

Tenderos **ESTRELLA** Servicio al Cliente

La Vitrina

AREANDINA
Fundación Universitaria del Área Andina

MIEMBRO DE LA RED
ILUMNO

Semillero de Investigación "LA VITRINA"

Tenderos **ESTRELLA** Servicio al Cliente

Semillero de Investigación "LA VITRINA"

AREANDINA
Fundación Universitaria del Área Andina

MIEMBRO DE LA RED
ILUMNO

Semillero de Investigación "LA VITRINA"



CONTENIDO



| | |
|--|---|
| Presentación..... | 1 |
| El triángulo del Servicio..... | 1 |
| Elementos del Servicio al cliente..... | 1 |
| Mandamientos del Servicio al cliente..... | 1 |
| Tácticas..... | 1 |
| Importancia del punto de venta..... | 1 |
| ¿Como se calcula el porcentaje de ganancia?..... | 1 |
| Herramientas de comunicación de venta para impulsar la compra en la tienda..... | |
| El Material Publicitario y su utilidad..... | |

Presentación

Una compañía que no se preocupe por capacitar a todos sus empleados dentro de una cultura de la atención, verá afectado su negocio.



Esta es la herramienta más poderosa y menos costosa hacia la excelencia.

En un mundo donde competir y marcar la diferencia son la clave para alcanzar un espacio dentro del universo empresarial y corporativo, nada como un buen servicio al cliente para ser diferenciales. Pero para ello, dicen los expertos, la satisfacción integral frente a un producto o servicio no se da solo por atender un reclamo o cambiar un artículo que ha resultado defectuoso.

Es ir más allá. Una simple acción posventa no es suficiente para ser reconocidos por una atención asertiva y oportuna que, al final, es lo que un cliente valora de una marca o servicio. Así las cosas se requieren más que "buenas intenciones".

COMO GENERAR SENSACIONES

1. Vivir las sensaciones

- Avisos
- Colores
- Ubicación
- Ambientación



2. Ser consciente del impacto que una sensación genuina logra

3. Identificar y analizar los elementos asociados a la generación de sensaciones

- Palabras
- Actos
- Ideas
- Imágenes



4. Apreciar los elementos según las sensaciones que se deben generar

5. Practicar en la generación de sensaciones positivas

PROCESO FUNDAMENTAL

1. Lograr tener la atención del cliente - Vender lo que el cliente quiere
2. Generar emociones
3. Que el cliente nos recuerde

SENSACIONES BASICAS

1. Sonidos
 2. Olores
 3. Decoración
 4. Uniforme
 5. Colores
 6. Mensajes
 7. Gestos
 8. Posturas
 9. Miradas
- Frente: Intelectual
 - Ojos: Social
 - Boca: Sensual
 - Quijada para arriba: Sexual

NEURO VENTAS

Sensaciones

Percepciones

COMPRA

- ★ Usar un tono de voz respetuoso y persuasivo demostrar ser amigable, transmitir buenos modales.
- ★ Preguntar esperar las respuestas. No precipitarse en lograr una respuesta inmediata.

COMO DEBE SER LA PRESENTACION PERSONAL

Saludar al cliente
Tener una sonrisa amistosa.
Apariencia agradable
En medid de lo posible, dar su nombre
Utiliza preguntas abiertas para conocer las necesidades del cliente.
El lenguaje corporal debe denotar respeto
Cuando trata de tu o de usted al cliente
Utilizar el plural y no el singular cuando te refieras a tu tienda.

“Crea un cliente, no una venta”.

EL TRIÁNGULO DEL SERVICIO



Es un esquema que muestra la interacción existente entre 3 elementos básicos

Estrategia de Servicio

Internas, externas para mejorar la calidad y el servicio que se ofrece

Personal

Estrategias para mejorar la atención al cliente

Sistemas

Factores a tener en cuenta al atender un cliente

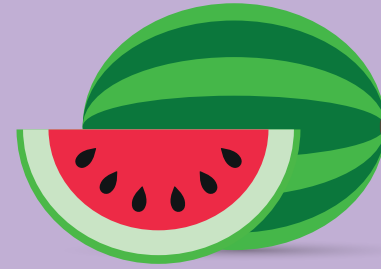
ELEMENTOS DEL SERVICIO AL CLIENTE



El servicio al cliente es una potente herramienta de marketing que nos facilita conocer a nuestra clientela y sus necesidades y para ello contamos con los siguientes

1. Contacto cara a cara
2. Relación con el cliente
3. Reclamos y cumplido

La importancia del servicio al cliente es poder llegar a nuestra clientela con una poderosa venta promocional, los descuentos, las ofertas y el apoyo al cliente en el desarrollo de nuevas estrategias



PROTOCOLO DE VENTA

Establecer un protocolo de atención al cliente ayudará a tu organización a mantenerse por encima de las preocupaciones y quejas del cliente, y podrás administrar mejor la experiencia que los clientes tienen con tu empresa.

Los protocolos de atención al cliente proporcionan orientación organizacional sobre cómo manejar los problemas de los consumidores.

Una forma adecuada de atender a sus clientes y brindarles la información completa es

1. Saludo
2. Personalizar venta
3. Dar información completa
4. Ventajas y Beneficios
5. Frases de seguridad
6. Costos
7. Cierre de Venta

RECOMENDACIONES

Evitar hablar de suceso de importancia
Justificar el precio con la calidad y la higiene del producto

Estrategias

- * El liderazgo de la alta gerencia es la base de la cadena.
- * La calidad interna impulsa la satisfacción de los empleados.
- * La satisfacción de los empleados impulsa su lealtad.
- * La lealtad de los empleados impulsa la productividad.
- * La productividad de los empleados impulsa el valor del servicio.
- * El valor del servicio impulsa la satisfacción del cliente.
- * La satisfacción del cliente impulsa la lealtad del cliente.
- * La lealtad del cliente impulsa las utilidades y la consecución de nuevos públicos.

Reglas en atención al cliente

- * Atención inmediata
- * Comprensión de lo que el cliente quiere
- * Atención completa y exclusiva
- * Trato Cortez
- * Expresión de interés por el cliente
- * Receptividad a las preguntas
- * Prontitud a la respuesta
- * Eficiencia al prestar un servicio
- * Explicación de procedimientos
- * Expresión de placer al servir al cliente
- * Aceptar la responsabilidad por errores cometidos por el personal de la empresa

Un cliente satisfecho conlleva muchos beneficios. Puede convertirse en un cliente fidelizado que seguirá comprándote, o en un cliente que te hará publicidad gratuita porque te recomendará a sus contactos.

De este modo, con un solo cliente puedes generar varias ventas.



Mandamientos del Servicio al cliente

Los mandamientos en la atención al cliente dentro de la empresa y dentro de nuestro plan estratégico; los clientes están posicionados por encima de todos, pero muchas veces estos no se cumplen

