

# Bases de servicio al cliente

---

## Mesa del contenido

<b>Introducción al Servicio al Cliente</b>	2
Servicio al cliente en el 21 siglo	2
Los tres elementos claves	2
Expanda su definición de servicio	2
¿Quiénes son sus clientes?	2
Desarrolle una forma amigable para acercarse al cliente	3
Que significa Servicio al Cliente?	3
Cualidades del Servicio al Cliente	4
Cualidades profesionales en el Servicio al Cliente	4
Información buena a menudo es buen servicio	5
<b>Simple Acciones Enormes Resultados</b>	6
Conversaciones sobre el teléfono	7
No es lo que dice, es cómo usted lo dice	7
Etiqueta en el teléfono	7
Responder el teléfono	7
Terminar la llamada	8
Primeras impresiones – Usted solo tiene una oportunidad	8
Causar una Buena Primera Impresión	8
Diez Mayores Hacer y No Hacer en el Servicio al Cliente	9
Recordatorios útiles para las respuestas corteses y amigables	11
<b>Predique con el ejemplo – tratar con el cliente</b>	12
Comunicarse con el cliente insatisfecho	12
Resolver los problemas del cliente	13
Continuar con el cliente	14
Es bueno complacer	14
Iniciativa	14
<b>Servicio al Cliente atributos a copiar</b>	14

# Bases de servicio al cliente

---

Beneficios del Bueno Servicio al Cliente ..... 15

## Introducción al Servicio al Cliente

Existe sólo un jefe, y si una persona hace brillar zapatos para ganarse la vida o encabezan la corporación más grande del mundo entero, el jefe permanece el mismo. Es el cliente! El cliente es la persona que paga el sueldo de todos y quien decide si un negocio va a tener éxito o fracasar. En realidad, el cliente puede despedir a todos en la compañía desde el CEO hacia abajo, y lo puede hacer simplemente gastando su dinero en otro lugar.

Literalmente todo lo que nosotros hacemos, cada concepto percibido, cada tecnología desarrollada y empleado asociado, es directamente con un objetivo claro en mente - complacer al cliente.

## Servicio de cliente en el 21 siglo

Pregunte cualquier CEO de una compañía, presidente de un banco, gerente de una oficina, administrador o proveedor de personal y ellos le dirán CUAN IMPORTANTE el cliente es sus operaciones y éxito. Sesión tras sesión, las cabezas de la industria, el sector de servicio, utilidades y el gobierno trata de convencer a la audiencia cuánto ellos creen en el servicio al cliente.

“Es nuestra misión; es nuestra prioridad número uno; es nuestra meta; es porque estamos en el negocio, etc.” a menudo resultan ser epitafios simples. Desafortunadamente, éstos mismos “clientes amigables” ejecutivos vuelven a sus oficinas, desempleen personal, fallan al iniciar un plan de mejoramiento de servicio al cliente y envían memos al exterior diciendo que las quejas de los clientes son injustificadas y exageradas.

## Los tres elementos claves

### Expanda su Definición del Servicio

Como se definen las formas de servicio en cada interacción que tenga con sus clientes. Definiciones limitadas de servicio basado en un intercambio de dinero por bienes o servicios no alcanza el punto general de servicio al cliente. "Servicio" debe proporcionar al cliente más de un producto o de actos realizados en su nombre. Debe proporcionar la satisfacción. En esencia, el cliente debe irse contento con el resultado de la operación - no sólo el contenido sino que realmente feliz. Un cliente satisfecho seguirá siendo un cliente que compra y un cliente que vuelve.

### ¿Quiénes son sus clientes?

Los clientes, compradores y clientes quieren pagar un precio justo por servicio de calidad o productos, y sentirse satisfecho que han pagado por un servicio/producto y recibieron lo que han pagado por retorno. Quieren que alguien les cuide también. Ellos necesitan alguien que comprenda sus necesidades y ayude a responderlas. Necesitan alguien que sostenga sus manos y les encamine a través del proceso. El servicio de cliente empieza con la habilidad para escuchar al cliente y descubra a través del interrogatorio cortés lo que él/ella necesite o desea.

## Bases de servicio al cliente

---

Atención al cliente y contacto con el cliente significa que el cliente va a ser oído y su/sus problemas no quedarán sin respuesta o ignoradas. También significa llegar a conocer lo que a su cliente, él /ella le gusta - disgusta, ideas, antecedentes, etc.

El otro aspecto más importante de hacer es escuchar lo que el cliente está diciendo. Si la gente no entiende lo que está motivando al cliente, no van a tener éxito en el manejo de ellos. Haz una investigación sobre los clientes, sus hábitos, y lo que quieren y esperan.

La mayor parte de servicio al cliente se define por la forma como una empresa u organización trata a "clientes externos", pero hay "servicio al cliente interno " también. Aunque este manual se dirige principalmente a los "clientes externos", ampliando su definición de servicio al cliente, el incluir compañeros de trabajo pueda llevar a un éxito aún mayor. Recuerde, la cadena cliente interno es igual que el exterior, somos todos los clientes, tanto dentro como fuera de la empresa u organización. Como un artículo del *Wall Street Journal* dijo sucintamente: " Los empleados mal tratados tratan a los clientes la misma manera deficiente. "

### Desarrolle una forma amigable para acercarse al cliente

Algo en común entre todas las empresas u organizaciones que ofrecen un buen servicio es el desarrollo de un sistema y la actitud de servicio de promoción accesible al usuario. Por "amigables" nos referimos a ver al cliente como la parte más importante del trabajo. El cliché, " El cliente siempre tiene razón "se deriva de este ambiente agradable al cliente. Dos cualidades críticas para el "enfoque amigable al cliente" son:

- Comunicaciones
- Relaciones

Las dos tareas principales de las relaciones con clientes exitosos son para comunicarse y desarrollar relaciones. No toman un gran esfuerzo, pero no ocurren instantáneamente tampoco. Positivo diálogo/comunicación con sus clientes y desarrollar relaciones duraderas con sus clientes son, quizás, las dos cualidades más importantes que debe esforzarse en el servicio al cliente.

### Que significa Servicio al Cliente

Como se mencionó anteriormente, el servicio al cliente significa ofrecer un producto o servicio de calidad que satisfaga las necesidades/deseos de un cliente y les hace volver. Buen servicio al cliente significa mucho más - significa el éxito continuado, aumento de beneficios, una mayor satisfacción profesional , la mejora de la moral de la empresa u organización, un mejor trabajo de equipo, y la expansión del mercado de los servicios/ productos.

## Bases de servicio al cliente

---

Piensa en esto lugares donde le gusta hacer negocios - tiendas, estaciones de servicio, proveedores, bancos, etc. ¿Por qué, aparte del producto real o el servicio que ofrecen, ¿le gusta hacer negocios con ellos? Usted probablemente encontrará para ser cortés, puntual, amable, flexible, interesada y una serie de otras cualidades ejemplares. Ellos no sólo satisfacen sus necesidades y le ayudan en su labor, pero te hacen sentir positivo y satisfecho. Usted viene a depender de su nivel de servicio para satisfacer sus necesidades y deseos.

Por otra parte, vamos a revisar un negocio que no le gusta, incluso odia utilizar, pero en algunos casos lo hacen por necesidad. Tal vez es el DMV, cuando se necesita una nueva licencia de conducir o tal vez es la tienda local que lleva a un producto que usted necesita, pero que ofrece un servicio pésimo cuando usted compra. En ambos casos estamos dispuestos a plantear la hipótesis de que la experiencia de los clientes se vio empañada por las largas colas, servicio hosco, procesamiento ineficiente, empleados o vendedores descorteses y poco amistosos, falta de flexibilidad y empatía que hace difícil la situación del cliente. En estos casos se siente abusado, insatisfecho y siente que han tomado ventaja, en esencia, su experiencia es totalmente negativa.

Por desgracia, en los casos que hemos delineado arriba, no hay competencia por los servicios/productos ofrecidos o que de buena gana no consideraría utilizar el Ministerio de Transporte o la tienda con servicio grosero. Esta es la ventaja de un monopolio sobre un bien o servicio, porque en un mercado competitivo, las tiendas de los clientes insatisfechos en otros lugares.

Recuerde, el buen servicio al cliente resulta en la satisfacción del consumidor y el retorno de los clientes y el crecimiento en los negocios. Mal servicio al cliente, a excepción de los bastiones de monopolio, por lo general se traduce en insatisfacción de los consumidores, la falta de retorno de los clientes y la disminución de los negocios.

### Cualidades de Servicio al Cliente

**Servicio al cliente = Responsabilidad + Entrega**

#### Cualidades profesionales en el Servicio al Cliente

Los profesionales que negocian constantemente con clientes (dentro de y fuera de la compañía) necesitan esforzarse por ciertas cualidades para ayudar a responder las necesidades del cliente.

Las cualidades profesionales del servicio de cliente para enfatizarse siempre se relacionan con lo que el cliente desea. Después de años de la votación y estudio de los mercados, resulta que los clientes están internalizando constantemente su experiencia. Lo que significa que ellos están calificando el servicio al cliente durante cada transacción pero usted raramente sabe ello. Mientras que allí está una multitud de necesidades de cliente, seis necesidades básicas resaltan:

## Bases de servicio al cliente

---

- Amistad - el más básico y asociado con cortesía y cordialidad.
- Empatía - el cliente necesita saber que el proveedor de servicios aprecia sus necesidades y circunstancias.
- Justicia - el cliente quiere sentir que reciben atención adecuada y respuestas razonables.
- Control - el cliente quiere sentir su/sus necesidades y su entrada tiene influencia en el resultado.
- Información - los clientes quieren conocer los productos y servicios pero en una manera pertinente y sensitiva de tiempo.

Es también muy importante para los empleados al servicio al cliente tener información sobre su producto o servicio. Los proveedores de servicios que contestan, " yo no sé " o "no es mi departamento" son rebajados y degradados de forma automática en la mente del cliente. Estos empleados pueden terminar sintiéndose hostiles así como sin equipo. Los clientes quieren información; ellos no respetan y desconfían de la persona que debe tener información pero no la tiene.

### **Información buena a menudo es buen servicio**

Los empleados necesitan ser fortalecidos para satisfacer a los clientes. Los empleados darán mal servicio al cliente si ellos mismos reciben un mal servicio y poca realimentación de sus gerentes y supervisores. Recordar: el servicio de cliente externo empieza con el servicio al cliente interno.

## Bases de servicio al cliente

---

### Simple acciones Enormes Resultados

- Los clientes gustarán hasta un 10% más por el mismo producto con el servicio mejor.
- Cuando los clientes reciben un buen servicio lo dicen a 0-12 personas como promedio.
- Cuando los clientes reciben un pobre servicio lo dicen hasta arriba de 20 personas.
- Existe un 82% de oportunidad de que los clientes recomprarán de una compañía donde ellos están satisfechos.
- Existe un 91% de oportunidad de que un servicio pobre disuadirá a un cliente de alguna vez regresar a la compañía.

A menudo no es lo que usted articula sino cómo se presenta. Lo que llevas y cómo te expresas tiene mucho que ver con cómo lo que usted dice es recibido.

¿Alguna vez has notado cómo una persona que se viste, incluso fuera de estilo, siempre manda más autoridad y respeto? La impresión que hacen y lo que tienen que decir es realzada por su presentación personal, gestos faciales y manuales, así como la sustancia de lo que tienen que decir. Como resultado, la sustancia es sólo una parte de la ecuación de ser persuasivo e influir en la percepción.

En un nivel, esto parece injusto y superficial porque lo que una persona dice y cómo se comportan deben ser más importantes que si están bien cuidados, sonriendo y bien vestido. Sin embargo, la percepción visual juega un papel vital en las impresiones y reacciones humanas. Por razones psicológicas no siempre entienden, la naturaleza y comportamientos aprendidos que han enseñado a los seres humanos a percibir aseados, sonrientes, los individuos bien presentados de una manera más imponente.

Está claro que sólo con lucir bien no va a producir el nivel deseado de satisfacción al cliente.

- Sonreír - no hay nada como una sonrisa y cara placentera para saludar un cliente, especialmente si él/ella tiene una queja. Una sonrisa y una conversación cortés pueden desarmar inmediatamente un cliente descontento. La expresión facial pone un tono positivo antes que usted comience a hablar. Una expresión facial relajada o placentera es lo ideal la mayor parte del tiempo.
- Contacto visual - siempre examine los ojos de su cliente. Directamente su dirección hacia ellos.
- Cómo mira - la apariencia personal tiene un impacto grande en sus clientes. Las manos sucias, pelo desordenado y mal vestido puede significar la pérdida de un cliente. Al interactuar recíprocamente con clientes, vista aseadamente y en una manera profesional para obtener el respeto y para dejar saber a los clientes que usted toma seriamente su posición.
- Estrechar manos - al estrechar manos con un cliente, un apretón de manos firme, profesional se espera. Esta parte del saludo es ahora común entre ambos hombres y mujeres en un entorno profesional.
- Esté atento - al escuchar a un cliente, ligeramente inclínese hacia su cliente e incline la cabeza muy ligeramente para indicar que lo está escuchando.
- Tono de voz -- siempre transporta amistad y cordialidad. No levante su voz con frustración o ira no importa cuán difícil o tedioso un cliente puede comportarse.
- La mano gesticula - use los movimientos manuales para enfatizar lo que dice (aún en el teléfono) y para enfatizar sus sentimientos.

## Bases de servicio al cliente

---

- Espacio personal - esto es la distancia que se siente confortable entre usted y la otra persona. Si otra persona se le acerca e invade su espacio personal, usted se mueve de forma automática para atrás sin pensar. Es incómodo. Deje la distancia adecuada entre usted y su cliente. El espacio adecuado es importante para hacer que los clientes se sientan seguros y sin amenazas.
- Postura - hundirse súbitamente en una silla o inclinarse contra una pared al interactuar recíprocamente con un cliente son señales seguras de que usted no está interesado en el cliente. Su posición o postura deberían expresar atención, amistad, y franqueza. Inclínese hacia el cliente, mírelo a la cara, e incline la cabeza para dejarle saber que se interesa.
- Observación - note cómo su cliente se comporta y como él/ella reacciona positivamente mientras que usted está proporcionando el servicio.

Recuerde, las acciones pequeñas anotadas arriba significan mucho en el área de las relaciones al cliente. Pueden cambiar percepciones del cliente y finalmente afectar el éxito del esfuerzo de sus relaciones al cliente.

### Conversaciones por teléfono

#### No es lo que dice, es cómo usted lo dice

El momento que contesta un teléfono, el idioma corporal y las percepciones visuales desaparecen y su tono de voz se convierte en dominante.

Casi el mensaje entero que proyecta al cliente en el teléfono es derivado del tono de voz y actitud.

Por ejemplo:

- Un tono plano de voz dice al cliente, "no me gusta mi trabajo y me gustaría estar en otra parte."
- Tono y presentación lentos dicen, "soy triste y solitario - no me molestes."
- Un tono alto, voz rápida dice, "soy entusiasta y emocionado"
- Una voz fuerte dice, "estoy enojado y agresivo."

#### Etiqueta en el teléfono

Etiqueta de teléfono, a diferencia del idioma corporal más variante, puede ser uniforme y no es culturalmente basado. El teléfono es a menudo el primer o último lugar que un cliente entra en contacto con una organización o compañía. Ser amigable en el teléfono es una de las menos costosas y efectivas vías para dar el mejor servicio al cliente.

#### Responder el teléfono

Cómo una compañía responde el teléfono pueda decir toda la historia de cómo ellos tratan a los clientes y empleados. La frase correcta dicha en el correcto orden, con un tono positivo deja una impresión buena y empieza la relación de cliente-cliente con el pie derecho.

Conteste el teléfono en el tercer sonido. Más de tres sonidos comunican caos en su oficina o descuido de parte de su compañía u organización.

## Bases de servicio al cliente

---

Salude el llamador, por ejemplo "hola ", "buenos días". Las maneras buenas muestran que respeta al llamador.

Dé su nombre, por ejemplo, "Hola, mi nombre es Emma". Esta es una cortesía que sirve para personalizar la experiencia de servicio al cliente así como permitir el cliente que lo controle por su nivel del servicio. Él/Ella tiene ahora un punto de referencia y alguien para contactar cuando llame posteriormente.

Pregunte el cliente si o cómo puede ayudar. Preguntar para ayudar es decir el cliente que usted está allí para servir su/sus necesidades y para resolver su/sus problemas. Este deja también el cliente con una impresión positiva.

Ponlo todo junto y usted tiene un ejemplo bueno:

"Buenos días, gracias por llamar a Connect/One. Mi nombre es Emma ¿Cómo puedo ayudarle?"

### Terminar la llamada

Esto es el paso final en una buena etiqueta de teléfono. Un buen representante del servicio al cliente termina la llamada con una nota positiva, repitiendo todas las acciones que se acordaron en tomarse y lo que vaya a hacer para ayudar o servir el cliente.

## Primeras Impresiones – Usted solo tiene una oportunidad

### Causar una buena primera impresión

Cada vendedor en cada negocio sabe la importancia de hacer una primera impresión positiva. Las personas de ventas saben su éxito y sustento dependerán de cómo su cliente potencial les percibe en los primeros 30 segundos de la interacción. El vendedor bueno desarrolla una armonía casi instantánea con los clientes potenciales. Clientes les gustan, siguen su consejo y entonces compre su producto.

La realidad es que preferimos hacer negocio con quienes nos gusta y confiamos. Las impresiones son la llave para desarrollar confianza y seguridad en el cliente.

Como el dicho viejo di, " nunca conseguirá una segunda oportunidad para hacer una primera impresión." Esto es porque la primera impresión es extremadamente importante y puede poner el tono para todas las transacciones futuras.

Aquí están algunas vías de crear impresiones positivas, algunas de ellas ya han sido discutidas:

- Seriedad en el cumplimiento de las necesidades del cliente
- La responsabilidad personal por un cliente
- La resolución rápida de problemas del cliente
- Ofrecer asistencia inmediata



## Bases de servicio al cliente

---

- Amistad
- Usar el nombre de cliente en una conversación
- Tono de voz placentero
- Maneras corteses y cordiales
- Limpieza
- Una sonrisa genuina

Aquí están algunos factores que crean una impresión negativa:

- Hacer esperar al cliente
- No responder el teléfono rápidamente
- No decir "por favor" y/o "gracias"
- Hablar ruidosa o condescendentemente a clientes o colegas
- Hacer caras, desaprobando, actuar distante, no sonreír
- Lucir desgredado o quien no se interesa por su apariencia
- Un apretón de manos pobre
- Enfocarse en otra tarea al dirigir o atender un cliente.
- Recuerde, las impresiones se quedan con quienes usted conoce, especialmente clientes, y una vez registradas; las impresiones negativas son difíciles de superar.

### Diez Mayores Hacer y No Hacer en el Servicio al Cliente

Todos los días los representantes de servicio al cliente enfrentan situaciones cuando lo que dicen hace o rompe un servicio de interacción. Abajo hay diez frases que nunca deben ser usadas porque frustran y encolerizan al cliente.

- "No"
- "No sé."
- "Eso no es mi trabajo. /Ese no es mi departamento."
- "Usted tiene razón -- que es malo "
- "Recobre la calma."
- "Estoy ocupado en este momento."
- "Llame de regreso."
- "Esa no es mi falla."
- "Necesita hablar con mi supervisor."
- "¿Lo quiere para cuándo?"

**No.** Todo el mundo odia la palabra "no". Es desalentador, descorazonador y desinteresado. Usted escuchará esta palabra en toda su vida como cliente y como proveedor de servicios. "No" es equivalente a "un mal servicio." "No" es fácil, barato, improductivo y negativo, y que significa el fracaso. Por desgracia, "no" es la palabra que más a menudo escuchamos cuando se introduce una nueva idea, petición o concepto. Es cierto que hay momentos en los que tendrá que decir "no", sino que se centran en lo que puede hacer por el cliente (acentuar lo positivo) y no a los aspectos negativos de la situación. Es mejor decir "Lo que puedo hacer es..." y demostrar que le importa y quiere ofrecer un servicio de calidad a pesar de sus limitaciones actuales.

## Bases de servicio al cliente

---

**No sé.** Buen servicio significa nunca decir: "No sé." Cuando un cliente oye "No lo sé", ellos escuchan, "Yo no tengo ganas de encontrar la información que necesita." Es mejor decir: "Yo voy a averiguar" o "Déjame investigar y estaré en contacto con usted lo antes posible."

**Eso no es mi trabajo.** Ese no es mi departamento: Cuando un cliente le pide hacer algo que no sabe cómo hacer o no tiene la autoridad para hacer, conviértase en un catalizador para guiar el cliente a la persona o departamento que le pueda ayudar a él/ella a resolver el problema. Mejor es decir, " Permítame trasladarlo a la persona que le puede ayudar inmediatamente con este problema."

**Tienes razón, eso es malo.** Muchos representantes de servicio al cliente sin experiencia creen por simpatizar con la difícil situación del cliente, él/ella va a ganar sobre el cliente en lugar de realmente hacer algo para resolver el problema del cliente. Si un cliente expresa enojo o frustración, no empeorarla por compadecerlo/la. Identifíquese con el cliente y trate de resolver el problema.

Del mismo modo, no hace ningún bien a su empresa u organización criticar los compañeros de trabajo u otros departamentos dentro de la empresa a los clientes. Todas las partes interesadas terminan luciendo poco profesional e ineptas. Más bien haga todo lo posible para dar cabida a los clientes. No prometa nada que no pueda cumplir, pero trate de servir bien al cliente. Es mejor decir: "Entiendo su frustración, vamos a ver cómo podemos resolver este problema"

**Cálmese.** Cuando los clientes están molestos o enojados permitirles ventilación (dentro de lo razonable) y con el tiempo se calmarán. Decirles que "se calme" es menospreciar, y a menudo sólo sirve para enfurecer aún más. Es mejor decir, "Lo siento." Esta es una de las frases ideales para el servicio al cliente. Ayuda a calmar el más enojado de los clientes y le permite comenzar el proceso de resolver una queja del cliente o solicitar "se reúna con él /ella a mitad de camino".

Disculparse no significa que usted está de acuerdo con el cliente, pero es un medio para enfatizar y avanzar más allá de la emoción del momento y el impacto negativo.

**Estoy ocupado en este momento.** No es fácil de hacer malabares con los clientes. Usted está a menudo ayudando a un cliente cuando otro lo llama o visita su área de servicio. Pedirle a un cliente ser paciente o educadamente pedirles que esperar es muy diferente que responderles diciendo que está demasiado ocupado para ayudar. Dejarlos allí de pie o en espera, son dos de los pecados mortales de servicio al cliente.

"Estar demasiado ocupado" es equivalente a decir que no le importa y que no son importantes. Haga saber al cliente que son importantes y que son conscientes de su presencia. Es mejor decir: "Yo estaré con usted en un momento" o "Espere por favor y voy a estar con usted."

## Bases de servicio al cliente

---

**Lámame de regreso.** Esta expresión transmite poco interés por parte de los empleados en relación con el cliente para satisfacer las necesidades y deseos del cliente. Usted siempre debe llamar al cliente de regreso porque quiere su negocio y tengan en cuenta sus peticiones. Ser proactivo es parte de un buen servicio al cliente.

**Eso no es mi culpa.** Si un cliente enojado le acusa de crear un problema, con razón o sin ella, la reacción natural es la defensa de uno mismo. Sin embargo, este no es el mejor curso de acción. El cliente tiene un problema que necesita ser resuelto. Al resistirse a la necesidad de defenderse a sí mismo, y se centra en las necesidades del cliente, puede resolver el problema más rápido y con menos tensión y confrontación. Es mejor decir: "Vamos a ver qué podemos hacer con este problema. "

**Usted necesita hablar con mi supervisor.** Este cliché de mal servicio al cliente ha enojado y frustrado a los clientes desde hace décadas. Los clientes suelen pedir las cosas fuera del alcance de su trabajo o de la autoridad, tal vez incluso fuera de los servicios / productos ofrecidos por su empresa. Al pasar de estas peticiones a su gerente es una opción tentadora, es mejor si intenta resolver el problema por su cuenta o ir directamente al supervisor de ti mismo y obtener una solución. Usted se convierte en un héroe de servicio para el cliente y del supervisor. Es mejor decir: "Permítame ver qué puedo hacer por usted. "

**Que lo desea para cuándo?** Los clientes a menudo hacen demandas poco realistas, sobre todo cuando se trata de tiempo. Su primera reacción puede ser molesto y es posible que desee hacer un comentario sarcástico o despreciativo. Sin embargo, lo mejor es no mostrar una actitud negativa y hacer una mala impresión. Es mejor decir: "Le voy a llamar de vuelta después de enterarme si eso es factible. "

### Recordatorios útiles para las respuestas corteses y amigables

<b>Acercamiento malo</b>	<b>Alternativa cortés y amigable</b>
"no sé."	"Permítanme averiguar para usted."
"No."	"Lo que puedo hacer es..."
"Eso no es mi trabajo."	"Permítanme encontrar la persona correcta que puede ayudarlo con..."
"Usted tiene razón, esto es malo."	"comprendo su frustración."
"Esa no es mi culpa."	"Veamos lo que podemos hacer sobre esto."
"¿Qué lo desea para cuándo?"	"Lo voy a llamar de vuelta para ver si esto es factible"
"Recobre la calma."	"lo siento."
"estoy ocupado en este momento."	"yo estaré con usted en sólo un minuto."
"Llame de regreso."	"¿yo le llamaré de regreso, cuál es su número de teléfono?"

### Predique con el ejemplo -- tratar con el cliente

#### Comunicarse con el cliente insatisfecho

¿Cuántas veces usted como cliente ha tenido que correr en el problema de las excusas. Hay un problema y la persona de ventas, técnico o representante de servicio al cliente está haciendo pobres excusas, por nombrar:

- Es culpa del computador.
- Es la culpa del otro empleado de ventas.
- Es la culpa del jefe del departamento.
- Es la culpa del sistema.
- Es la culpa del gobierno.
- Es simplemente la forma que es.

A veces se siente como si nada es culpa de nadie, o se encuentra en el departamento de nadie. Este es un mal servicio al cliente. Buen servicio al cliente significa la rendición de cuentas, la responsabilidad y la adopción de medidas para satisfacer al cliente.

Después de haber hablado de la importancia de saber cómo se siente el cliente y de lo que NO HAY QUE DECIR, vamos a abordar la noción de la forma de comunicarse con un cliente insatisfecho.

Si su cliente no está satisfecho (por razones justas o injustas), usted tendrá que utilizar algunas de las muchas técnicas de los profesionales de servicio al cliente para ganar su apoyo y lealtad continua. Al entrar en contacto con un cliente, la comunicación con él/ella, o el análisis de los problemas, no se olvide de utilizar los siguientes métodos o cualidades de los profesionales de servicio al cliente:

**Escuchar.** Es de vital importancia cuando se trata de un cliente insatisfecho o que esta quejándose, de escuchar con atención a su reclamación, queja, frustración. Sea paciente, atento y amable.

#### Expresar que usted lo siente.

"Pedimos disculpas por este error/problema".

"Estamos muy apenado por este inconveniente."

"¿Cómo podemos trabajar para resolver este problema juntos?"

"Me imagino lo frustrado que usted se encuentra."

**No discuta y no interrumpa.** Esto sólo va a empeorar la situación, sobre todo si el cliente está enojado. Déjalo hablar antes de tratar de discutir con él lo que ha sucedido.

No pierda su autocontrol. Si te quedas relajado, los clientes se calmarán.

## Bases de servicio al cliente

---

**Señale hechos.** Escuche cuidadosamente y escribirlo todo. No haga ningún comentario hasta que el cliente termine de hablar.

**Admita el problema.** Si usted puede sugerir una solución, hágalo. Si no dígame al cliente qué acciones va a tomar y qué acciones va a seguir. Nunca cometa el error de prometer algo que no es capaz de hacer.

**Involucrar al cliente en la resolución de problemas.** Proponer soluciones alternativas al cliente, si es que existen. Los clientes aprecian la oportunidad de elegir las formas de resolución de problemas.

**Seguimiento.** Asegúrese de que se tomen las medidas prometidas. Si usted no cumple con lo prometido e ignorar la queja del cliente, el problema crecerá. La próxima vez será más difícil de resolver.

**Dar al cliente un "camino de regreso".** A veces los clientes se equivocan. Usted debe dejarlos salir con dignidad, sin sentirse avergonzado.

**No cuestiona la corrección del cliente.** Desde el principio usted debe creer que el cliente puede tener razón. Siempre tener la mente abierta hacia la opinión del cliente, hacer que se sientan que merecen ser escuchados.

### Solución de problemas del Cliente

Cuando uno escucha la queja del cliente se toma la responsabilidad de resolver el problema.

- Escuchar sin interrupción y con plena atención.
- Comportarse sin agresión, y sin discutir.
- No extienda excusas para el problema, y dar las gracias al cliente por llamar su atención y ayudar a resolverlo.
- Expresar simpatía y comprensión total.

La resolución de problemas de servicio al cliente implica:

- Haga preguntas necesarias para obtener la información más completa y la imagen completa de una situación
- Averigüe exactamente lo que el cliente necesita que usted haga por ellos
- Explique primero lo que puede hacer, y luego añadir con cuidado lo que no se puede hacer
- Discuta en detalle todas las opiniones, y luego decidir qué hay que hacer
- Llevar a cabo de inmediato lo que se discutió
- Compruebe el resultado para asegurarse de que el cliente esté completamente satisfecho

# Bases de servicio al cliente

---

## Seguimiento con el Cliente

### Es bueno complacer

Nos gustan las empresas que nos tratan bien, y algunas personas incluso pagan más para obtener esta . He aquí algunas estadísticas recientes que demuestran el punto:

- La gente gasta hasta un 10 por ciento más por el mismo producto con un mejor servicio.
- Cuando la gente recibe un buen servicio, en promedio, cuentan a 11 personas.
- Cuando las personas reciben un mal servicio, en promedio, cuentan hasta a 20 personas.
- Hay un 80% de probabilidades de que los clientes de compren otra vez de una empresa, si su queja es manejado de manera rápida y amablemente.
- Si el servicio es muy pobre, el 90 por ciento de los clientes no volverán.

Es muy importante asegurarse de que todas las medidas de servicio al cliente que se discutieron o prometieron son tomadas en serio. No es suficiente para que el cliente experimentar una llamada satisfactoria o una interacción cara a cara. Si nada viene de este contacto, el cliente será aún más frustrado e infeliz. Asegúrese de hacer lo que han prometido en el momento oportuno.

### Iniciativa

Iniciativa es la diferencia entre el servicio al cliente adecuado y el servicio al cliente que usted gana de por vida.

Ejemplos cotidianos de excepcional servicio al cliente:

- El conductor del taxi que abre la puerta para usted o espera en la noche para que usted llegue con seguridad a su destino.
- Técnico del ordenador que hace el trabajo de equipo y luego vuelve a llamar una semana más tarde para asegurarse de que está funcionando bien.
- Vendedor del coche que lo llama un mes después de vender un coche para asegurarse de que está funcionando bien.
- El empleado de la gasolinera que lava su ventana o chequea su aceite.
- La empresa eléctrica que llama y chequea para asegurarse de que su servicio está funcionando bien y se disculpa por cualquier " apagón " o " apagones".

Ninguna de estas personas de servicio al cliente tuvo que hacer este esfuerzo adicional. Estas " iniciativas de buena voluntad " están más allá del llamado del deber y hacen que el cliente se sienta más que satisfecho. Ellos hacen que el cliente recuerde la transacción o la ocasión.

### Servicios al cliente atributos a copiar

- Llegue a tiempo, comience a tiempo, entregue a tiempo
- Cumpla y entregue sus promesas
- Hacer un esfuerzo adicional para los clientes
- Ofrecerle opciones del cliente
- Expresar empatía a clientes molestos

## Bases de servicio al cliente

---

- Trate a los clientes como la MAS importante parte de su trabajo
- Trate a los colaboradores como si son los clientes
- Dé a los clientes su nombre y detalles de contacto

### Beneficios del bueno servicio al cliente

<b>Beneficiario</b>	<b>Beneficio</b>
	Ingreso más alto ( más ventas, repetición de negocio, negocio referido )
	Reconocimiento
	Las satisfacción y realización personal
	Menos tensión
<b>Proveedores</b>	Mayor conocimiento y dominio de sí mismo
	Mayor autenticidad
	La vida más feliz en el trabajo
	La vida más feliz fuera del trabajo
	Más repetición del negocio
	Negocio será más mencionado
	Menos retornos
	Mejor reputación
	Moral más alta, los empleados más contentos
<b>Organizaciones</b>	Menor cambio de empleados
	Menos quejas
	Productividad más alta
	Entorno de trabajo mejor
	Cambio de inventario más alto
	Beneficios más altos

Optimum Online Webmail

BAD!!

Optimum Online Webmail interface showing a message from cont.kevin@optonline.net. The message content includes a complaint about a technician's behavior and contact information for Diane Berner.

Optimum Voice Make Us Your Home Page  
 Search to TV and On Demand. **GOOGLE** Search the Web  
 Go to New Optimum Online E-mail

Quote : 23% of 5.0G8

cont.kevin@optonline.net

Mail Calendar Address Book Options Help  
 New Message Printable

DELETE Spam Reply Reply All Forward Add Address Close  
 Subject: Fwd: Tech Complaint / 07808-544622-1 / Arch Chemicals  
 From: Timothy Adam <TADAM@archchemicals.com>  
 Date: Monday, March 14, 2011 3:43 pm  
 To: cont.kevin@optonline.net

Previous | Message 14 of 14  
 Move message to folder

Trash | Deleted All | Drafts | Documents and for... | ETAs | Employees | Grounds | Poor Post Calls | Reports | SRO | Sent | Trash | Deleted All | Manage Folders

Thanks,  
 Timothy Adam  
 Area Operations Manager  
 Norwalk, CT  
 Office# 203-750-5405  
 Cell # 914-447-5316  
 Netel ID 525

>>> Diane Berner 3/11/2011 1:21 PM >>>  
 Tech Complaint  
 07808-544622-1  
 Arch Chemicals  
 501 Merritt Fl  
 Norwalk, CT 06851  
 203-229-3330 ( Herman Devo)

Darlene,

I received a call from Mr. Devo today who wanted to let us know that when technician [redacted] came to their location on 3/9/11 that he was starting at one of the female employees in such a way that made her feel uncomfortable. This customer states to me that he doesn't want any action necessary to take place regarding this, however, should they require a service call again in the future, this technician would not be welcome at their business.

Please forward. Thanks in advance.

Sincerely,  
 Diane  
 Diane D. Berner  
 Platinum Service Team  
 Customer Service

The information transmitted in this email and any of its attachments is intended only for the person or entity to which it is addressed



Good!!

Optimum Voice | Make Us Your Home Page

Optimum Search iO TV and On Demand powered by Google Search Go to New Optimum Online E-mail

Hello, con1kevin sign out Monday, March 14, 2011

Mail Calendar Address Book Options Help

New Message Printable

Quota : 23% of 5.0GB

con1kevin@optonline.net

INBOX Bulk Mail (Delete All) Cloud Tech Connect One billing Documents and for... Drafts ETAs Employees Grounds Poor Post Calls Repeats Reports SRO Sent Trash (Delete All) cods Manage Folders

Delete Spam Reply Reply All Forward Forward Inline Add Addresses Close

Subject: Fw: Fwd: compliment  
From: Timothy Adam <TADAM@cablevision.com>  
Date: Thursday, March 10, 2011 5:53 am  
To: con1kevin@optonline.net

**\*\* High Priority \***

Great job!

The information transmitted in this email and any of its attachments is intended only for the p and/or subject to copyright. Any review, retransmission, dissemination or other use of, or ta information by persons or entities other than the intended recipient(s) is prohibited and may-l please contact the sender immediately and delete and destroy the communication and all of all copies thereof.

----- Original Message -----  
From: Marcia Smith <MSMITH2@cablevision.com>  
Date: Wed, 09 Mar 2011 22:32:31 -0500  
To: Angela Morales <AMORALE2@cablevision.com>, Brian Clock <BCLOCK@cablevisi <CWEBLEY@cablevision.com>, Donovan Brown <DBROWN9@cablevision.com>, <GLAUDENS@cablevision.com>, Jon Fleetwood <JFLEETWO@cablevision.com>, <JGARCIA3@cablevision.com>, James Saffiotti Jr <JSAFFIOT@cablevision.com>, <JVANDUZE@cablevision.com>, Kenneth Cella <KCELLA@cablevision.com>, Mig <MLEBRON@cablevision.com>, Michael Mayuga <MMAYUGA@cablevision.com>, <PGUZMAN@cablevision.com>, Pamela Little <PLITTLE1@cablevision.com>, Sco <SLERMAYE@cablevision.com>, Timothy Adam <TADAM@cablevision.com>, Tes  
Subject: Fwd: compliment

Good Evening

Please read the message below

>>> Michael Collins 3/9/2011 10:05 PM >>>

>>> Sheriel Hinds 3/9/2011 10:00 PM >>>  
sub called to say what a great job Tech: 9734 did a wonderful job in installing his service and he had good cus

mark cowras  
07808-584721-01  
55 STEVENS ST 57, NORWALK, CT 06850  
(203)981-2877