

- DETECTAR EL HABITO
- ⊙ ANALIZAR SI NOS FAVORECE Ò PERJUDICA
- ⊙ SI NOS PERJUDICA, BUSCAR UNA NUEVA PAUTA DE CONDUCTA
- ⊙ PONER EN MARCHA DE FORMA REPETITIVA LA NUEVA PAUTA HASTA CREAR EL HABITO

***EN TU TRABAJO TU PROYECTAS TUS PROPIOS HABITOS.
SI TIENES EL HABITO DE ESCUCHAR, DE RESPETAR AL
INTERLOCUTOR Y DE PONERTE EN SU LUGAR, SEGURO QUE TUS
CLIENTES AGRADECERÁN TU TRATO.***

HABITOS NEGATIVOS**ACTIVIDAD:**

De los siguientes hábitos subraya aquellos con los que más te identifiques

1. Un cliente espera en la puerta de la sucursal y mira hacia adentro con insistencia; estoy autorizado para abrir pero faltan cinco minutos para la hora oficial.

Dejo que espere porque aún no es la hora.

2. Un cliente me pregunta algo que no me concierne (por ejemplo, si hay una oficina de correos cerca).

Le respondo que esto no es una oficina de información.

2. Estoy atendiendo personalmente a un cliente y suena el teléfono.

Lo dejo sonar porque estoy ocupado; pienso que si es importante ya volverán a llamar.

4. Un cliente se dirige a mí muy enfadado y gritando.

Le "corto" rápidamente diciéndole que no es modo de comportarse.

5. Un cliente me hace una pregunta que no puedo contestar en ese momento.

Doy rodeos e intento salir del paso con ambigüedades.

6. Estoy disgustado, por motivos personales, y atiendo a un cliente.

No hago nada para disimular mi mal humor; al contrario, se lo hago pagar a él

7. Un cliente intenta preguntarme algo mientras estoy atendiendo a otro.

Me concentro en el cliente que estoy atendiendo y a él le ignoro.

8. No estoy de acuerdo con lo que me dice mi interlocutor.

Le interrumpo para manifestar mi desacuerdo.

9. Estoy atendiendo a un conocido y la conversación se está alargando innecesariamente mientras otros clientes esperan.

Corto en seco la conversación cuando veo que los demás se impacientan.

10. Un cliente viene a hacer una reclamación.

Le respondo que en este momento no tengo tiempo de atenderle

HABITOS POSITIVOS

1. Un cliente espera en la puerta de la oficina y mira hacia adentro con insistencia; estoy autorizado para abrir pero faltan cinco minutos para la hora oficial.

Aunque todavía no es la hora, abro la puerta y le invito a entrar para atenderle.

2. Un cliente me pregunta algo que no me concierne (por ejemplo, si hay una oficina de correos cerca).

Le indico la manera de obtener la información que necesita.

3. Estoy atendiendo personalmente a un cliente y suena el teléfono.

Le pido disculpas; atiendo la llamada, pido a mi interlocutor que espere un momento y acabo de atender al cliente.

4. Un cliente se dirige a mí muy enfadado y gritando.

Le escucho y, en tono conciliador, le hago preguntas para averiguar el motivo de su enfado.

5. Un cliente me hace una pregunta que no puedo contestar en ese momento.

Le digo que he de consultarlo y me ofrezco a llamarle por teléfono para facilitarle la respuesta.

6. Estoy disgustado, por motivos personales, y atiendo a un cliente.

Me esfuerzo para que ello no afecte a mi trato hacia él. Intento relajarme y esbozo una sonrisa.

7. Un cliente intenta preguntarme algo mientras estoy atendiendo a otro.

Le digo que enseguida podré atenderle y sigo con el otro.

8. No estoy de acuerdo con lo que me dice mi interlocutor.

Le escucho, espero a que termine y le expongo mi punto de vista.

9. Estoy atendiendo a un conocido y la conversación se está alargando innecesariamente mientras otros clientes esperan.

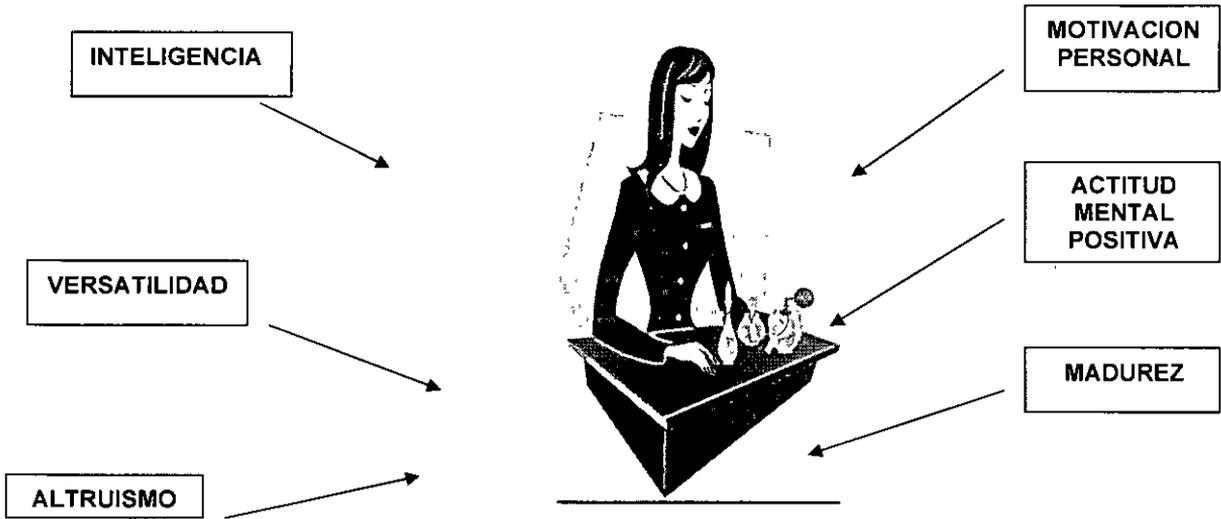
Sugiero con una frase amable terminar la conversación.

10. Un cliente viene a hacer una reclamación.

Tengo interés en atenderle bien para evitar perder su confianza.

CUALIDADES Y APTITUDES PERSONALES DEL SERVIDOR PUBLICO

CUALIDADES BÁSICAS PARA UNA BUENA RELACION CON LOS CLIENTES



**APTITUDES:
CONDIMENTO INDISPENSABLE**

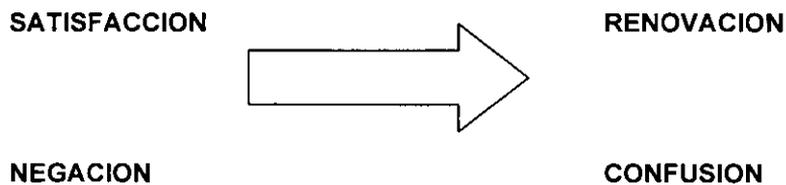


- EMPATIA
- EL ARTE DE SABER ESCUCHAR
- MOSTRAR INTERES
- CONTROL VISUAL
- DINAMISMO
- VISION DE CONJUNTO

C A M B I O**¿ Qué es el cambio ?**

Es la modificación del comportamiento para realizar exitosamente una nueva actividad ó para la obtención de objetivos determinados

CAMBIO = VIDA

REACCIONES ANTE EL CAMBIO**CAUSAS DE RESISTENCIA AL CAMBIO**

CAUSAS	MANEJO RECOMENDADO
NO SABE	DAR INFORMACION Y COMUNICAR
NO PUEDE	DAR CAPACITACION / HERRAMIENTAS
NO CREE	INVOLUCRAR
NO QUIERE	NINGUNO

TIPOS DE RESISTENCIA AL CAMBIO

TEMOR AL FRACASO

RESISTENCIA A JUGAR

POBREZA DE RECURSOS

EXCESO DE SEGURIDAD

HUIDA DE FRUSTRACION

COSTUMBRISMO

IMAGINACIÓN EMPOBRECIDA

MIEDO A LO DESCONOCIDO

NECESIDAD DE EQUILIBRIO

RESISTENCIA A INFLUIR

**RESISTENCIA AL
ABANDONARSE**

**VIDA EMOCIONALMENTE
EMPOBRECIDA**

**INCAPACIDAD PARA
INTEGRAR Y SINTETIZAR**

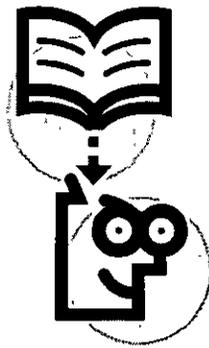
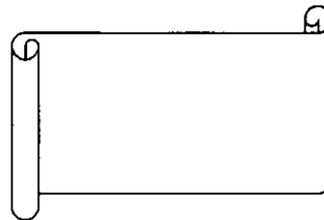
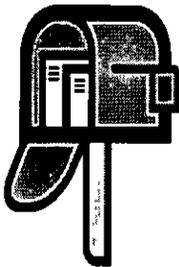
LOS SIETE CAMBIOS DE LA PERSONALIDAD INDIVIDUAL

INMADUREZ	MADUREZ
PASIVIDAD	MAYOR ACTIVIDAD
DEPENDENCIA	INDEPENDENCIA
POCAS MANERAS DE COMPORTARSE	CAPACIDAD PARA COMPORTARSE DE MUCHAS MANERAS
INTERESES SUPERFICIALES	INTERESES MAS PROFUNDOS Y FUERTES
PERSPECTIVA TEMPORAL CORTA	PERSPECTIVA TEMPORAL LARGA
POSICION SUBORDINADA	POSICION DE IGUALDAD O SUPERIODODAD
FALTA DE YO	CONCIENCIA Y CONTROL DEL YO



3. COMUNICACION**CONCEPTO**

Es el proceso mediante el cual se produce una transferencia de información de una persona a otra.

PROCESO DE LA COMUNICACIÓN**E M I S O R****M E N S A J E****M E D I O D E
T R A N S M I S I O N****R E C E P T O R**

ACTIVIDAD :

Responde a las siguientes preguntas argumentando tus respuestas

1. Crees que existe una buena comunicación entre tu y tus clientes

2. Tus clientes confían en ti

3. Emites tus mensajes de forma clara

4 Los clientes participan activamente en la conversación

Para lograr una buena comunicación tu como emisor debes plantearte:

- A quien te diriges
- Que vas a comunicar
- Que medios utilizarás
- Como vas a comunicarlo

COMUNICACIÓN ASERTIVA

ASERTIVIDAD

Es un término tomado literalmente de la palabra inglesa ASSERTIVENESS que está directamente relacionado con las relaciones interpersonales y la buena comunicación.

FUNCIONES DE LA ASERTIVIDAD

- Asegurar que los propios derechos no sean violados
- Resistir a las demandas no razonables de los demás
- Hacer demandas razonables a los demás
- Tratar con eficacia las negativas injustificadas de los demás
- Reconocer los derechos personales de los demás
- Evitar conflictos agresivos innecesarios
- Comunicar, abierta y honestamente la propia opinión de cualquier materia

MENSAJE ASERTIVO = Cuando afirmamos nuestros puntos de vista y expresamos opiniones ó sentimientos a otra persona de forma directa y clara, pero respetando en todo momento el criterio y los derechos de la otra persona.

FRASES ASERTIVAS

1. " Entiendo su punto de vista, señor Pascual, pero permítame decirle que yo no lo veo del mismo modo, verá..."
2. "Tiene usted razón, señor Pardo, aquí hemos cometido un error y le pido disculpas. Se lo arreglaremos inmediatamente y procuraremos que no vuelva a ocurrir..."
3. "Vamos a verlo de otro modo, si me lo permite, señor Ponce..."

ACTIVIDAD

Señala en la columna **SI** ó **NO** la respuesta que crea más oportuna para cada afirmación:

	SI	NO
Temo contradecir educadamente los argumentos de un cliente		
Si algún listillo intenta saltarse el turno del mostrador, me desentiendo y dejo que se apañen los que esperan		
Creo firmemente que el cliente siempre tiene la razón		
Generalmente, dudo que mi interlocutor interprete claramente lo que quiero decirle		
Pienso que si expreso mis argumentos de modo directo el cliente puede sentirse agredido		
Creo que la mejor manera de respetar las opiniones de mi interlocutor es evitar cualquier tipo de discusión, por leve que sea		
Mis frases más habituales en el trato con los demás son del orden de : " Lo que usted diga ", "como quiera " "de acuerdo"		
Si un cliente pretende realizar una inversión que a mi me parece que puede ser inadecuada ó poco productiva en relación con otras que yo le recomiendo, me abstengo de insistir después de la primera negativa		



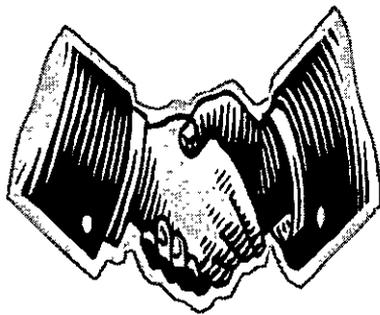
COMUNICACIÓN NO VERBAL

Para mejorar nuestras actitudes frente al cliente, debemos cuidar aspectos importantes de la comunicación no verbal:

Ejm.

- Los gestos
- La mirada
- Forma de vestir
- Imágen

GESTOS QUE GENERAN CONFIANZA	GESTOS QUE GENERAN BARRERAS
Dar la mano de modo cálido	Dar la mano de forma huidiza ó blanda
Mantener la mirada receptiva hacia el interlocutor	Mover demasiado el cuerpo
Tener una expresión atenta	Mirar distraídamente alrededor
Sentarse proyectando el cuerpo hacia el interlocutor	Sentarse recostando excesivamente el tronco contra el respaldo



ACTIVIDAD

A continuación se describen 6 ejemplos de gestualización por parte de los clientes. En primer lugar, asigne a cada uno de ellos una de las actitudes descritas a continuación:

- Cordialidad y Aceptación
- Desconfianza y Rechazo
- Interés
- Desinterés ó impaciencia
- Dominancia
- Incomodidad

En segundo lugar, explica como crees que tendrías que actuar para mejorar ó reforzar la comunicación en cada caso.

1. La señora Ponce está pendiente de nuestros argumentos y va tomando notas en su block

Puede interpretarse como:

Sería recomendable:

2. El señor Prado carraspea con frecuencia y suele ponerse la mano en la boca cuando comienza a hablar.

Puede interpretarse como:

Sería recomendable:

3. El señor Pascual mantiene una actitud complacida en la conversación, que ha iniciado con un amistoso apretón de manos.

Puede interpretarse como:

Sería recomendable:

4. La señora García tiene los brazos cruzados durante toda nuestra argumentación.

Puede interpretarse como:

Sería recomendable:

5. Martha mira su reloj con frecuencia mientras hablamos y traza dibujos en un papel.

Puede interpretarse como:

Sería recomendable:

6. Carlos se dirige a nosotros con aires de suficiencia, juntando los dedos de las manos en forma de arco

Puede interpretarse como:

Sería recomendable:

LA ESCUCHA ACTIVA

La escucha activa requiere saber:

- Escuchar
- Comprender
- Preguntar

COMO MEJORAR LA CAPACIDAD DE ESCUCHA

1. Concentrarse en lo que le están diciendo
2. Fijarse en los hechos más relevantes y tratar de comprenderlos
3. Observar atentamente a su interlocutor
4. Resumir la exposición de su interlocutor para asegurarse de que no hay malos entendidos

CONSEJOS PARA OBTENER LA CONFIANZA DEL INTERLOCUTOR

1. Esfuerzate por conseguir una actitud abierta y positiva
2. Escucha atentamente el tono y las variaciones de la voz
3. No exijas que la actitud del cliente corresponda necesariamente a la cordialidad que tu has desplegado

TIPOS DE PREGUNTAS EN UNA ENTREVISTA:

- ABIERTAS
- DIRIGIDAS

PREGUNTAS ABIERTAS:

No limitan la respuesta del interlocutor. Se utilizan las siguientes preguntas:

- Por qué
- Cómo
- Qué
- De que manera

El silencio es un buen recurso cuando intuimos que el cliente no ha terminado le estimula a continuar.

PREGUNTAS DIRIGIDAS:

- Tenemos poco tiempo para la entrevista
- Queremos confirmar ó aclarar algo que nos ha dicho el cliente
- Necesitamos más precisión en la información
- El cliente tiene dificultad para exponer sus ideas

Recuerda:

Preguntando estimularás a hablar a tu cliente, obtendrás más información y podrás atenderle mejor



AFIRMACIONES POSITIVAS	AFIRMACIONES NEGATIVAS
	
Pregunto a los clientes, repitiendo lo que me han dicho, para confirmar si les he entendido bien	Sigo con la conversación que sostenía con mi compañero mientras atiendo a un cliente que acaba de entrar
Les miro mientras me hablan	Les interrumpo con frecuencia
Les escucho y pongo atención en lo que me están diciendo	Si dudan, doy por acabada la conversación ó la continuo por ellos
Les escucho, aunque no necesite sus explicaciones para solucionar su petición	Cuando me cuentan sus cosas particulares, desconecto y me limito a realizar la operación ó trámite que me han pedido
Les pregunto por el significado de determinado término que utilizan, para evitar confusiones	No pierdo tiempo confirmando si he entendido bien lo que me han dicho, pienso que si estoy equivocado ya me lo dirán
Si dudan, les animo para que sigan hablando	Les oigo, pero no les presto demasiada atención
Dejo que terminen de hablar antes de dar mi opinión	Si ya se lo que van a decirme, les interrumpo para no perder tiempo
Si no entiendo lo que quieren decirme, les pido que lo repitan	Doy por sentado que el cliente tiene que utilizar términos precisos y profesionales en sus peticiones
Cuando les atiendo, estoy pendiente de ellos	Si no saben explicarse, pienso que ese no es mi problema
Les escucho aunque ya sepa lo que van a decirme	

NOTAS:

4. TRATO AL CLIENTE

¿Qué es un Cliente?

Es toda persona que acude a un establecimiento en busca de un producto ó servicio que le interesa, desea ó necesita

Es una persona que:

- Necesita nuestra ayuda
- Quiere ser bien recibido y bien atendido
- Desea no tener problemas
- Contribuye a pagar nuestro sueldo: trabajamos para el
- Desea ser atendido de modo rápido y eficaz, aunque en ciertas ocasiones no tenga prisa y desee conversar
- A veces duda, le cuesta decidirse ó saber lo que quiere
- Tiene predilecciones y prejuicios
- Quiere ser respetado
- No quiere ser tratado como un número, sino cómo una persona
- No debe ser ofendido, sea cual sea su actitud

¿Qué espera de nosotros un cliente?

La mayoría de los clientes son personas correctas más ó menos cordiales y que no suelen presentar problemas de trato.



Otros sin embargo, no nos lo ponen tan fácil. Tal vez tienen prisa, ó están nerviosos, preocupados, enfadados



¿Cuáles son las necesidades de los clientes?

- ♥ Ser atendido en el sentido pleno de la palabra
- ♥ Ser reconocido por su nombre
- ♥ Ser bien acogido
- ♥ Ser escuchado
- ♥ Ser orientado y aconsejado
- ♥ Ser tranquilizado
- ♥ Sentirse cómodo
- ♥ Recibir una sonrisa

Recuerda:

***Cualquiera que sea el
comportamiento ó
necesidad del cliente, lo
importante es la actitud de
quien le atiende.***

ACTIVIDAD

Si surge un tema de conversación delicado por parte de un cliente, como por ejemplo: política, religión, partidos políticos, etc. Tu como manejarías la situación? Subraya la respuesta que elijas y argumenta tu elección

- A) Lo correcto es que el empleado asienta en lo preciso, sin entrar en polémica ni dejarse llevar por apasionamientos ó ideologías
- B) Hay que estar pendientes de que las opiniones que se dan al cliente no se conviertan en armas de doble filo: ese cliente puede irse muy contento, pero otro que estuviese escuchando la conversación tal vez pueda haberse molestado
- C) Uno debe entender sus ideas cuando crea oportuno y ante quien sea, también en el desempeño de su trabajo.
- D) Una discreta complicidad con los planteamientos de un cliente en conversaciones de tú a tú puede reforzar el vínculo de ese cliente.

Argumento:



Tipología de los clientes

1. El benevolente ó feliz



Es la persona extrovertida, que exterioriza continuamente su vida íntima y desea que el medio ambiente participe de ella. Su conversación es chispeante y su comportamiento abierto, sociable, espontáneo y cordial.

Con su carácter dan la impresión de que cualquier relación con ellos debe ser fácil.

Su notable locuacidad hace perder gran cantidad de tiempo. Se distrae fácilmente, habla de los temas más variados, le cuesta trabajo centrarse en la negociación.

Normas de Trato:

- Ser tenaz
- Hay que saber superar sus amables pretextos y llevar la entrevista hasta su remate
- Procurar mantener su interés y atención en todo momento
- Reforzar su entusiasmo e interesarse por sus problemas personales
- Si se muestra locuaz escucharle y no cortarle bruscamente, pero tratar de llevarle de nuevo, mediante preguntas, el eje de la negociación.
- Si se muestra impaciente tratar de cerrar la negociación y prometer satisfacer sus deseos

2. El silencioso ó reservado



Este cliente es el que se caracteriza por mantenerse callado durante gran parte de la entrevista y utilizar el silencio como arma de defensa contra su interlocutor.

El vendedor que pretenda convencerle a fuerza de hablar, hablar y hablar en realidad le está dando la iniciativa y se encontrará con un simple "no" cuando intente cerrar la operación.

Normas de trato

- Tratar mediante hábiles preguntas involucrarlo en la operación
- Evitar las cuestiones que pueden responderse con si ó no
- Halagar su reserva pero solicitar su opinión
- Si se muestra tímido: inspirarle confianza
- Escucharle atentamente y dedicarle el tiempo preciso para averiguar lo que piensa

3. El atlético



Es fácilmente reconocible por su aspecto físico. De fuerte complexión y anchos hombros, este cliente se caracteriza por poseer un cierto complejo de triunfador y a menudo ansias de dominar a su interlocutor.

Sus maneras resultan algo rudas y aunque habitualmente se muestra pacífico cualquier estímulo puede originarle una reacción ó una descarga de energía. Es además hombre de pocas palabras, consciente de su poderío físico, pero bastante lento en la comprensión de lo que le exponen los demás.

Normas de trato:

- Dejarle la iniciativa del diálogo
- Solicitar a menudo su opinión
- Hacerle sentir que la operación que va a realizar es digna de él
- Si se muestra agresivo, evita responder con la misma agresividad
- Hablarle con tranquilidad y lentitud

3. El egoísta

Se caracteriza por su vanidad y su deseo de ser siempre el centro de atención de la gente. Cree que lo sabe todo, conoce a todo el mundo. Está convencido de que es tan importante que parece que los favores son obligaciones que los demás tienen con él. Prefiere las ganancias rápidas a las ventajas a largo plazo. Tiene tendencia a engañar para conseguir sus objetivos y a mostrarse despreciativo y dominante.

Normas de trato

- o Elogiarle en privado pero sobre todo en presencia de amigos ó conocidos
- o Citar opiniones suyas en el curso de la conversación
- o Su nombre debe estar en nuestros labios el mayor tiempo posible
- o Revelar interés y curiosidad sincera por sus asuntos
- o Pedir su opinión y consejo durante la argumentación de la conversación y mostrarse agradecidos

4. El desconfiado ó suspicaz

Es la persona que duda de todo y de todos, incluso de sí mismos. Es bastante intransigente y habitualmente trata de dominar a su interlocutor. No acostumbra a reflexionar, sino que se mueve alrededor de determinadas ideas fijas y prejuicios.

Normas de trato

- Conservar la calma, la tranquilidad y el buen humor
- Respetar sus ideas e intentar conducirlo con preguntas y sugerencias
- No mostrarse nunca insistente ni discutir

5. El imitador

Es la persona insegura y tímida que concede un valor extraordinario a las opiniones de los demás.

Normas de trato

- Abrumarle con un desfile masivo de opiniones favorables a nuestros servicios.
- Aportar testimonios variados de conocidos suyos o de personalidades a las que admire ó envidie
- Felicitarle por aciertos ó éxitos
- Alabarle la decisión tomada

6. El grosero

Es la persona de carácter desagradable que parece siempre dispuesta a descargar su mal humor sobre cualquier visitante. Trata de ofender a su interlocutor con sus palabras. Le gusta molestar y establecer discusiones ácidas.

Normas de trato:

- Conviene hacer caso omiso de su grosería
- Hay que desarrollar la argumentación prescindiendo de sus provocaciones

5. CALIDAD EN EL SERVICIO

Calidad es:

El cumplimiento de especificaciones, procedimientos y rutinas, que impliquen la satisfacción de los requerimientos y expectativas de los clientes.

La Calidad se logra en :

- El producto
- El servicio
- El trabajo
- La información
- Los sistemas
- Las personas
- Los departamentos
- La organización
- La vida misma

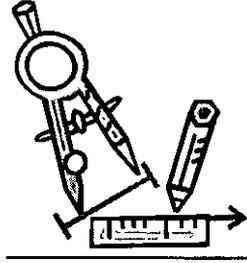
Porqué la necesidad de la Calidad ?

- Porque la falta de calidad cuesta dinero, tiempo y esfuerzo
- Es la única forma de sobrevivir y proteger nuestra fuente de trabajo
- Para mejorar nuestra calidad de vida
- Es la mejor manera de ser y sentirse valioso
- Es la posibilidad de crear un México mejor

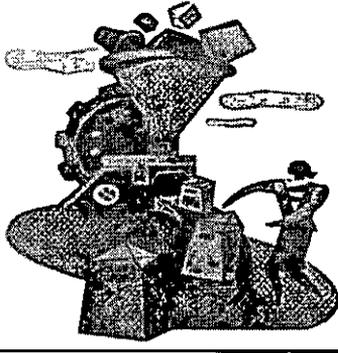
NOTAS

La Calidad se integra en:

♦ **CALIDAD DE DISEÑO** : Producto que satisfaga al cliente



♦ **CALIDAD DE FABRICACIÓN Ò CONFORMACIÓN**: Que esté bien hecho y de acuerdo a su diseño

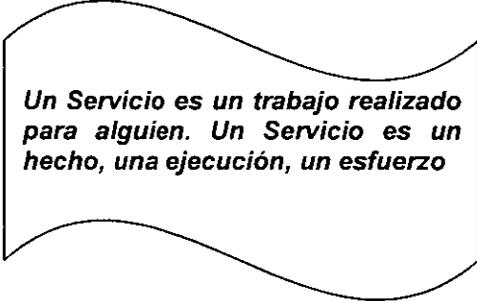


♦ **CALIDAD DE SERVICIO**: Atención y Servicio al Cliente



Cuatro sencillas verdades sobre los clientes:

- Las relaciones con el cliente son parte integral de tu trabajo y no una extensión del mismo
- Nada es más importante en la organización para la que trabajas
- Los clientes satisfechos son indispensables para el éxito de cualquier organización
- El interés por brindar un servicio de calidad al cliente se aprende no se hereda

Qué es el Servicio?

Un Servicio es un trabajo realizado para alguien. Un Servicio es un hecho, una ejecución, un esfuerzo

Características del Servicio:

- Enriquece el trabajo
- Nos ubica dentro de la sociedad
- Busca cooperación
- Crea relaciones a largo plazo
- Requiere sensibilidad y capacidad de escucha
- Requiere autoestima alta :”Soy valioso... puedo dar”

SERVIR ES...	SERVIR NO ES...
Salir de mi para ir al encuentro de la necesidad de otro	Dominio de uno sobre otro
Una postura, una actitud ante la vida	Esclavitud
Ser útil	Servilismo
Darme sin perder lo que soy	Perder yo, para que tu ganes

Qué es Calidad de Servicio?

- El Servicio al Cliente es una función de la percepción de los clientes, no de nuestras normas
- La satisfacción del cliente es el resultado final de la suma de todas las experiencias que tuvo con nosotros
- Calidad es una acumulación de actos de servicio

Objetivo General de la Calidad de Servicio:

- Mantenimiento de los clientes
- Desarrollo de nuevos clientes



Elementos de desarrollo para el personal que atiende al cliente

CONOCIMIENTOS	HABILIDAD	ACTITUDES
Clientes	Percibir	Entusiasmo
Empresa	Planear	Empatía
Producto/Servicio	Persuadir	Perseverancia
Competencia		
Entorno		
A si mismo		

Psicología del Cliente

El Cliente desea:

- Sentirse persona competente
- Evitar riesgos y problemas
- Lucirse ante otras personas
- Ahorrarse trabajo innecesario
- Ser considerado justo y amable
- Aprender algo más
- Contar con un asesor confiable
- Contar con ayuda cuando está en problemas
- Contar con información clara y ser escuchado



6. CLIENTES DIFICILES

Pasos para tratarlos:

1. Actitud amistosa y cordial
2. Mostrar sensibilidad por sus sentimientos
3. Calmarlos e interrogarlos acerca de sus problema

Repítale que entendió su problema: “ **¿ Me podría explicar que pasó ?**”
“ **Entiendo que lo que le molestó fue...**”

4. Dirigir al cliente el problema analizando con él posibles soluciones
“**Que le parece si le consigo...**”
5. Hacer lo acordado con él y verificar que quedó satisfecho con la solución. Explicarle la causa del problema y lo que haremos para evitar que vuelva a suceder.

Objeciones

Son oportunidades de hacer negocio, son la razón de ser del profesional

Técnicas para tratar objeciones

a) Contra peso

¿Se acuerda que le llamó mucho la atención el teclado especial?, y no olvide que nuestro sistema también incluye...

b) Negativa Directa

“ Sr. López difiero de usted por los siguientes motivos”

c) Llave de lucha libre

“ Si le demuestro que con estas adiciones no va a tener ningún problema . Cerramos el trato ?

d) Negativa Directa

“ Si... (repetir la información). Pero...”

e) Verificar

“ Lo que entiendo que usted dice, es que... es correcto? “

BIBLIOGRAFÍA**1. ATENCION AL CLIENTE**

Curso de Autoestudio
Material Auxiliar
Scotian Bank Inverlat

2. TALLER ORIENTACION AL CLIENTE

Manual elaborado para Grupo ERICSSON México
Corporate Consultants

3. IMPORTANCIA DEL TRATO Y LA ATENCIÓN AL CLIENTE

Curso de Autoestudio
Material Auxiliar
Scotian Bank Inverlat

4. COMUNICACIÓN CON LOS CLIENTES

Curso de Autoestudio
Material Auxiliar
Scotian Bank Inverlat

5. ESPECIALIZACION EN ORIENTACION AL CLIENTE

ERICSSON UNIVERSITY

6. FACTORES PERSONALES

Curso de Autoestudio
Material Auxiliar
Scotian Bank Inverlat