



Atención al cliente

Dictado por María Belén Ortega

¿Qué es un servicio de excelencia?

La excelencia consiste en conocer, satisfacer y sorprender a los clientes. La excelencia en servicio, solo es posible cuando la satisfacción de las expectativas del cliente ha sido superada. Ignorar cuales son los valores de los clientes es una actitud arrogante y descuidada, porque el valor es lo que realmente motivará una transacción y sin embargo es subjetivo. Lo que nos lleva a:

Valor agregado - Brindar más de lo esperado

Supone cualquier característica adicional de tu producto que genera un beneficio extra a su función principal. Este rasgo genera la percepción de mayor valor en el consumidor y muchas veces puede influir en la decisión de elegir un producto o servicio sobre otro.

¿Cómo agregarías valor a un producto o servicio?

- Mantente en constante renovación.
- Ofrece productos innovadores.
- Enfócate en tus clientes y en el servicio que les ofreces. Brinda experiencias completas a los consumidores.
- Busca dar la mejor atención.
- Establece una conexión con tu cliente.



- Cumplir con las promesas
 - Es una cuestión de credibilidad, Una persona tiene credibilidad ante los demás si sus acciones y sus hechos no se contradicen.
 - Desarrollar el servicio ofrecido bien hecho y a tiempo (ambas variables al mismo tiempo sin ser excluyentes) en la opinión del consumidor (no en la opinión de la empresa o de sus trabajadores)

Perfección vs Excelencia

Excelencia es el intento, reiterativo, de hacer una actividad o ser una persona cada vez mejor, usando como punto de partida el intento anterior, es decir, hay oportunidad de mejora. Por otro lado, en la perfección ya no existe esa oportunidad, se ha llegado al tope, al 100% de lo que podría mejorarse.



La escalera de la lealtad

La lealtad debe ganarse. Todas y cada una de las experiencias que tienes con alguien, incluso la más pequeña de las interacciones, afecta la velocidad en la que se gana la confianza y la lealtad con esa persona.

La fidelización es una “escalera” que requiere subir por orden los escalones:

La escalera de la lealtad tiene cinco escalones:

- 1 - Cliente potencial: Alguien interesado en comprar alguno de sus productos.
- 2 - Comprador: Alguien que ha preguntado o indagado por sus productos por lo menos una vez.
- 3 - Consumidor: Alguien que compra sus productos de vez en cuando.
- 4 - Cliente: Alguien que le compra a usted lo que necesita.
- 5 - Defensor: Alguien que le compra todo lo que necesita y, además, convence a otros para que también le compren.



Factores para alcanzar la excelencia en la atención al cliente:

Conocimiento del cliente

- Mantente informado sobre sus actividades y gustos.
- Anticiparse a lo que quiere el cliente y ser proactivo puede darte una ventaja frente a otras empresas que ofrezcan el mismo servicio.
- Saber escuchar: Es sumamente importante que estemos atentos, el cliente será el termómetro que mide la excelencia de nuestro servicio y en consecuencia, la salud de nuestra empresa.
- Asegúrate de siempre escuchar sus sugerencias y quejas.
- Se creativo y efectivo: Preséntale a tu cliente soluciones novedosas y de una manera rápida y efectiva. Hazle sentir que la satisfacción de sus necesidades es tu prioridad.
- Ten procesos rápidos: Uno de los grandes factores para que se alcance la excelencia en el servicio al cliente es la rapidez del mismo. Los consumidores exigen, cada vez más, procesos más rápidos para no desperdiciar su tiempo, al final, el tiempo es mucho más precioso para las personas.
- Haz un servicio personalizado: La personalización del servicio al cliente es de extrema eficacia para el cliente. Esto hace que el consumidor se siente especial y bien atendido. Para hacer un servicio personalizado, basta atender los problemas del cliente y hacer lo mejor posible para ayudarlo, dándole total atención hasta que su problema se resuelva.



RRSS y atención al cliente

Hasta no hace mucho tiempo, el servicio de Atención al Cliente se ofrecía a través del teléfono, correo electrónico o chats en directo. Sin embargo, el auge de las redes sociales ha propiciado que este canal se haya convertido en el idóneo para ofrecer una atención personalizada al cliente.

En este sentido, las redes sociales se utilizan como canal de Atención al Cliente y son tan importantes como el resto de canales anteriores para atraer clientes, fidelizar a los que ya tenemos, servir de canal entre la marca y los clientes, mejorar nuestra reputación e imagen de marca e incluso incrementar las ventas.