

Unidad 7: Atención al cliente y calidad de servicio

- 1. Gestión de la calidad**
- 2. El cliente**

¿Qué es un servicio de calidad?

Un servicio de calidad no es sino un proceso de comunicación con el cliente, de cara a conocer sus necesidades y expectativas, para definir normas de servicio que adelantándose a aquellas permitan la satisfacción del cliente; y comunicar correctamente tales normas internamente a los integrantes de la empresa dándoles un significado en hechos, cosas a realizar para conseguir que el cliente esté satisfecho.

Concebir y realizar una correcta política de servicio de calidad implica que los tres niveles que lo componen coincidan. Sin embargo, la práctica demuestra la dificultad de hacer coincidir tales niveles.

Habitualmente estos tres círculos no suelen ser concéntricos. Existen zonas de intersección, lo cual justifica la persistencia de la empresa y su rentabilidad presente, pero deja entrever que tanto ésta como el grado de satisfacción de los clientes podría ser mayor y por lo tanto, nos encontramos ante zonas de desajuste.



Obstáculos para la calidad de servicio

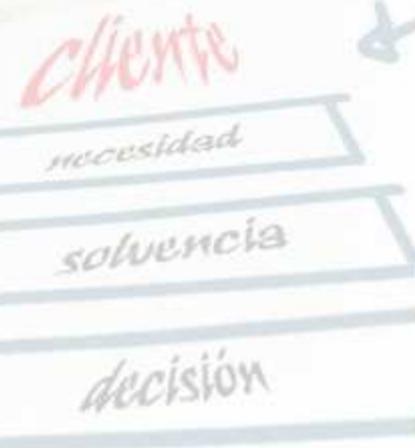


Lo que quieren los clientes / Lo que la dirección cree que quieren

Lo que la dirección cree que quiere el cliente / Lo que la dirección pide a la organización

Los planes de servicio / Nivel de servicio realmente ofrecido

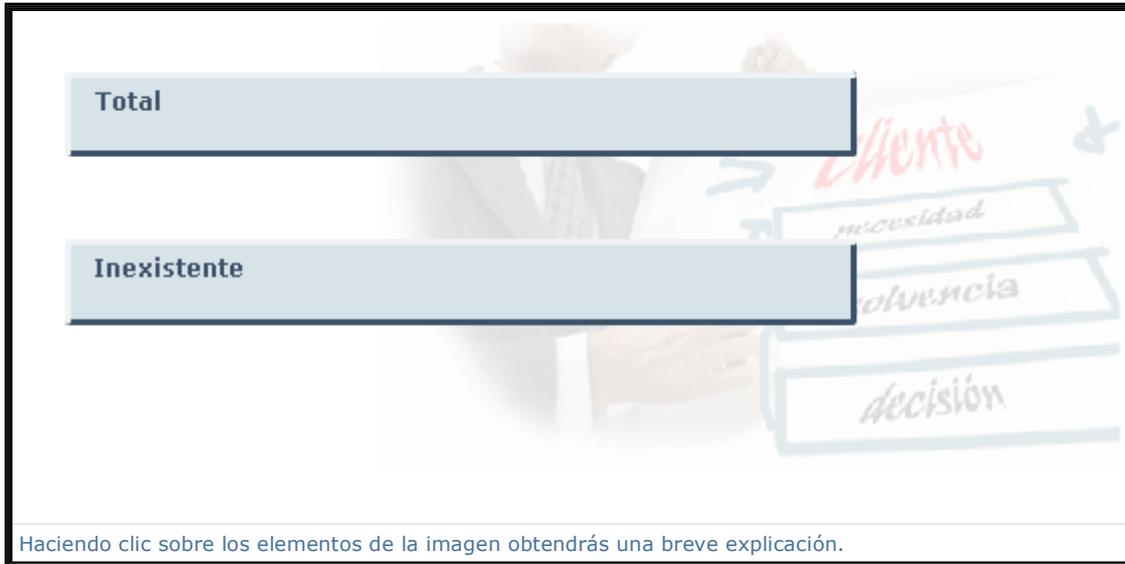
Servicio ofrecido / Comunicación externa sobre el servicio



Haciendo clic sobre los elementos de la imagen obtendrás una breve explicación.

La calidad como compromiso firme con el cliente

La calidad como compromiso firme con el cliente es:



El cliente no manifiesta abiertamente su insatisfacción en palabras o comunicación directa sino con hechos; abandona la entidad total o parcialmente.

Los datos nos permiten comprender la importancia de prevenir y subsanar cualquier error o desajuste de servicio. Según las estadísticas, de cada 100 clientes insatisfechos sólo 4 expresan espontáneamente su insatisfacción. Sin embargo, un cliente insatisfecho cuenta su mala experiencia a un mínimo de 11 personas mientras que un cliente satisfecho lo hace solamente a 3 personas.

El hecho de que los clientes no se quejen no significa que estén satisfechos sino que:

- a) No saben a quién dirigirse.
- b) No son estimulados a ello.

Haz clic en el cuaderno para consultar un breve cuestionario sobre tendencia de servicio, a dirigir a los clientes. No obstante, ponte en el lugar del cliente o recuerda tu última relación comercial con una empresa, e intenta responder a las cuestiones. Encontrarás en las respuestas posibles indicios de satisfacción e insatisfacción.”





Dificultades de la gestión de calidad

Señala la opción correcta:

- **A la hora de hablar de calidad de servicio podemos hablar de los siguientes niveles:**
 - Lo que el cliente necesita y espera.
 - Lo que la Entidad entiende que el cliente necesita y espera.
 - Lo que el cliente recibe de los integrantes de la empresa.
 - Son correctas todas las anteriores.
 - Sólo son correctas a) y b).
- **¿ En la práctica es fácil hacer coincidir estos niveles?**
 - Sí, ocurre igual que en la teoría.
 - Sí, suelen coincidir en la mayoría de los casos.
 - No, habitualmente estos niveles no suelen coincidir.
 - No, es imposible que coincidan.
 - Ninguna de las anteriores es cierta.
- **Se suelen dar desajustes entre:**
 - Lo que quieren los clientes y lo que quiere la dirección.
 - Lo que la dirección cree que quiere el cliente y lo que la dirección pide a la organización.
 - Los planes de servicio y el nivel de servicio realmente ofrecido.

- Todas las anteriores son correctas.
- Sólo son ciertas la a) y la c).
- Entre los factores que influyen en el desajuste entre lo que quieren los clientes y lo que la dirección cree que quieren, están los siguientes:**
 - Al cliente se le dice una cosa sobre el servicio y en realidad recibe otra.
 - Déficit en la investigación formal de mercado para mantenerse al tanto de los deseos del cliente.
 - Tiempo invertido en contacto con los clientes.
 - Todas las anteriores son ciertas.
 - Sólo son ciertas la b) y la c).
- Un ejemplo del desajuste entre los planes de servicio y el nivel de servicio realmente ofrecido es:**
 - Cuando la comunicación postal no es recibida puntualmente por el cliente.
 - Normas de servicio equivocadas, formación equivocada.
 - No escuchar bien al cliente.
 - Ninguna de las anteriores son ciertas.
 - Sólo son ciertas la a) y la c).
- ¿Cuál de las siguientes afirmaciones es falsa?**
 - La calidad como compromiso firme con el cliente es total, inexistente o intermedia.
 - De cada 100 clientes insatisfechos sólo 4 expresan espontáneamente su insatisfacción.
 - Un cliente satisfecho cuenta a 3 personas su experiencia por término medio.
 - Un cliente insatisfecho cuenta a un mínimo de 11 personas su mala experiencia.
 - El hecho de que el cliente no se queje, no indica siempre que se le ha ofrecido un buen servicio.

Corregir

Atención al público: acogida e identificación de necesidades



El servicio, la atención al cliente es un proceso de comunicación en el que recibimos y transmitimos información y respuestas a problemas, necesidades e interrogantes. De esta correcta recepción y transmisión va a depender la percepción que el cliente tenga de la atención dispensada, de la calidad del servicio.

Cada cliente tiene una necesidad o un problema que es propio por muy similar que pueda parecerse a situaciones ya conocidas. Éstas se repiten pero sus titulares no, por tanto cada situación requiere un tratamiento propio en función de su titular.

No hay cliente sin importancia. Cada cliente es único y merece toda nuestra atención. La necesidad del cliente quizás pueda parecerse poco relevante pero para él tendrá importancia. Debemos practicar la empatía, valorar al cliente, ponernos en lugar del cliente e intentar ver la situación desde su punto de vista. Para conseguirlo hago mío su problema o necesidad, me identifico con ellos y con su titular.

No debo presumir que el cliente sabe o entiende sobre la Entidad lo mismo que yo y por último, me debo anticipar, ayudarle a resolver cualquier tipo de dificultad, antes incluso de que lo solicite.

Si puedo, en su idioma o lengua, utilizo un vocabulario que el cliente pueda entender, según su nivel cultural, edad... y su capacidad de entendimiento, evitando tecnicismos innecesarios.

El Esquema ARDE recoge la estructura del proceso de atención al cliente:





Cliente
satisfecho



[Haciendo clic sobre los elementos de la imagen obtendrás una breve explicación.](#)

Opciones de resolución de problemas

Existen tres posibles opciones a la hora de resolver un problema.

En cualquier caso:

- No adoptar una actitud triunfalista.
- No evidenciar ante el cliente conflictos internos.
- Explicar lo que se debe hacer para evitar la próxima vez el problema.

Satisfacción inmediata

Satisfacción no inmediata

Satisfacción no posible

Haciendo clic sobre los elementos de la imagen obtendrás una breve explicación.

¿Qué hacer cuando yo no puedo resolver el problema al cliente?

Cuando no puedo resolverlo yo:

1. Localizo a quien pueda hacerlo

Debo localizar lo antes posible a la persona que pueda dar salida satisfactoria a la situación planteada.

2. Acompañarle, si es posible

Si me es posible, acompañar al cliente hasta donde se halle aquella persona.

3. Identificar el nuevo interlocutor

Identifico al nuevo interlocutor para que el cliente conozca su nombre y su área de responsabilidad.

4. Hacer las presentaciones

Hago las presentaciones oportunas para que el conocimiento sea mutuo.

5. Resumir la situación al nuevo interlocutor

Debo resumir la situación que justifica la presencia del cliente para que sea conocida por el nuevo interlocutor y en su caso confirmada y matizada por el propio cliente interesado.



Ejercicio

Atención al público

Señala la opción correcta:

- **Las condiciones básicas para una mejor atención al público son:**
 - Valorar al cliente como persona.
 - Adaptarse al cliente.
 - Comunicarse eficazmente con él.
 - Todas las anteriores son ciertas.
- **El esquema ARDE indica la siguiente estructura:**
 - Adaptación, Resolución de una necesidad, y DEmanda.
 - Acogida, Resolución de una necesidad, y DEspedida.
 - Adaptación, Resolución de una necesidad, y DEmanda.
 - Acogida, Resolución de una necesidad, y DEmanda.
- **La percepción inicial que tenga el cliente del servicio va a depender de:**
 - La presencia física de la persona que le atiende.
 - De la actitud que se emplee con los clientes.
 - De la fórmula de saludo que se emplee con cliente.
 - Todas las anteriores son ciertas.
 - Sólo son ciertas la a) y la b).

En la fase de resolución de los problemas o necesidades del cliente nunca se debe:

- Sonreír al cliente.
- Mirar al cliente mientras hablamos.
- Dar negativas tajantes.
- Abandonar la actividad que se estaba desarrollando antes de aparecer el cliente

Una de las siguientes afirmaciones no es cierta:

- No se debe evidenciar ante el cliente tensiones y conflictos internos.
- En caso de no poder resolver el problema, se debe acompañar al cliente hasta donde se halle la persona que puede resolverlo, siempre que esto sea posible.
- Si no se puede resolver el problema se debe decir amablemente al cliente que la culpa ha sido de otras personas.
- Cuando el cliente no tenga razón no se debe adoptar una actitud triunfalista.

¿Qué implicaciones tiene la Empatía?

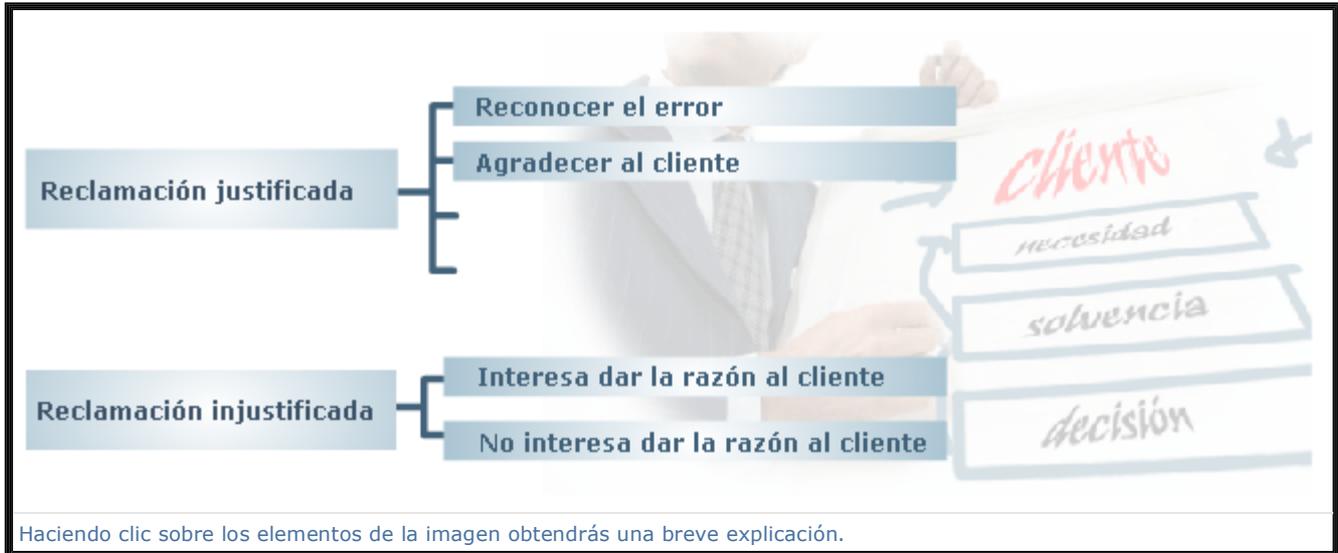
- Valorar al cliente.
- Ponerse en el lugar del cliente.
- Ser siempre gracioso con el cliente.
- Todas las anteriores son ciertas.
- Sólo son ciertas a) y b).

Corregir

Manejo de reclamaciones

Una reclamación resuelta correctamente, no sólo no es amenaza para la relación con el cliente y para la imagen de la Entidad, sino que se trata de una buena ocasión para reforzar tal relación e imagen.

Una reclamación sólo puede ser:



En uno u otro caso, el hecho u omisión causante puede ser obra nuestra o del cliente. De modo general:



HACER

- **Tranquilizar al cliente:** Dejarle hablar para que así se vacíe de fuerza. Contagiarle nuestra calma, a través de una actitud amable, positiva y segura.
- **Ponernos en el lugar del cliente:** Es decir, practicar la empatía.
- **Informarnos sobre los motivos exactos de la reclamación:** Esto es, verificar los hechos una vez conocidos y no emitir ningún juicio hasta completar dicha verificación. Si la comprobación no puede ser inmediata, aplazar la respuesta, explicando el porqué al cliente y tranquilizándole.

NO HACER

- **Respecto a la actitud durante la conversación:** Debemos mostrarnos tranquilos, amables e interesados.
- **Respecto a la forma de hablar del cliente:** Sea positivo. Evite ser agresivo, tajante u opuesto.

EN CUALQUIER CIRCUNSTANCIA

Muestre interés, sea cortés y haga ver al cliente que es importante como de hecho lo es.

La comunicación telefónica

Examinaremos ahora el esquema ARDE en la atención telefónica en sus dos situaciones posibles: recepción y realización de la llamada. En una u otra situación, recepción o realización de la llamada, practico la empatía.

No dejo colgado al cliente si este debe esperar, no descuelgo el teléfono por puro trámite; valoro al cliente y por último, recupero su atención y le hago ver que no me olvido de él.



Haciendo clic sobre los elementos de la imagen obtendrás una breve explicación.

Es conveniente respetar algunas reglas cuando hablamos por teléfono:

- ¿Qué? ¿Sí? ¿Diga?
- Espere.

NO DIGA

- ¿Qué quiere? ¿Para qué?
- ¿Qué hay?
- No le entiendo. ¿Qué dice?
- No hay nadie. Llame después.
- Hable más alto.
- Adiós.

DIGA

- Empresa X, buenos días.
- Un momento, por favor.
- ¿Podría esperar un momento?
- En seguida le atiendo.
- ¿En qué puedo ayudarle?
- Dígame ¿Qué desea señor...?
- ¿Podría repetírmelo, por favor?
- En este momento no puedo comunicarle.
- ¿Puede usted llamar...?
- ¿Prefiere que le llamemos nosotros?
- Lo siento, le oigo muy mal.
- Hasta pronto Señor, y gracias por su llamada.
Esperamos verle pronto por aquí.

Ejercicio

Manejo de reclamaciones y comunicación telefónica

Señala la opción correcta:

- **En el caso de una reclamación justificada:**
 - Se debe reconocer el error.
 - Se debe agradecer al cliente que nos ponga en conocimiento la incidencia.
 - Se debe negar el fallo ante el cliente de forma muy atenta y cortés.
 - Sólo a) y b) son ciertas.
 - Son ciertas a), b), y c).
- **En el caso de una reclamación injustificada, interesa dar la razón al cliente:**
 - Cuando el hecho u omisión no se ha producido.
 - Cuando el hecho u omisión es cierto pero no ha sido correctamente interpretado por nosotros.
 - Ninguna de las anteriores.
- **Para atender las reclamaciones en principio no es necesario:**
 - Tranquilizar al cliente.
 - Ponernos en el lugar del cliente.
 - Informarnos de los móviles de elección del cliente.
 - Informarnos de los motivos exactos de la reclamación.
- **¿Cuál de las siguientes expresiones no debe decirse por teléfono en una conversación**

comercial?

- Un momento, por favor.
- No le entiendo, ¿qué dice?
- ¿Me permite su nombre?
- Empresa X, buenos días.

En la recepción de la llamada al descolgar, no hay que:

- Coger antes del 3er o 4º ring.
- Relajarse.
- Abandonar lo que se está haciendo.
- Realizar ruidos no identificables.

En la fase de despedida de una llamada telefónica:

- Se debe mantener la atención del interés.
- Mencionar el nombre del cliente.
- Utilizar una fórmula de despedida amable y cordial.
- Todas las anteriores son ciertas.
- Sólo son ciertas la a) y la c).

Corregir