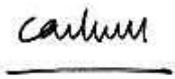


Parte 7

Atención al cliente

<p>Elaborado por:</p>  <p>M. Lombarte Responsable de Calidad Fecha: 12/11/2015</p>	<p>Revisado por:</p>  <p>C. Villalonga Director de Certificación Fecha: 12/11/2015</p>	<p>Aprobado por: Comisión Permanente</p>  <p>M. Margarit Secretaria General Fecha: 27/11/2015</p>
---	---	--

Sumario

1.	Quién es el cliente	3
1.1.	El cliente	3
1.2.	La satisfacción de los clientes	3
1.3.	Evaluación invisible que hace el cliente	3
2.	La imagen	4
3.	Las expectativas del cliente de la Compañía Distribuidora.....	4
4.	La comunicación	5

1. Quién es el cliente

1.1. El cliente

Cliente es toda aquella persona a quien le afecta nuestro trabajo.

1.2. La satisfacción de los clientes

Los clientes no son una interrupción en nuestro trabajo; son el propósito de nuestro trabajo.

Los clientes no son personas con los que se debe discutir o litigar.

Los clientes se merecen el trato más cortés y atento de que seamos capaces de dispensarles.

Por ello debemos aprender y tener en cuenta que:

- La convicción de que existen algunas cosas que no sabe y quizá podría aprender.
- El deseo de cambiar.

Si ya lo sabe todo entonces, por definición, no hay nada que pueda aprender y si no quiere cambiar y continua haciendo las cosas tal y como las venía haciendo logrará los mismos resultados.

Los profesionales a los que les falta uno de estos dos rasgos, o ambos, se reconocen muy fácilmente por una actitud de queja muy específica que se puede resumir en la frase:

"Esas recomendaciones no funcionan aquí porque mi ...es/son diferentes"

Hoy en día existe el cambio constante, la competencia se intensifica; otros profesionales actúan agresivamente para conseguir clientes. En este entorno competitivo, ofrecer un excelente servicio a la clientela no sólo constituye un arma competitiva, sino una necesidad de supervivencia.

1.3. Evaluación invisible que hace el cliente

- Capacidad de respuesta:

Se refiere a la actitud que muestra para ayudarles y para suministrar un servicio rápido; incluye el cumplimiento a tiempo y la accesibilidad.

- Empatía:

Quiere decir que usted está en disposición de ofrecer a sus clientes cuidado y atención personalizados.

- Explicar con detalle el servicio.

- Explicar cuáles serán los honorarios.
- Asegurarse de que el cliente comprende cuál es el problema que se manejará.

2. La imagen

- La imagen personal.

El factor clave en la satisfacción del cliente no está en cuán eficaz sea usted en su profesión, sino en cómo le perciben sus clientes; en otras palabras, en su imagen. La gente considera que su comportamiento en actividades fuera del área profesional constituye un indicador de su comportamiento como profesional. La gente también interpreta que su comportamiento en un área de su práctica profesional es representativo de su comportamiento en todas las demás áreas de su profesión.

CREE UNA IMAGEN CONVINCENTE Y QUE TRANSMITA CONFIANZA UTILIZANDO MENSAJES CONSISTENTES.

NO OLVIDE QUE LA CALIDAD DE LA COMPAÑÍA DISTRIBUIDORA QUE EL CLIENTE VE ES USTED.

Si usted y la Compañía Distribuidora no producen la impresión correcta en las otras personas, (no tendrá la oportunidad de que lleguen a conocerles más a fondo), nunca tenemos una segunda oportunidad para producir una primera impresión.

- Apariencia.

Es lo que usted aparenta ser, cómo le ven. Incluye su ropa, la forma en que se acicala, sus posturas y gestos. Su apariencia personal envía mensajes muy definidos; mensajes que, a veces, ni el emisor ni el receptor son conscientes de que existen. Le guste o no, es un hecho que su apariencia influirá en las personas que le vean.

- Comunicación.

Comuníquese de forma tal que le ayude a consolidar su imagen de alta calidad.

3. Las expectativas del cliente de la Compañía Distribuidora

No sobrevenda

Prometa al cliente sólo lo que es capaz de realizar (no más).

Identifique a los extremistas

Existen dos clases de clientes extremistas: los que piensan que usted no puede cometer errores y los que piensan que todo lo que usted hace está equivocado. En ambos casos usted perderá.

Anticípese a las expectativas de los clientes

La clave radica en anticiparse a las expectativas de los clientes y, en consecuencia, manejarlas por adelantado. Plantee y discuta cualquier posible obstáculo o dilación lo más pronto posible. Aclare cómo va a reaccionar y qué puede esperar al cliente. Tan pronto como sepa o pueda anticipar que tendrá problemas, tome la iniciativa, anticipése y llame al cliente. No espere a que el cliente le llame.

Manténgase en contacto.

Nada es peor para un cliente que "sentirse preocupado" porque no se le ha suministrado la información deseada.

4. La comunicación

- La comunicación como fuente de eficacia.
- Escuchar eficaz y activamente.
- Mantenga una actitud abierta: sea razonable y no se bloquee.
- Prepárese para escuchar: piense en el que va a hablar y en lo que tratan de decirle.
- Muéstrese interesado.
- No termine usted las frases. Deje que el emisor lo haga, déle tiempo.
- Si no ha entendido algo pida que se lo repitan.

REGLAS BÁSICAS EN LA ATENCIÓN AL CLIENTE

1. El cliente es la persona más importante de toda la organización.
2. Los clientes no dependen de nosotros, nosotros dependemos de ellos.
3. Los clientes no son una interrupción en nuestro trabajo; son el propósito de nuestro trabajo.
4. Los clientes nos hacen un favor cuando nos buscan; nosotros no les hacemos favor alguno cuando les damos servicio.
5. Los clientes son parte de nuestra organización; no son personas extrañas a ella.
6. Los clientes no son fríos datos estadísticos; son seres humanos de carne y hueso, con sentimientos y emociones similares a los nuestros.
7. Los clientes no son personas con los que se debe discutir o litigar. Nadie jamás le ha ganado una discusión a un cliente.
8. Los clientes son personas que nos traen sus necesidades; nuestro trabajo es satisfacer esas necesidades con rentabilidad para los clientes y para nuestra organización.
9. Los clientes son la sangre que da vida a las organizaciones.
10. Los clientes se merecen el trato más cortés y atento que seamos capaces de dispensarles