

**MÓDULO FORMATIVO:** Operaciones de venta

**OBJETIVO:** Conocer los conceptos básicos de la atención al cliente y definir los canales efectivos de comunicación con los clientes que nos permitan fidelizarlos.

Ficha N.º BT06C2	
<p><b>Tema:</b> Atención al cliente</p>	<p><b>Contenido procedimental:</b> Establecer la definición, importancia, elementos del servicio al cliente y los canales de atención.</p>
Contenidos	Actividades de aprendizaje
<p>La atención al cliente son todas las acciones que realizan las empresas o emprendedores para relacionarse con sus clientes.</p> <p>Estas acciones son:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• De apoyo.</li> <li>• Aclarar dudas.</li> <li>• Solucionar reclamos.</li> <li>• Informar de novedades en productos y servicios.</li> <li>• Realizar incorporaciones o desincorporaciones de planes o afiliaciones, entre otros.</li> </ul> <p>Las mismas son aplicadas a: Clientes internos: empleados, socios, colaboradores Clientes externos o clientes como tal.</p> <p>El servicio al cliente es muy importante, ya que de ello depende en gran medida que los clientes permanezcan fieles a las marcas.</p> <p>Un estudio realizado por Forbes, indica que los clientes podrían pagar hasta un 86 % más por un buen servicio y, por el contrario, es muy probable que las empresas pierdan clientes por una atención deficiente. Esto confirma que el precio no siempre es lo que determina la compra, sino la experiencia positiva con el servicio ofrecido.</p> <p>Según estudios, es más probable venderle a un cliente activo que a uno nuevo, esto también significa un ahorro para la empresa en cuanto al esfuerzo de mercadeo, puesto que la probabilidad de venderle a un cliente ya existente es del 60-70 %, mientras que la de venderle a un cliente nuevo va del 5 al 20 %.</p>	<p><b>Tareas:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Diseñar un mentefacto con el contenido del video, con el tema: <i>La excelencia en la atención al cliente.</i></li> <li>2. Acudir a cuatro sitios y observar la experiencia de servicio al cliente que le ofrecen, elaborar un informe al respecto, citando los lugares a los cuales estaría dispuesto a regresar y qué deberían mejorar los otros sitios.</li> <li>3. Realizar cuatro llamadas telefónicas y presentar un informe en donde relate su experiencia con respecto al servicio.</li> <li>4. Realizar cuatro contactos digitales o escritos con empresas y mediante un informe determinar las ventajas y desventajas de este medio de atención al cliente en comparación el medio presencial y telefónico.</li> </ol>

Mostrar el video y pausar para analizar los aspectos relevantes a la atención al cliente.

Algunos elementos importantes de la atención al cliente, que Sisa me recalcó, son:

- Mantener un contacto amable con los clientes a través de los canales seleccionados, con las palabras adecuadas y de forma personalizada.
- Mantener una estrecha relación con el cliente, ya que estos no compran productos, sino soluciones a sus necesidades, por lo tanto, se debe identificarlas, comprenderlas y anticiparse a resolverlas.
- Siempre responder a sus dudas, ya que se debe tender a solucionar sus problemas con la marca.
- Siempre dar valor al cliente escuchando sus necesidades y entendiendo lo que requiere.
- Fomentar y agradecer sus comentarios y sugerencias, lo cual permitirá ajustar los productos y servicios a sus necesidades.
- Brindar una experiencia de compra positiva, creando el espacio adecuado tanto en la tienda física o virtual para que el cliente tenga un proceso de compra rápido, amable y eficaz.

Los canales de atención al cliente son también conocidos como los momentos de la verdad, así:

*Momento de verdad presencial.* Encuentro en el establecimiento o punto de venta, procurando atender con enfoque total al cliente, mediante una comunicación fluida y una presentación efectiva, siempre sonriendo, siendo cordial y respetuoso a sus necesidades.

*Momento de verdad telefónico.* Que para ser efectiva la experiencia del cliente, debe tender a mitigar los posibles ruidos generados por el canal de comunicación, para el efecto se debe cuidar la modulación, tono de voz y empatía al momento de tratar con el cliente. Además, nuestro cuerpo debe acompañar el proceso con una postura firme y de servicio.

*Momento de la verdad escrito.* Se subdivide en redes sociales, correo electrónico, mensaje de texto, carta, entre otros. Se debe tener cuidado en los términos usados cuando se atienda un requerimiento o se genere una comunicación formal, el matiz será el respeto y la claridad, procurando que el cliente se sienta identificado y atraído por la marca.

**Actividades recomendadas**

Motivar la experiencia de servicio al cliente que tienen los estudiantes, destacando lo más relevante y fortaleciendo los puntos a mejorar.