

Tips para Atender a los Clientes

1. No suponga y averigüe:

Todos los clientes no son iguales y aunque en mercadeo se intenta segmentarlos para encontrar sus similitudes y facilitar la tarea de atenderlos, nunca suponga lo que quiere el cliente y pregúnteles que desean.

2. Desarrolle la Actitud de Servicio:

Se puede creer que todos tenemos la Actitud de Servir a los demás, y que basta con solo sonreír y mostrar ganas. Pero en realidad, es más profundo el tema, el desarrollo de la Actitud de Servicio requiere: sentir la necesidad de ayudar al otro, preocuparse por sus necesidades y problemas, ponerse en el zapato de los demás, desarrollar la percepción y observación, cultivar la paciencia y la serenidad, ser intuitivo y prudente, organizado y responsable, cumplir lo que se promete, amar incondicionalmente y por supuesto ser amable y agradable.

3. No haga a los demás lo que no quiera que le realicen a usted:

Esta máxima espiritual que sirve de ejemplo de vida, es muy útil para aplicarla en la atención de los clientes. A usted le gustaría: ¿Qué lo hagan esperar sin ser atendido y sin ninguna explicación, mientras la otra persona habla por teléfono en forma despreocupada?, ¿Qué no les interese su problema o queja, y simplemente le digan que la mande por escrito?, ¿Qué le expresen en forma descortés, que lo que se pide no tiene solución?, ¿Qué lo pasen de uno a otro puesto, sin darle ninguna solución a su requerimiento?, ¿Qué lo estafen y le mientan, simplemente para realizar la venta?. ¿Qué lo discriminen y no le den el servicio que se merece?, ¿Qué le den ventajas y mejor precio al cliente de al lado, sin ninguna justificación aparente?, ¿Qué sean inflexibles con los procedimientos para ajustarse a sus necesidades?, y así podríamos seguir indefinidamente. Si no le gusta ninguna de estas situaciones, ¿Porqué usted si puede atender a los demás, de esta forma inapropiada? Recuerde, no atienda a los demás como no quiere que lo atiendan a usted.

4. Considere el tiempo de los demás:

El tiempo de todas las personas es valioso, y no hay nada peor para el servicio que solo considerar el tiempo de uno, sin preocuparse por el tiempo de los demás, sus urgencias y necesidades. Muchos clientes vienen con el tiempo justo, para solicitar alguna información o comprar el producto, y no pueden darse el lujo de esperar indefinidamente y a veces eternamente. El mundo de hoy en día, es ágil y vertiginoso, y nuestro servicio debe ajustarse a estas velocidades para que sea valioso y útil.

5. Escuche más y hable menos:

Alguien decía con razón que nos dieron dos orejas y una sola boca, para las utilizáramos en esta proporción, es decir, escucháramos más y habláramos menos. Escuchemos no solo los mensajes verbales sino los no verbales, aquellos gestos y señales que nos brindan información sobre los clientes. Siempre abordemos aun cliente con una pregunta que nos sea útil para averiguar y sondear sus necesidades, escuchemos con atención su respuesta, profundicemos si lo requiere, y manos a la obra, ahora sin es el momento de atender al

cliente. No podemos atender al cliente si no sabemos lo que quiere, y la mejor manera de saberlo es, escuchando.

6. Cumpla lo que diga y prometa:

Nunca diga cosas que no pueda cumplir o que se salgan de su responsabilidad, es preferible que le explique al cliente los procesos que debe realizar antes de comprometerse. Y si se compromete a algo, cúmplalo, y ojala en menor tiempo. Así crea que se trata de algo insignificante, sea estricto en su cumplimiento, la hora en que va a llamar, la hora en que va a escribir, la hora en que va a responder, la hora en que va a solucionar. Observe que hablamos de la hora, y no del día o del mes, porque el cliente nos estará esperando a la hora acordada. Muchas veces se tiende a sobre prometer con el fin de ganar la venta, no hay nada peor que esto. Recuerde que el objetivo no es hacer una venta sino desarrollar una relación con el cliente, para ganar un cliente de por vida. Es muy difícil y costoso, obtener un cliente como para dejarlo ir tan rápido.

7. Haga sentir al cliente como el único y mejor:

Un único cliente puede ser una parte mínima de la cantidad de clientes que atendemos, pero para cada uno de ellos, nosotros somos únicos, y de la misma forma ellos desean ser atendidos, como si fueran nuestro único y exclusivo cliente. A los clientes no les interesa que los comparen con otros, y menos que los atiendan en forma masiva e indiscriminada, cada uno desea ser la estrella, y nosotros debemos poner nuestro empeño para lograrlo. Por ello, a los clientes les gusta que los identifiquen, los recuerden, les llamen por su nombre y reciban gestos personalizados.

8. Ame a los clientes:

El mercadeo es el arte de amar a los clientes, y el servicio es la entrega de ese amor que se siente. De la misma forma que amamos a nuestra pareja o familia, podemos amar a los clientes, claro respetando su intimidad. Los clientes también se deben conquistar, atraer, mantener, recuperar, desarrollar y consolidar. Cuando existe amor, surge la pasión y el deseo, y estos desencadenan en un mejor servicio, porque nos preocupamos, nos preparamos y nos entregamos a la labor. Cultive el amor por su trabajo, por lo que hace, por la gente y por sus clientes.

9. Asegure los procesos:

Así como seguro mató a confianza, nuestros compromisos pueden venirse abajo si no verificamos que los procesos se vienen realizando de acuerdo a lo planeado. No somos una isla sino hacemos parte de un engranaje mayor, en donde se involucran más personas en la atención del cliente. No nos confiemos en que nuestra labor termina cuando se entrega la actividad a otra persona, nuestra responsabilidad ante el cliente continúa y debemos asegurarnos que todo transcurra conforme a los compromisos. El seguimiento es importante para asegurar los procesos, y nos permitirán tomar las acciones correctivas del caso, y si se requiere informar al cliente sobre los cambios de planes.

10. Mejore continuamente:

Nadie se puede dormir en los laureles, la competencia mejora permanentemente y está a la caza de nuestros clientes, por ello, debemos seguir creciendo y mejorando, mantener las relaciones con los clientes y mejorarlas, estar atentos a cualquier cambio del cliente por

pequeño que sea, para descubrir las señales de cambio y de mejoramiento. Nuestros sensores deben ubicarse estratégicamente en los momentos de verdad que tenemos con los clientes, para percibir y censar su satisfacción y vislumbrar oportunidades de mejoramiento.

Contribución de Juan Carlos Medina Velandia

Educación Virtual

Email: conideas_plus@yahoo.com

www.educacion-virtual.org