Educate
formación e-learning

C/ Dátiles, nº 16
29130 Alhaurín de la Torre (Málaga)

Tlf: 952 417 000 / Fax: 952 414 745

Atención Al Cliente, Calidad en el Servicio y Venta

Duración: 65 horas.

Modalidad: online

A la hora de enfocar cualquier negocio, y partiendo de un mercado muy competitivo y en continuo cambio, debemos ser conscientes de la importancia de ofrecer una impecable atención a nuestros clientes. Podemos definir la atención al cliente como *el proceso por el cual se satisfacen las expectativas del cliente cuando recibe nuestro servicio*. Si un cliente llega al establecimiento y espera que el empleado deje lo que está haciendo, haga un contacto visual, le salude sonriendo, le llame por su nombre, y nada de esto ocurre es muy probable que no tengamos un cliente totalmente satisfecho. Por tanto, en la medida de lo posible, deberíamos adaptar todo lo que estamos haciendo en cada momento para que nuestros clientes vean las conductas anteriores y se sientan plenamente atendidos. Las conductas a las que nos referimos son más determinantes de lo que pueden parecer en un principio. De hecho, hacerlas o no, pueden marcar una diferencia de hasta un 20% por ciento en la facturación bruta del negocio. Un porcentaje nada despreciable para los tiempos que corren. Un buen ejemplo de ello lo tenemos en el presidente de Amazon, Jeff Bezos. Cuando afirma lo siguiente: “Centrarse en lo que nos comunica el cliente ya sea de manera verbal o no verbal, nos permite prevenir posibles injerencia o quejas”. Según su experiencia, un cliente insatisfecho desencadena otros 6 clientes que también lo estarán debido, sobre todo, a la viralidad de la información en redes sociales, o del propio boca a boca entre clientes. Por tanto, en la medida de lo posible, deberíamos de realizar cada una de las conductas anteriores siempre que podamos, y si nos saltamos alguna de ellas, independientemente de las causas por las que no hayamos podido realizarla, debemos de saber que el cliente no acabará con una experiencia de venta plenamente satisfactoria. Si pusiéramos un ejemplo deportivo, cuantas más veces sea capaz un equipo de baloncesto de realizar las conductas que más puntos les hace conseguir en un partido (defender, presionar, etc.), más opciones de tiro tendrá.

Contenidos

- **1. Características de nuestros clientes**
  - Cliente introvertido
  - Cliente duro
  - Cliente extrovertido
  - Cliente condicionado

C/ Dátiles, nº 16
29130 Alhaurín de la Torre (Málaga)
Tlf: 952 417 000 / Fax: 952 414 745

- Cliente nervioso
- Cliente inabordable
- Comunicación con clientes que sufren discapacidad
- Preguntas de evaluación
- Entrenamiento para el puesto de trabajo

- **2. Conductas de equipo que potencian la atención al cliente**
  - Proactividad
  - La comunicación de equipo
  - Planificación
  - Preguntas de evaluación
  - Entrenamiento para el puesto de trabajo
- **3. Ventas**
  - Conocer tu producto
  - Breve resumen de las técnicas principales de venta
  - Preguntas de evaluación
  - Entrenamiento para el puesto de trabajo
- **4. Consideraciones para el redimiento en equipos**
  - Preguntas de evaluación
- **5. Atención al Cliente**
  - Presentación
  - Calidad en el servicio
  - Aspectos de la prestación de servicios
  - El factor humano en la atención al cliente
  - Conductas de atención al cliente
  - Atención al cliente y evaluación del rendimiento
  - KPI: Key Performance Indicators