

# ATENCIÓN AL CLIENTE

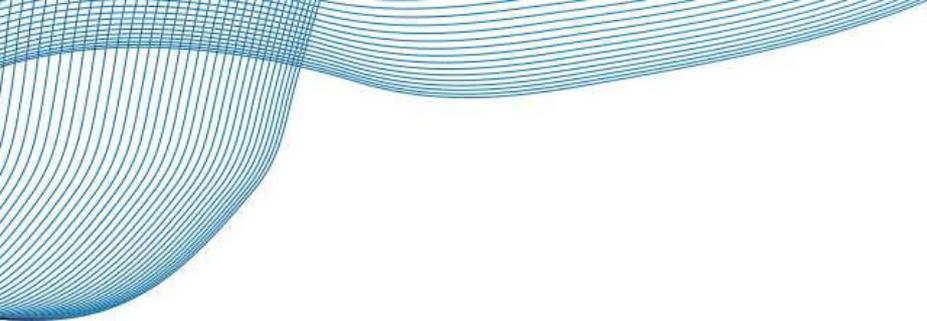


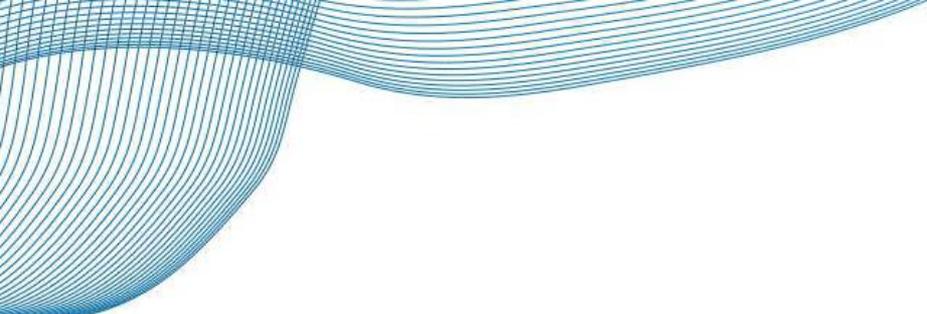
# INTRODUCCIÓN

El coste de conseguir un nuevo cliente es mayor al de mantener al cliente satisfecho y notablemente menor al de recuperar al cliente perdido.

La competencia hace que los clientes sean más exigentes, entonces debemos buscar los valores añadidos.

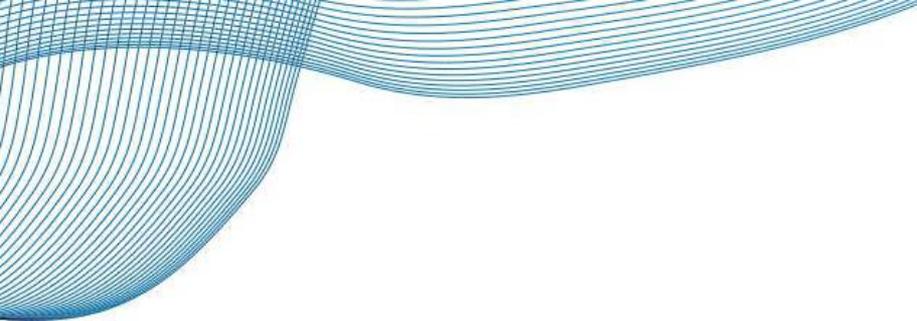


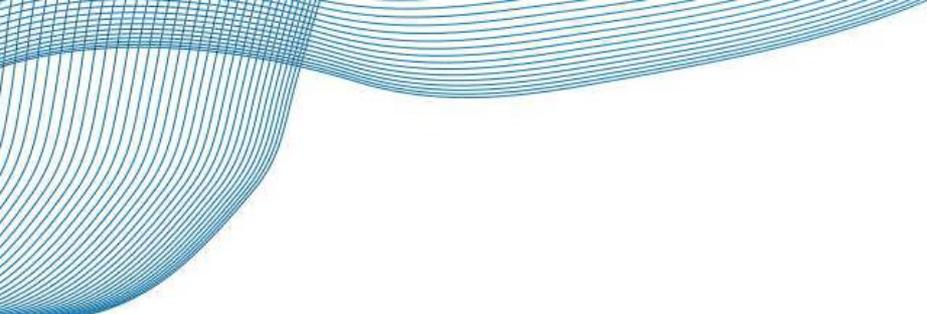




La atención al cliente es un proceso encaminado a la consecución de la satisfacción total de los requerimientos y necesidades de los mismos, así como también atraer cada vez mayor número de clientes por medio de un posicionamiento tal que lleve a éstos a realizar gratuitamente la publicidad de persona a persona.



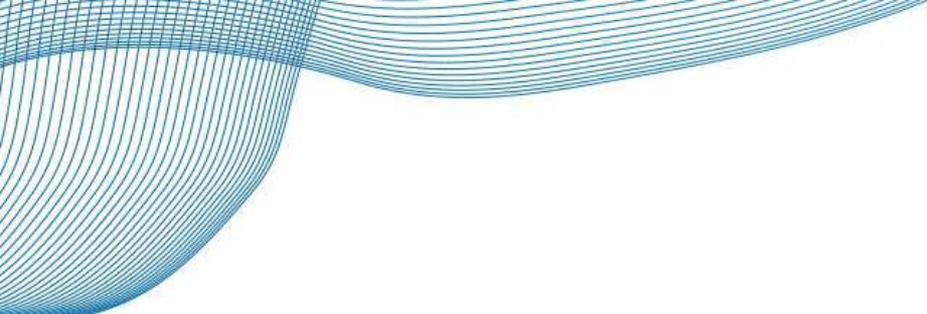




# CONCEPTOS CLAVE

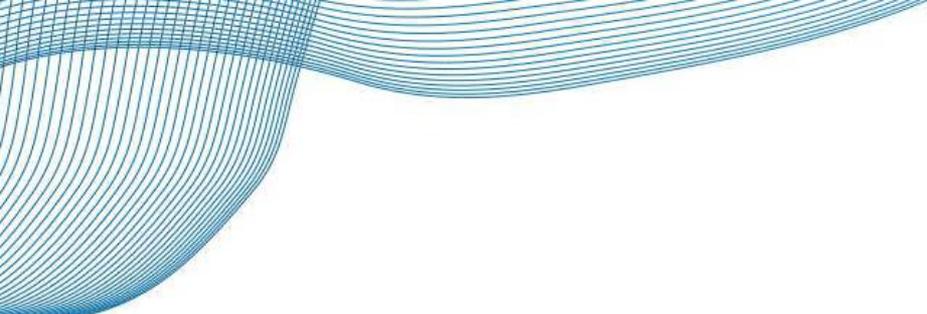
CALIDAD: Dar al cliente lo que *ÉL* necesita

EXCELENCIA: Sorprender al cliente dándole más de lo que se le prometió. Superar sus expectativas



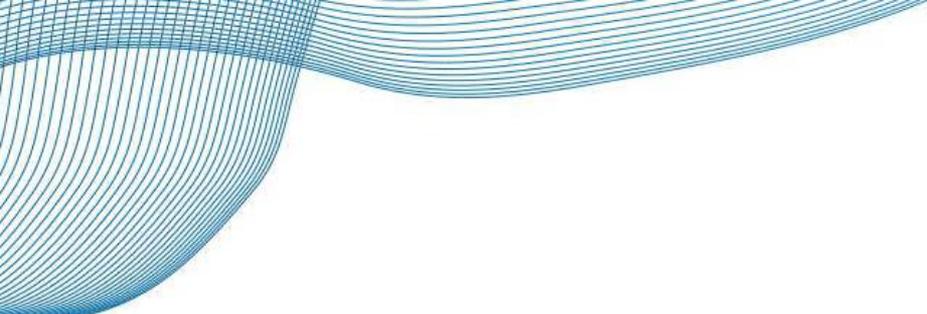
**SATISFACCIÓN DEL CLIENTE:** Actitud positiva del cliente hacia la empresa, que demuestra que el producto o servicio brindado ha cubierto sus necesidades y expectativas

**LEALTAD DEL CLIENTE:** Actitud positiva del cliente hacia la empresa que se demuestra en términos de recompra y/o recomendación



## **GESTIÓN DE ATENCIÓN AL CLIENTE**

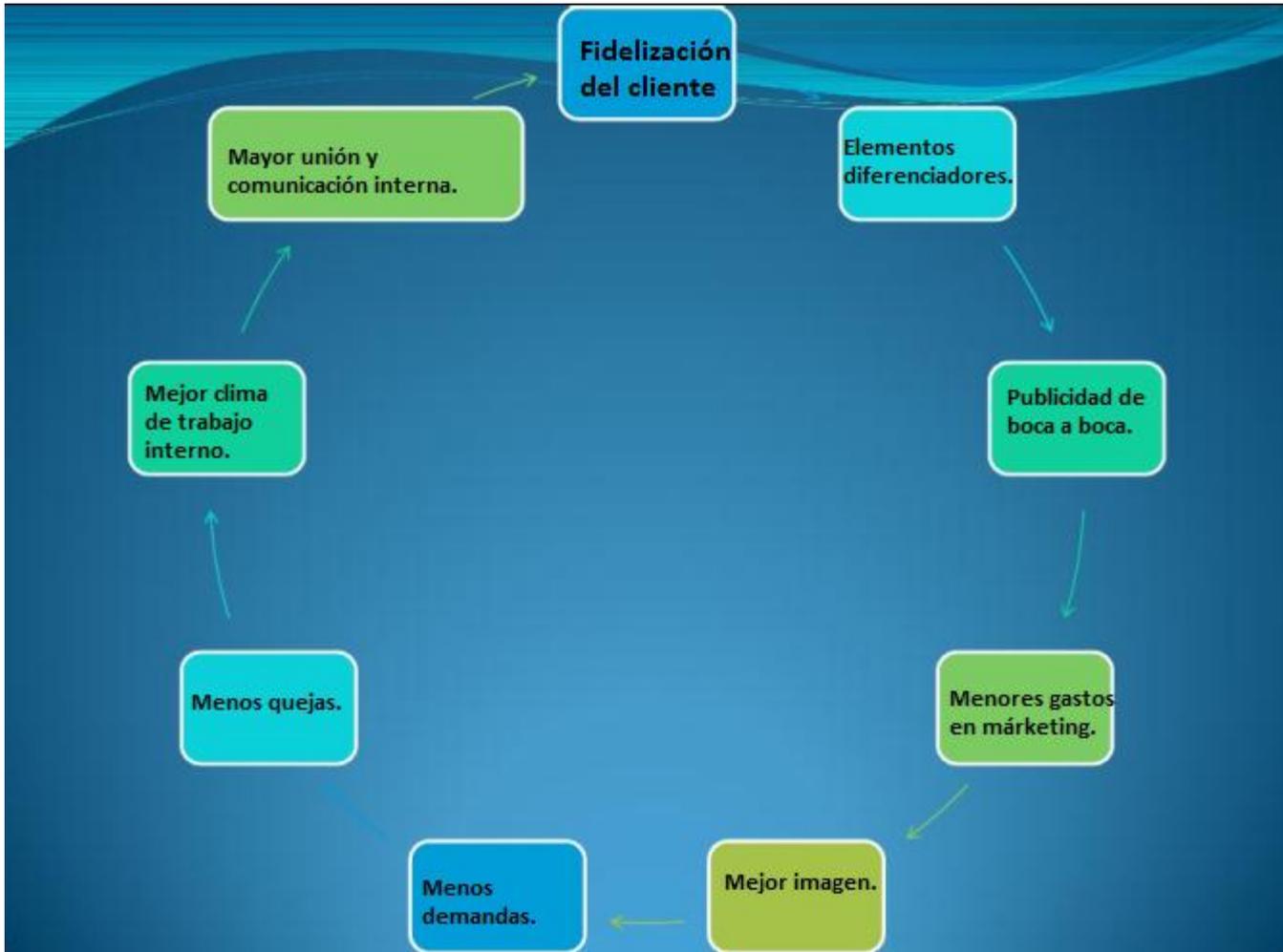
Conjunto de actividades desarrolladas por las organizaciones con orientación al mercado, encaminadas a identificar las necesidades de los clientes en la compra para satisfacerlas, logrando de este modo cubrir sus expectativas, crear o incrementar la satisfacción de los clientes.



## IMPORTANCIA

El nombre completo de una persona consta de nombre (s) y apellidos paterno y materno. Al archivar un documento relacionado con una persona, se toma en cuenta lo siguiente:

- Primero se anota el apellido paterno, luego el materno y por último el nombre (s), antecedido de una coma.



## CARACTERÍSTICAS

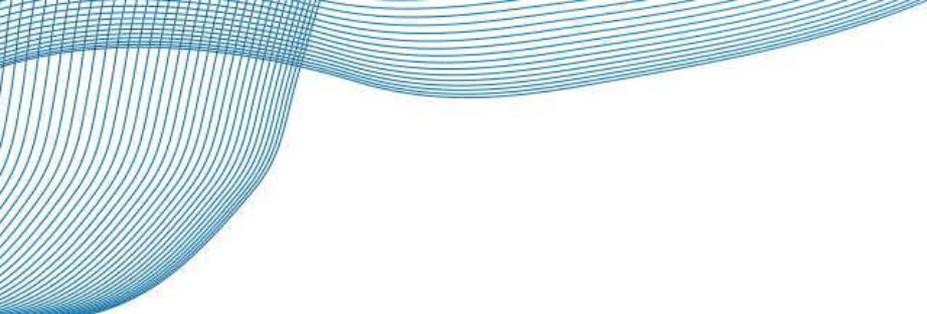
- Conocimiento de necesidades y expectativas del cliente.
- Flexibilidad y mejora continua.
- Su meta es la fidelización.
- Conocer al cliente.
- Toma al cliente como ser humano con sentimientos



## EL SERVICIO

- La empresa llama a la hora convenida.
- Se proporciona información del surgimiento del problema
- Se da la información para dirigirse al departamento correcto.
- Se permite hablar con alguien con autoridad.
- Se especifica el tiempo que se tardará en solucionar el problema.
- Se contacta rápidamente tras resolver el problema.
- Si el problema es irresoluble se propondrán alternativas útiles.
- Se trata a los clientes como personas
- Se aconseja acerca de la mejor manera de evitar problemas en el futuro.
- Se proporciona informes parciales de algún problema que no pueda resolverse inmediatamente.





## FIDELIZACIÓN DE LOS CLIENTES



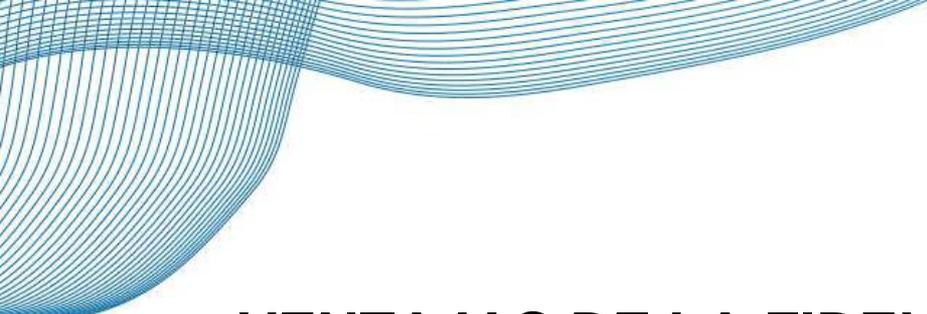
La fidelidad del cliente es la actitud positiva que supone la unión de la satisfacción del cliente (elementos racionales y afectivos) y la acción de consumo estable y duradera

## FIDELIZACIÓN DE LOS CLIENTES

La fidelización al cliente es un proceso estructurado y coherente que integra los programas de fidelización que son pautas de acción encaminadas a incentivar el consumo del cliente.

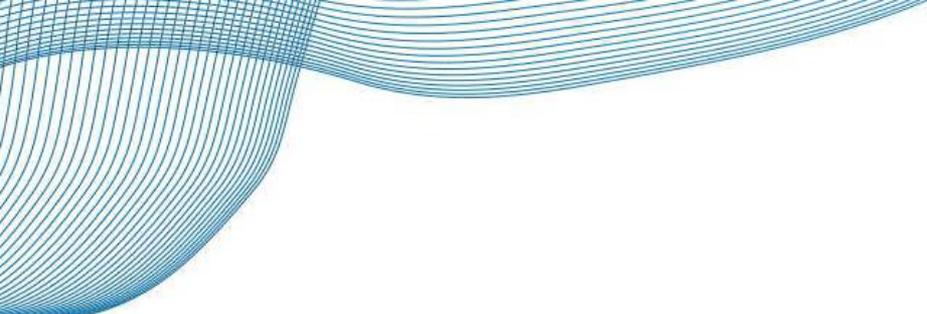
Estos programas se basan en acciones comerciales y de comunicación sistemática mantenidas a lo largo del tiempo y que añaden valor para el cliente.





## VENTAJAS DE LA FIDELIZACIÓN

- Incremento de valor en la percepción del cliente. Ofertar al cliente una serie de ventajas que incrementan el valor percibido: regalos por un mínimo de consumo, viajes, descuentos.
- Obtención de información. A través de las fichas de datos, sirve para conocer al cliente.
- Eficacia comunicativa. Desarrollar campañas personalizadas, por ejemplo analizar a quién se manda mails y a quién folletos.



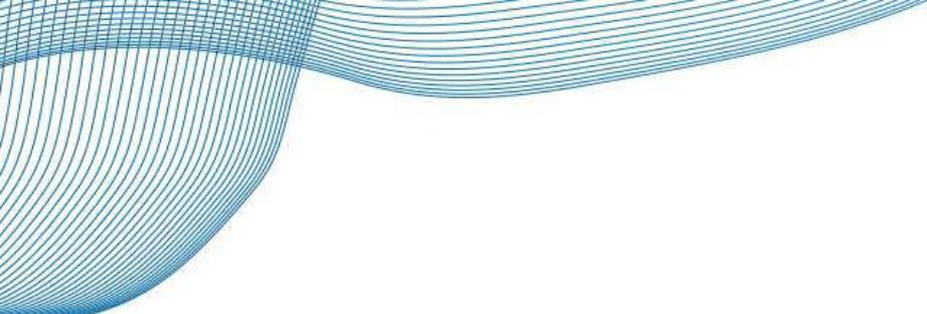
## ETAPAS DEL PROGRAMA DE FIDELIZACIÓN

1. Sistema logístico de información. Sistemas de recoger información de los clientes
2. Definición de público objetivo. De cada uno de los programas para eso es necesario segmentar el programa
3. Selección de ventajas o incentivos. Definirlos estímulos para cada tipo de cliente y cómo se los van a dar
4. Diseño de estrategia de comunicación. Mails, correo, teléfono. Resaltar aspectos que puedan crear valor y satisfacción al cliente.
5. Implementación. Las respuestas a la comunicación deben ser inmediatamente cuantificables. Los sistemas de información deben estar listos para recoger información desde el primer momento para transformarla en algo útil. Lo que se ofrece ya debe estar disponible. El personal de contacto debe estar bien informado.



## ETAPAS DEL PROGRAMA DE FIDELIZACIÓN

6. Evaluación. Las variables con las que se puede medir la fidelización son:
  - Incremento de la satisfacción del cliente a través de encuestas y sondeos.
  - Respuestas del cliente obtenidas en una determinada campaña.
  - Repetición de compras.
  - Prescripción es decir cuántos nuevos clientes fueron atraídos por un antiguo cliente.
  - Respuestas a incentivos, hacer un análisis del volumen de respuestas en relación al valor del incentivo ofertado.



## ¿QUIEN ES EL CLIENTE?

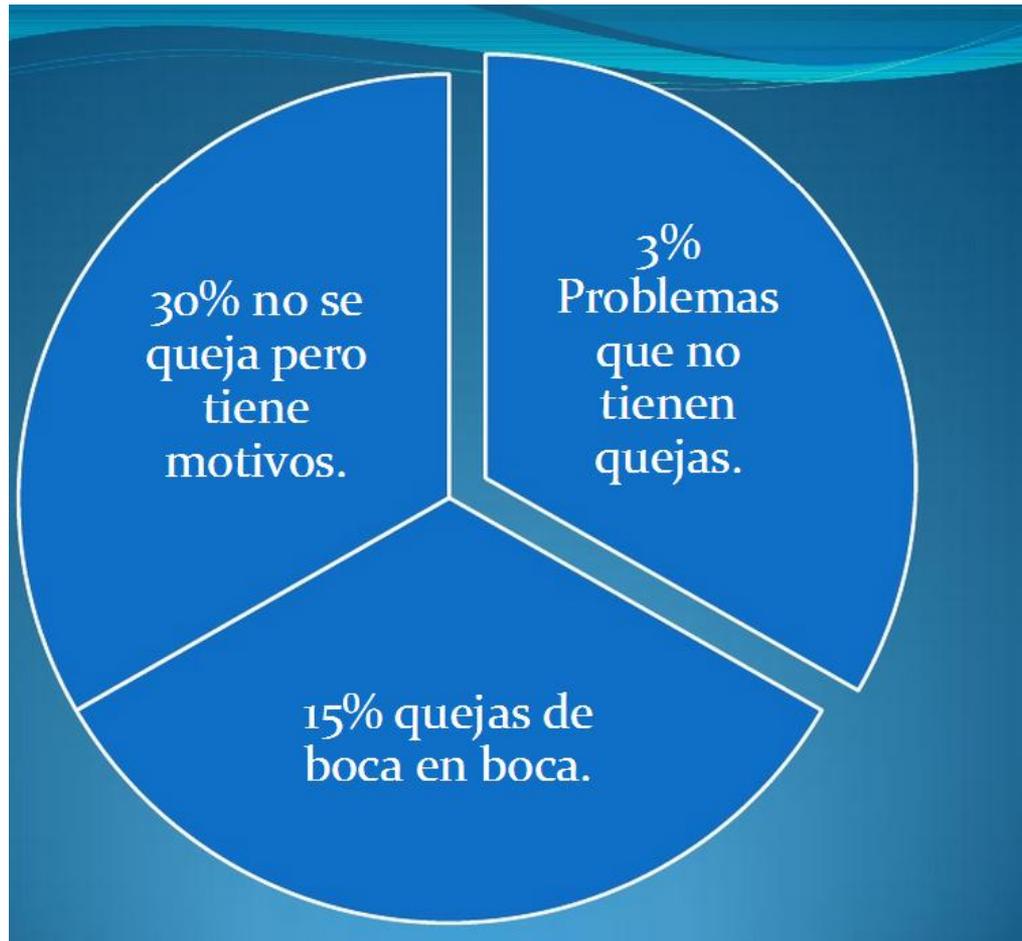
- ❖ PERSONA MÁS IMPORTANTE.
- ❖ NO DEPENDE DE NOSOTROS.
- ❖ NO NOS HACE FAVORES.
- ❖ TIENE EMOCIONES Y SENTIMIENTOS.
- ❖ NOS TRAE NECESIDADES Y DESEOS QUE DEBEMOS SATISFACER.
- ❖ ES QUIEN HACE EL JUICIO SOBRE LA CALIDAD DEL SERVICIO.

## ¿QUÉ BUSCA EL CLIENTE?

- Precios razonables.
- Calidad acorde a su inversión.
- Atención amable y personalizada.
- Horario cómodo.
- Proximidad geográfica.
- Créditos variados.
- Local cómodo y limpio.



## CLIENTES Y QUEJAS



## ATENCIÓN AL PÚBLICO

- Cortesía.
- Rapidez
- Confiabilidad
- Atención personalizada.
- Personal impecable.
- Personal bien informado.
- Simpatía





## ATRIBUTOS ESENCIALES PARA LA ATENCIÓN AL CLIENTE

- Accesibilidad. Se deben poder contactar fácilmente con la empresa.
- Eficiencia y precisión.
- Uniformidad y constancia.
- Receptividad.
- Confiabilidad. Capacidad de ejecutar el servicio que prometen sin errores.
- Credibilidad. El personal debe proyectar una imagen de veracidad que elimine cualquier indicio de dudas.



## **ATRIBUTOS ESENCIALES PARA LA ATENCIÓN AL CLIENTE**

- Cortesía, cuidado, entrenamiento.
- Seguridad. Los servicios prestados carecen de riesgos.
- Satisfacción y placer.
- No improvisar.
- Asegurarse que la respuesta ha sido comprendida por el cliente.



## ATRIBUTOS ESENCIALES PARA LA ATENCIÓN AL CLIENTE

- Capacidad de respuesta. Predisposición a atender y dar una respuesta eficiente sin tiempos muertos ni esperas injustificadas.
- Profesionalidad.
- Imagen. La manera en cómo se presenta un servicio.
- Expectativas y percepción de la calidad.
- Extensión o prolongación de la satisfacción.