

# Actitud & servicio al cliente.

"No importa cuál sea tu empleo  
nunca olvides **sonreír**"



2020 © Mobility Tech Colombia SAS  
Todos los derechos reservados

02

“Nuestra **visión**  
es un mundo  
centrado en  
el **cliente**”.

Lo importante en una compañía es  
conocer a fondo las necesidades  
y deseos de los clientes.

- Jeff Bezos, fundador de amazon.com  
emprendedor, soñador y visionario. -

amazon



# Índice.

- 04 El cliente de hoy.
- 05 El empleado de ayer y hoy.
- 07 Servicio al cliente.
- 09 Actitud de servicio.
- 14 Reinventa tu mente.

Esta guía tiene por objetivo enseñarte de forma breve ciertos tips que pueden ser muy útiles dentro de tu entorno laboral y social, como empresa y editores queremos que disfrutes leyendo este pequeño manual y que lo compartas con esas personas que consideres que lo necesitan en este momento.

“El conocimiento y la información son herramientas poderosas si se saben utilizar”.

## El cliente de hoy.

**Los clientes** están cambiando y las empresas de todos los tamaños necesitan adaptarse. Para el cliente de hoy, y el que viene en el futuro, ya no existen barreras espaciales, temporales, ni sociales.



Fuente: Camara.es

**El cliente actual** exige una aproximación clara, veloz, ubicua, eficaz, personalizada, consistente, transparente, confiable, segura y recíproca, donde se sienta escuchado y comprendido. El producto por sí solo ya no vende, y hoy la venta está muy ligada a la experiencia de cliente.

**Hoy en día** el consumidor dispone de mucha información es de suma importancia estar un paso arriba en cuanto a información, ningún cliente quiere ser el profesor de la persona que lo asiste como comprador.

**Recuerda:** “El cliente es fundamental, perderlo supone una mala práctica dentro de nuestros procesos”.

## El trabajador de ayer y hoy.

La **evolución** de la tecnología ha repercutido directamente en cómo las empresas manejan sus procesos y también sus recursos humanos. **El mercado cambió al igual que los negocios.**

**También** es cierto que hay más herramientas y oportunidades, pero es necesario recordar que si no estamos preparados, no vamos a beneficiarnos de estas **oportunidades.**



Fuente: MBA y educación ejecutiva.

La **nueva era** de la gestión, al igual que la distribución de las tareas, han marcado también cambios en las conductas de aquellos que son el pilar de las empresas: **los trabajadores.** Sus tiempos, los espacios laborales, el uso de la información, la forma de trabajo, entre otras, han tenido un impacto en los últimos años.

## Emnumeramos el antes y después de la era de trabajadores.

1. "Trabajar en una oficina corporativa" a "**espacio de trabajo variable**".
2. "Enfocado en procesos" a "**enfocado en resultados**".
3. "Usar el equipo de la compañía" a "**uso de cualquier equipo**".
4. "Acumula información" a "**comparte información**".
5. "Escala la escalera corporativa" a "**crea una escalera propia**".
6. "Enfocado en el conocimiento" a "**capacidad de adaptación**".
7. "Trabaja de 9 a 5" a "**horario flexible**".
8. Siguen "Procesos y protocolos obsoletos" a "**Se enfocan en vender emociones y experiencias**".

"El trabajador de hoy es disruptivo e innovador".

- Apple.



# Servicio al cliente.

El **servicio** al cliente son todas las acciones enfocadas en mejorar la **experiencia** de los consumidores antes, durante y después de la compra. También conocido como servicio de atención al cliente, se realiza para cumplir con la **satisfacción** de un producto o servicio.



Fuente: Question Pro business.

Un **buen servicio al cliente** no sólo es responder las preguntas del cliente, sino ayudarlo cuando ni siquiera ha pedido nuestra ayuda, adelantarnos a lo que necesita y cubrir sus **necesidades** de manera eficaz. Existen otros aspectos como la amabilidad, **calidad y calidez** que también influirán en el servicio ofrecido.



## Factores que influyen en el servicio al cliente.

La **manera** en que interactuamos con nuestros clientes es muy importante para lograr una **mejor experiencia**, para esto proporcionamos un buen servicio o producto que logre cumplir con sus **expectativas**.

**En caso contrario**, si otorgamos un **mal servicio** o vendemos un producto que no cumpla con lo que el cliente esperaba, lo único que provocamos es una **mala experiencia** que se traduce en bajas ventas, pérdida de clientes y mala reputación de boca en boca, lo que también puede ocasionar que los que todavía no son nuestros clientes, prefieran irse a la competencia.

**Recuerda:** Un mal servicio al cliente provoca grandes pérdidas.

## Actitud de **servicio**.

Para dar un buen servicio hay que **crear un vínculo** con el cliente, a fin de lograr una relación duradera, crear confianza, lograr que el cliente sea leal a nuestra marca, producto o servicio. Lo importante aquí es que el cliente salga satisfecho y sienta que sus **necesidades** han sido satisfechas.

La **imagen** de una marca depende de su servicio al cliente, el consumidor juzga un servicio como un todo. Mejorar el servicio va ligado a tu **actitud**, frente a el consumidor, ser **positivos, optimistas y brindar soluciones efectivas** es la clave para demostrarle al cliente nuestro buen servicio.



Fuente: Microsoft Corp.

**Recuerda:** "Una sonrisa y un gran optimismo pueden mover montañas".

## Consejos para ofrecer un buen **servicio** y mejorar tu **actitud**.

Si el cliente está feliz con lo que le ofrecemos, seguramente regresará una y otra vez, nos recomendará con sus amigos, familiares o conocidos. Esto lleva su tiempo, pero hay que trabajar diariamente en ello y obviamente requiere inversión, tanto de tiempo, dinero y esfuerzo.

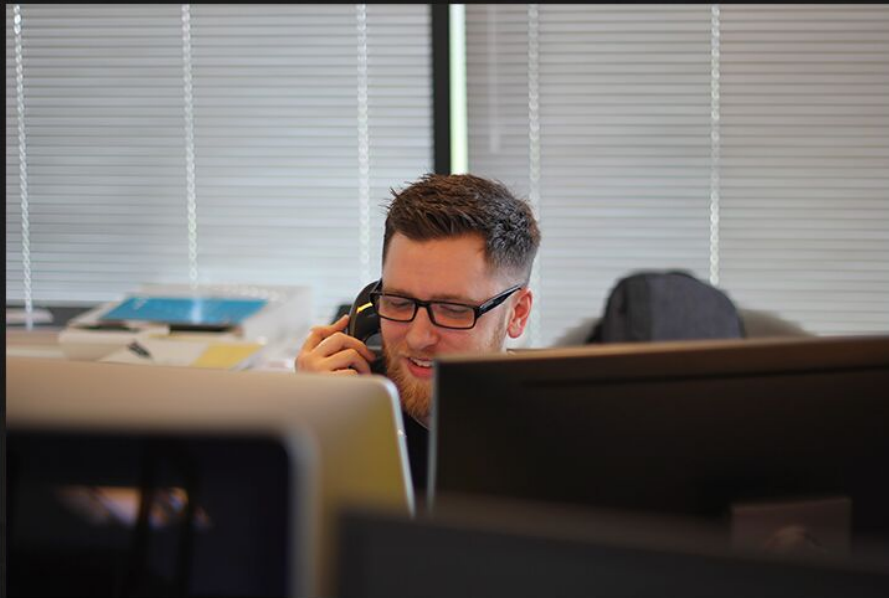


**1. Conocer a los clientes**, tanto particularmente como de forma general, esto es, el perfil del público objetivo, es imprescindible para atender correctamente sus necesidades. **Escuchar, entender y responder** a sus expectativas cambiantes son los tres pilares en los que se apoya la atención al cliente.

**2. Utiliza un lenguaje positivo**, es fundamental para expresarle a el cliente que puedes abordar sus problemas sin generar **malos entendidos**.

**3. Asegura con paciencia la calidad de tu servicio,** Las personas siempre quieren las cosas rápido y este es efectivamente un elemento relevante a considerar. Sin embargo, cuando se trata del servicio que una empresa le brinda a su consumidor, los clientes expresan, la gran mayoría de las veces, que la **calidad del servicio** es sumamente más importante que su velocidad.

**4. Los principios de amabilidad, cordialidad y cortesía,** deben ser aplicables para cualquier cliente en cualquier momento y circunstancia y transmitidos de la mejor forma posible en los distintos canales comunicativos. Una **correcta ortografía, gramática** y tono en mensajes escritos, contacto visual y lenguaje corporal respetuoso en persona, y una **vocalización y entonación adecuada vía telefónica.**



Fuente: Escuela de negocios y dirección de Brazil.

**5. Sinceridad y compromiso,** El principal objetivo de la atención al cliente es conseguir que éste deposite su confianza en la marca. Esto se conseguirá mediante la sinceridad y el compromiso. Transmitiendo **información relevante, continua y transparente,** y permaneciendo a disposición del consumidor en todo momento, ganaremos su fidelidad y confianza.

**No se debe** prometer aquello que no se puede cumplir, pues solo se conseguirá el descontento del cliente y, como consecuencia, malas críticas y pérdida de ventas.



**6. Resolver quejas, necesidades y demandas,** Ante quejas de clientes se recomienda seguir tres fases: explicación, solución y compensación. Pero nunca excusas. Se debe explicar el error o infracción cometido, ofrecer rápidamente una solución viable y satisfactoria y compensar al cliente por las molestias ocasionadas con algún producto, promoción o similar.

**7. Trabajar en equipo**, es probablemente la herramienta más poderosa dentro del ambiente laboral, apoyarte con tus compañeros puede significar un avance rápido y eficiente en la **resolución de los problemas** que por tu propia cuenta pueden llegar a ser difíciles de resolver o simplemente consumen mucho tiempo.



Fuente: Marketingdirecto.com.

**8. No Presionar ni discutir**, hacer esto puede terminar en una compra por su parte, pero sin duda no volverá a confiar en la empresa y se pasará a la competencia. **Evitar la discusión** en toda circunstancia y preservar la cordialidad y amabilidad en todo momento. Presentar todas las opciones posibles para el cliente y permanecer abiertos al diálogo.

**Recuerda:** "Comunicar es simple, no compliques este proceso".

## Reinventar tu mente.

**Cada día** nos enfrentamos a nuevas circunstancias que van desde lo personal hasta lo profesional, tu defines **tu propio destino**, tienes la capacidad de ver el futuro sin volver a caer en los errores del pasado, vivir el presente y definir cuales son los objetivos que quieres lograr es la clave para darle armonía y paz a tu vida, no entendemos el valor de la **reinención** hasta que empezamos a darle cambios significativos a nuestras acciones.

Es un proceso complejo por el que hay que ser muy **valiente** para conseguirlo. En la vida, hay personas que llegamos a un punto en el que nos vamos hundiendo poco a poco hasta tocar fondo. En ese momento, es cuando o cambias algo en tu vida o te conviertes en un **muerto** en vida.



Fuente: Sebastián Gaddi.

**Trabajar duro** no supone el camino al éxito si no trabajamos de forma inteligente, **tus esfuerzos** deben de sumar y aportar valor a tu vida, de nada sirve pasar horas remando si no salimos de la orilla.

**Empieza** a generar cambios significativos haciendote preguntas, es la mejor manera de saber si tienes los pies sobre la tierra, interrogarte es una manera efectiva para **detectar los fallos** dentro de tus entornos y que elementos puedes agregar para sumar valor a tus acciones.

Si nuestro trabajo consiste en la **atención al cliente** puedes plantearte las siguientes interrogantes y luego meditalas:

1. ¿Qué espera el cliente de mi y de la empresa?
2. ¿Cómo debe ser una atención profesional?
3. ¿Cómo debe ser un servicio excepcional?
4. ¿Cómo debe ser un ambiente adecuado para la excelencia en atención y servicio?
5. ¿Cómo debe ser una actitud de servicio al cliente?
6. Sí tengo todo esto claro, debo de preguntarme ¿Puedo ser mejor que ayer?



**Recuerda:** "Reinventarse es como el arte, todo está en la imaginación".

**Reinvent**a tu trabajo.  
No seas más de lo mismo.

**Trabaja** inteligente.  
No duro y sin sentido.

**Educa** tu mente.  
No pierdas tiempo.

**Valora** tus entornos.  
La gente dañina no aporta nada.



Gracias por tu atención, te deseamos lo mejor, somos Mobility Tech.

