

SERVICIO DE VENTA Y ABASTECIMIENTO DE PRODUCTOS EN FARMACIA



ATENCIÓN AL CLIENTE

¿Qué es un cliente?



En el mercado de consumo los clientes son personas o familias que solicitan los bienes y servicios de una empresa y luego los utilizan para su consumo personal

¿Qué es un cliente en marketing?

En Mercadotecnia, el cliente es una persona que interactúa con una marca, servicio o producto y pasa por diferentes etapas en relación con los mismos.

De esta manera, los clientes se pueden considerar: clientes activos (de compra frecuente, habitual u ocasional); clientes inactivos (sin acto de compra).

¿Qué es el servicio de atención al cliente?



¿QUÉ ES EL SERVICIO AL CLIENTE?

QuestionPro

El **servicio al cliente** se refiere a todas las acciones implementadas para los clientes antes, durante y después de la compra. También conocido como servicio de atención al cliente, se realiza para cumplir con la satisfacción de un producto o servicio.

Este proceso involucra varias etapas y factores. No nos referimos exclusivamente al momento en que un cliente hace una compra, sino lo que ocurre antes, durante y después de la adquisición de un producto o utilización de un servicio.

Un buen servicio al cliente no sólo es responder las preguntas del cliente, sino ayudarlo cuando ni siquiera ha pedido nuestra ayuda, adelantarnos a lo que necesita y cubrir sus necesidades de manera eficaz. Existen otros

aspectos como la amabilidad, calidad y calidez que también influirán en el servicio ofrecido.

Factores que influyen en el servicio al cliente

La manera en que interactuamos con nuestros clientes es muy importante para lograr una mejor experiencia del cliente, que no es más que proporcionarle un buen servicio o producto y que logremos cumplir con sus expectativas.

En caso contrario, si otorgamos un mal servicio o vendemos un producto que no cumpla con lo que el cliente esperaba, lo único que provocamos es una mala experiencia que se traduce en bajas ventas, pérdida de clientes y mala reputación de boca en boca, lo que también puede ocasionar que los que todavía no son nuestros clientes, prefieran irse a la competencia.

Diferencia entre servicio al cliente, atención al cliente y experiencia del cliente

Atención, experiencia y servicio al cliente tienen diferencias que son claves para distinguirlos

El servicio al cliente prevé los problemas que pueden tener los clientes y trata de resolverlos de forma preventiva. Se centra en detectar los problemas desde el principio, evitando que se agraven.

La atención al cliente se centra en resolver los problemas que los clientes han identificado. La clave de la asistencia es proporcionar los medios y los métodos para solucionar el problema o la preocupación en cuestión.

La experiencia del cliente es la suma de todos los contactos, desde el descubrimiento e investigación de un producto hasta su compra, pasando por su uso real y su seguimiento por parte de la marca. No se trata de una sola interacción, sino de todo el ciclo de vida del cliente y de todos los puntos de contacto que éste tiene con un producto o servicio.

Consejos para tener clientes satisfechos

La imagen de una marca depende de su servicio al cliente, el consumidor juzga un servicio como un todo. La relación con los clientes no sólo depende del equipo de marketing. La gestión de la fuerza de ventas también juega un papel importante en el servicio al cliente. La actitud, la formación y la comunicación de los empleados influyen en la percepción del servicio prestado.

Si el cliente está feliz con lo que le ofrecemos, seguramente regresará una y otra vez, nos recomendará con sus amigos, familiares o conocidos. Esto lleva su tiempo, pero hay que trabajar diariamente en ello y obviamente requiere inversión, tanto de tiempo, dinero y esfuerzo.

Con los avances tecnológicos tanto clientes y empresas tienen más oportunidad de estar comunicados entre sí, interactuar y conocer lo que el cliente piensa, opina o quiere.

Por ello las empresas que destacan de otras son las que cuentan con soporte de correo electrónico, atención vía telefónica o web, chat, encuestas online o redes sociales, y las utilizan para dar servicio antes, durante y después de una compra, por ejemplo a través de una encuesta post venta.

TIPOS DE CLIENTES

Tipos de clientes según su nivel de fidelización

- Cliente ocasional

Clientes que compran por primera vez o lo hacen ocasionalmente, pero sin una frecuencia establecida.

- Cliente de compra regular

Suele repetir la compra en el establecimiento, pero en ocasiones también consume en la competencia.

- Clientes de compra frecuente

Siempre compra el tipo de productos/servicios que vendemos en nuestro establecimiento.

- Clientes-embajadores

Cumple las características del cliente de compra frecuente, pero, además, comparte con sus familiares o compañeros las bondades de nuestra marca. En otras palabras, es una especie de 'fan' del negocio.



Tipos de clientes según su comportamiento

- Cliente amable

Se muestra amistoso y te da la razón en casi todo, pero no tiene las cosas claras. No te confíes, es mejor que le enseñes pocos productos para no incrementar sus dudas.

- Cliente reflexivo

Son personas que se muestran muy organizadas y a las que les gusta contar con información antes de hacer la compra. Hay que atenderlas con paciencia, mostrar tranquilidad y datos objetivos sobre el producto. Nunca hay que presionarle para que tome una decisión.

- Cliente entusiasta

Le encanta hablar y puede que incluso te cuente parte de su vida. Además, sus conversaciones no tienen por qué girar en torno a la compra. Repite las ideas y le gusta escuchar a los dependientes. Trata de centrar la conversación en el producto e intenta ser conciso al hablar. Debes ser tú quien dirija el proceso de compra, no te muestres aburrido ante sus exposiciones.

- Cliente tímido

Te darás cuenta con rapidez que estás ante un cliente tímido, ya que guarda las distancias y ni siquiera te mira a los ojos. Gánate su confianza, muéstrale todo lo que necesite y trata de guiar su compra.

No le hagas sentir inseguro con miradas fijas o con preguntas personales, tampoco te acerques demasiado a él para que no se sienta intimidado.

- Cliente indeciso

Es un cliente que manifiesta muchas dudas a lo largo de todo el proceso de compra. Recopila mucha información y por eso la compra puede alargarse en el tiempo. Hay que ser paciente y estar dispuesto a explicar muy bien el producto y a ofrecerle alternativas. No se debe agobiar a este tipo de cliente ni presionarlo.

- Cliente silencioso

Como habla poco, escucha muy bien todo lo que se le dice. No deja ver lo que piensa y es difícil adivinar lo que necesita. Hay que ser amable, dar opciones y mostrar interés. Es bueno no interrumpirle y no pensar que no escucha por el hecho de que esté tanto tiempo en silencio.

- Cliente discutidor

Se nota que tiene ganas de discutir y suele mostrarse soberbio en el trato. No hay que perder los nervios, pero hay que ser firme en todo momento. Hay que evitar discutir, pero tampoco debes mostrarte temeroso. No es bueno que cedas en todo, pero puedes plantearte hacerlo en algo.

- Cliente orgulloso

Se trata de un tipo de cliente que cree saberlo todo. Quiere mantener el control y hace uso de su buena labia para conseguirlo. No se deja

aconsejar y quiere que otros elogien el hecho de que parezca conocer a fondo el producto. Debes demostrar que tú también conoces el producto y explicar muy bien en qué consiste. Mantén la calma y escucha con atención. Trata de no corregirlo abiertamente.

- Cliente escéptico

Le encanta resaltar lo malo del producto y obviar lo bueno. Es desconfiado y teme que quieras manipularlo para que compre tu producto y, por eso, se muestra a la defensiva. Muestra datos objetivos, menciona tanto las ventajas como las desventajas. No te impacientes y ayúdale hasta que complete la venta.

- Cliente ocupado

Te dejará claro desde el principio que no tiene tiempo y puede que esté haciendo otras cosas mientras compra, como hablar por teléfono. Suele ser caótico e impaciente. Intenta que el ambiente sea tranquilo y no intentes la venta si no te presta atención.



Tipos de clientes en función su satisfacción

- Clientes complacidos

Son los que muestran un mayor grado de satisfacción. Este tipo de clientes no encuentra ningún 'pero' a la marca y no se plantea acudir a la competencia. Normalmente, son clientes-embajador, porque suelen hablar bien a sus conocidos sobre la empresa.

- Clientes satisfechos

Sus expectativas están cubiertas, por lo que no buscarán el irse a la competencia. Sin embargo, las personas que entran en esta categoría de tipos de clientes sí pueden irse si se encuentran con una oferta mejor, por lo que vale la pena intentar fidelizarlos con ofertas recurrentes para eliminar esta tentación.

- Clientes indiferentes

Como su nombre indica, no tienen una postura definida. Son muy volátiles, por lo que pueden cambiar fácilmente de marca (aunque es muy probable que sigan siendo clientes ocasionales).

- Clientes insatisfechos

Son clientes que no ven sus expectativas cumplidas y que quieren desistir de la relación comercial. Revertir la situación puede ser muy difícil, pero a veces puede lograrse con una disculpa y una buena oferta.

- Clientes rehenes

Los clientes rehenes a veces se agrupan bajo la categoría de clientes insatisfechos. Son aquellos que no están conformes con el servicio y que desean cambiar de proveedor, pero que no lo hacen porque no encuentran alternativas accesibles o porque no pueden (por los costes del cambio, el timing, las cláusulas del contrato, etc.)



