

“Año del Fortalecimiento de la Soberanía Nacional”



LA ATENCION TELEFONICA

(Tema)

INSTITUTO: IDEMA

ESTUDIANTE: Yames Iván Zúñiga Osorio

CARRERA: Farmacia

CURSO: Técnicas de atención al cliente

Huánuco, 07 de diciembre de 2022

INDICE

INTRODUCCION.....	1
CAPITULO I	
1. LA ATENCION TELEFONICA.....	2
1.1. Definición.....	2
1.2. Manual de atención telefónica	3
1.3. Las 11 reglas de la etiqueta telefónica.....	5
1.4. Resolver problemas de servicio al cliente vía telefónica.....	16
CONCLUSION.....	20
BIBLIOGRAFIA.....	21

INTRODUCCION

En el mundo de la empresa, el teléfono es la herramienta fundamental para la relación con el Cliente. Muchos Clientes llegan a su empresa por primera vez a través de una llamada telefónica. La mayoría nunca llega a franquear la puerta de su organización, toda interacción se produce por vía telefónica.

En el entorno actual de competitividad, las empresas ofrecen productos muy parecidos a los mismos Clientes, a precios casi idénticos. Uno de los mejores modos de distinguirse de los competidores es ofreciendo una buena calidad de servicio. Por el contrario, un servicio descuidado y vulgar es una invitación a los Clientes a buscar algo mejor en la competencia.

Construir una buena imagen en la mente de los clientes no es algo reservado a grandes empresas con jugosos presupuestos de publicidad. Gracias a una atención telefónica excelente, una compañía pequeña puede competir con cualquier gigante en imagen y reputación. Porque, afortunadamente, dar un servicio excelente no cuesta más dinero que dar un servicio mediocre.

CAPITULO I

LA ATENCION TELEFONICA

1.1. Definición

La atención telefónica es un canal de comunicación no presencial, que funge como una línea de conexión entre una empresa y sus clientes, en donde pueden brindarse diferentes servicios que den respuesta a las solicitudes de los consumidores, por ejemplo: información, soporte o apoyo en una compra.

Cuando trabajas en el departamento de atención al cliente, contestar llamadas telefónicas es tu pan de cada día. Un buen agente de servicio telefónico debe tener fuertes habilidades de comunicación, ya que esto contribuirá a brindar una gran experiencia a los clientes.

Y si bien puede parecer obvio, simplemente contestar el teléfono con un «Hola» no es suficiente. Responder llamadas profesionales es muy diferente de contestar llamadas personales. Justo por eso hay que tener mucho cuidado de no hablar accidentalmente con un cliente como si lo hiciéramos con nuestra madre o nuestro amigo.

Tú tienes todo para ser el mejor agente telefónico del call center. Pero antes de darte los mejores consejos para lograrlo, comienza por comprender el concepto básico de lo que significa la atención telefónica.

Muchas empresas líderes en el mundo siguen considerando la atención telefónica como uno de los medios de comunicación más importantes. Latinoamérica no es la excepción, pues se ha consolidado como uno de los mejores entornos para la prestación de servicios de call center.

Entre los tipos de call centers que existen se destacan los siguientes:

a) Inbound: También conocido como entrante, su cualidad más importante es que las llamadas son realizadas por el mismo cliente y no la empresa. Se encargan de manejar dudas o quejas del consumidor.

b) Outbound: También recibe el nombre de saliente y es utilizado, en su mayoría, para realizar encuestas, publicidad o informar sobre algo importante al cliente.

C) Virtual: También se le conoce como contact center y se trata de un servicio de chat en tiempo real desde el sitio web de una empresa.

Para brindar una atención al cliente por teléfono de excelencia se requiere cumplir con diversos aspectos; estos pueden ir desde cómo contestar el teléfono eficazmente hasta cumplir con una etiqueta telefónica que ayude a los agentes a brindar una mejor experiencia del cliente. A continuación, te damos más detalles.



Pag.3 Call centers.

1.2. Manual de atención telefónica

El manual de atención telefónica es una guía que ayuda a los agentes a saber cómo hablar por teléfono o tener en cuenta frases para contestar el teléfono.

No importa de qué tamaño sea tu negocio es primordial que ofrezcas un alto nivel de servicio en tus diferentes canales de comunicación. Con un manual de atención telefónica tú y tus agentes telefónicos estarán listos para contestar de forma efectiva las solicitudes de los clientes.

Algunos aspectos que debe contener son los siguientes:

1. Funciones y responsabilidades de los agentes telefónicos

Es común que el departamento de atención telefónica contenga diferentes tipos de líneas, por ejemplo: ventas, soporte, devoluciones, etc. Cada una de ellas debe incluirse en el manual junto con los encargados de coordinarla y los agentes que la integran, así como las responsabilidades que deben atender. De esta manera, todos

los teleoperadores tendrán claras sus funciones y sabrán hacia cuál canal deben dirigir a un cliente en caso de ser necesario.

2. Información sobre procedimiento y operaciones

Este apartado requiere una explicación muy detallada de los pasos a seguir en diferentes situaciones; qué debe hacerse y qué no. Aquí puedes incluir las técnicas de atención telefónica que te compartimos previamente y alguna más que tú consideres útil para tu tipo de empresa. Los saludos, despedidas y otros aspectos que todos los agentes deben decirle al cliente también tienen que integrarse.

3. Acciones en caso de problemas en las llamadas

Ojalá todas las llamadas pudieran resolverse de forma rápida y eficaz. Sin embargo, muchas veces los agentes deberán lidiar con los clientes en diferentes situaciones, por ejemplo: reclamos, falta de información, poca comprensión por parte del consumidor, entre otras.

Cada problema tiene una forma de solucionarse y es vital que se incluyan las alternativas en el manual de atención telefónica. Más adelante te hablaremos un poco más sobre estas situaciones y cómo resolverlas.

4. Estructura de la llamada de atención telefónica

Si bien es importante que los agentes se mantengan naturales, no deben dejar la atención a los clientes a la improvisación. Lo mejor es que estructuren una forma de entablar las conversaciones. La más común es: apertura, análisis, comprensión y solución. Todas estas etapas deben cumplirse para mantener el orden en las llamadas que reciben de los clientes.

En este manual también es importante que se incluya la etiqueta de atención telefónica. Ahora te diremos de qué se trata y cómo hacerlo.

La etiqueta telefónica

Es la manera de hablar y dirigirse a un cliente por teléfono en un call center o centro de servicio telefónico. Es importante que todos en la empresa usen la misma etiqueta, es decir, el mismo tono, las mismas frases y la misma educación.

Cualquier persona es capaz de contestar el teléfono, pero hacerlo con el objetivo de brindar apoyo a los clientes precisa de un manejo superior que solo un agente puede

hacer. Una buena atención puede determinar muchas cosas sobre una empresa para el cliente: desde si desea seguir llamando a la línea de atención hasta refrendar su confianza en la compañía al sentirse bien atendido y valorado.

El 70 % de los clientes espera que los equipos de soporte trabajen de manera coordinada. Por lo tanto, es importante que hagas el mayor esfuerzo para que todas las interacciones de los consumidores con tu call center sean exitosas. Por fortuna, existen diversas técnicas que pueden ayudarte.

¿Por qué es tan importante?

Porque esto creará un servicio de atención al cliente homogéneo sin importar el día y la hora en la que se comunique el cliente. Tener una buena etiqueta telefónica puede establecer la diferencia entre un cliente satisfecho y uno que decida buscar a la competencia. Para que no se te pase ningún detalle importante en esta labor.

1.3. Las 11 reglas de la etiqueta telefónica

1. Responde una llamada antes de que el teléfono suene 3 veces

Si tu trabajo implica estar disponible para los clientes que llamen, hazlo siempre. Esta es la primera regla de la etiqueta telefónica y una de las más importantes.

Esto significa mantenerse enfocado y responder llamadas de inmediato (o lo más pronto posible). No quieres tener a un cliente esperando por un tiempo prolongado ni mucho menos mandarlo al correo de voz. Siempre debes estar listo para contestar una llamada.

La regla primordial es: mantente alerta junto a tu teléfono en todo momento. Claro, a menos que estés en un descanso.

Levantar el teléfono en el primer timbrado no suele ser la mejor opción, ya que puedes estar nervioso. Nosotros te recomendamos responder dentro de los primeros tres timbres. Es el tiempo suficiente para que te prepares para la llamada.

2. Preséntate de inmediato

Al levantar el auricular, debes presentarte. En llamadas personales, es suficiente comenzar con un «Hola» y dejar que quien llame se presente. Por otra parte, en llamadas a un call center, el interlocutor quiere saber si está hablando a «atención al cliente» y con quién está hablando.

Nosotros recomendamos contestar con esta fórmula:

«Buenos [días/tardes/noches] Habla [tu nombre], especialista de servicio de [tu empresa]. ¿Cómo puedo ayudarte?»

No olvides sonar amable para que tu cliente encuentre calidez, lo que puede marcar la diferencia entre una llamada positiva y una difícil.

Otro consejo importante que puedes emplear en el momento de tu presentación es personalizar la llamada, es decir, llamar a tu cliente por su nombre.

Algunos estudios han comprobado que al escuchar tu nombre en una conversación se activa una función en el cerebro que te hace prestar mayor atención. Además, te hace sentir más cercano y en confianza con la otra persona. Por lo tanto, implementa esta táctica con tus clientes.

Velo de este modo: ¿cómo te sentirías si la persona con la que llevas conversando un buen rato nunca prestó atención a tu nombre? Seguramente pensarás que todo lo demás que dijiste tampoco le pareció importante. Recordar el nombre de alguien demuestra respeto y es una excelente forma de iniciar con el pie derecho tu llamada.

Así que, en cuanto consigas el nombre de tu cliente, apúntalo y tenlo en cuenta a lo largo de la conversación.

Ejemplo del uso del protocolo de atención telefónica

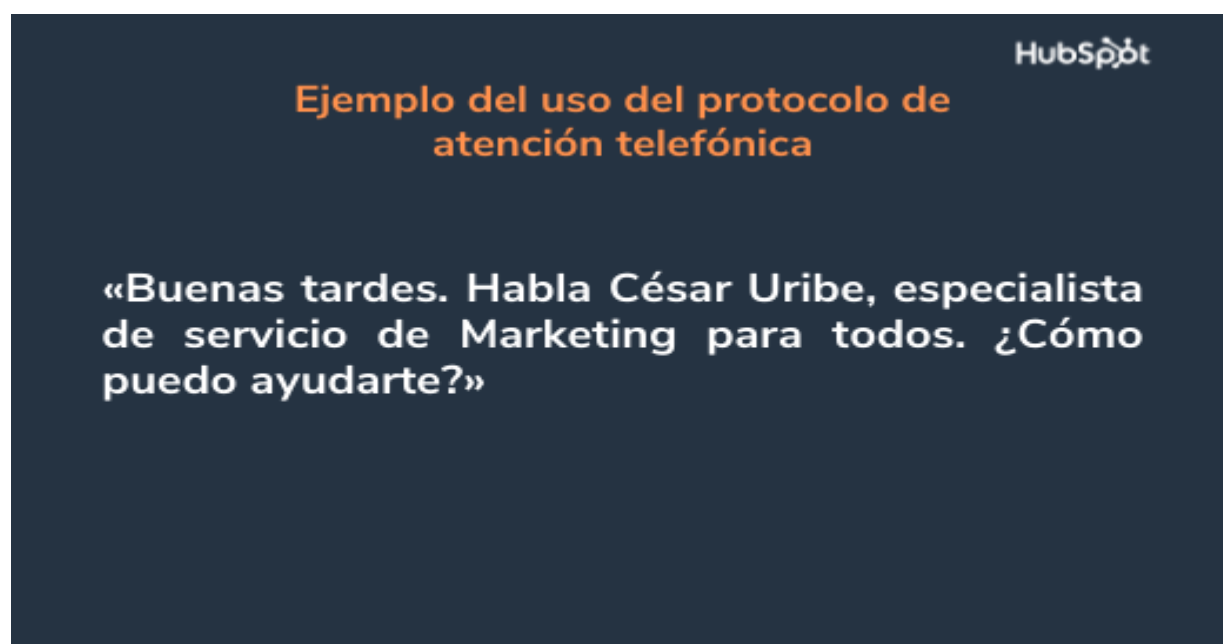


Imagen de Google.

3. Habla claro

Las llamadas telefónicas son una excelente opción para quienes no les gusta la interacción en persona. Aun así, se requieren habilidades de comunicación muy sólidas de tu parte.

La persona en el otro extremo de la línea solo puede juzgarte en función de tu voz, ya que no puede ver tu lenguaje corporal. Por ello debes tener cuidado con el tono que utilizas.

Habla lo más claro posible y proyecta tu voz. Quieres que tu interlocutor te escuche y entienda todas tus palabras. Una voz fuerte y segura puede hacer que un cliente confíe más en ti. Pero ten cuidado: no grites o podrías sonar grosero.

Si te encuentras con una llamada que tenga mucha estática o que simplemente no puedas hacerte escuchar (o incluso si tú no puedes escuchar), te recomendamos que le digas al cliente que colgarás y le llamarás de inmediato.

4. Usa el altavoz solo cuando sea necesario

Todos conocemos las ventajas de usar altavoz, te permite usar tus manos para otras tareas. No obstante, para la persona que llama, es como si intentara escucharte a cientos de metros de distancia. Es imposible y frustrante. Evita el altavoz y ofréceles a tus clientes toda tu atención. Esto facilitará una buena comunicación.

En raras ocasiones el altavoz es necesario. Pero si puedes evitarlo, hazlo. Si necesitas usar tus manos para ayudar al cliente, siempre es mejor usar auriculares.

Ejemplo del uso del protocolo de atención telefónica



Imagen de Google.

5. Escucha activamente y toma notas

Respecto a prestar atención a tus clientes, es esencial que siempre los escuches activamente. Escuchar activamente significa poner atención en todo lo que tienen que decir y no usar un guion prescrito, sino crear tus respuestas a partir de los comentarios del cliente. Esto demuestra que estás presente y eres empático.

Todas las solicitudes de los clientes son diferentes; unas pueden ser más urgentes que otras, pero lo que debes tener claro es que cada una es igual de importante. Brinda un espacio idóneo en donde la persona que llama se sienta escuchada y comprendida. También permanece atento y escucha la solicitud del cliente para saber cómo puedes ayudarlo.

Una buena línea táctica que te ayudará a controlar tu nivel de compromiso es la siguiente: enfoca, repite, ayuda y agradece.

Enfoca: escucha atento lo que la otra persona dice durante toda la llamada. Evita tener distractores o hacer otras actividades al mismo tiempo, ya que esto podría hacer que no escuches un punto clave y debas pedirle al cliente que lo repita para entender su situación. Buena parte de las malas experiencias con el servicio cliente se atribuye a que los clientes no pueden resolver su inconveniente con rapidez.

Repite: una vez que el cliente haya compartido su solicitud o inquietud, repítela. Esto, además de demostrar que lo escuchaste de forma clara, también te ayudará a terminar de comprender lo que requiere y buscar las soluciones óptimas.

Ayuda: ya que tienes claro lo que el cliente requiere, ayúdalo. Si no está en tus manos dar solución, comunícalo con el área indicada. El 72 % de los clientes consideran una mala atención telefónica cuando tienen que explicar su problema a varias personas. Así que evita que el apoyo que des se convierta en un ir y venir con muchos agentes.

Agradece: saber cómo hablar por teléfono significa también saber cómo mostrar gratitud al cliente. Una vez que hayas resuelto la solicitud del cliente, hazle saber que aprecias el haber confiado en ti y remarca el hecho de que el servicio está destinado a ayudarlo y está disponible en el momento en que él o ella lo desee. Intenta, dentro de lo posible, seguir esta línea para lograr que todas tus llamadas de atención telefónica sean un éxito.

También es útil tomar notas durante las llamadas de soporte. Necesitas tener un registro de la conversación para no olvidar ningún detalle. Así, durante las explicaciones largas, podrás anotar los puntos principales y ofrecer una solución sin tener que pedirle al cliente que te repita la información.

Para ayudarte con esto, haz preguntas que mantengan la conversación. No solo es importante que escuches activamente a tu cliente, también puedes emplear preguntas útiles que ayuden a que la persona hable con más detalle acerca de su solicitud o problema. Las preguntas abiertas son una de las bases de algunas metodologías de ventas más utilizadas, pues ayudan a dejar más claro lo que se busca expresar.

Si el cliente está buscando resolver una duda, también puedes aplicarlas. No lo hagas en exceso para evitar que se sienta interrogado.

Ejemplo del uso del protocolo de atención telefónica

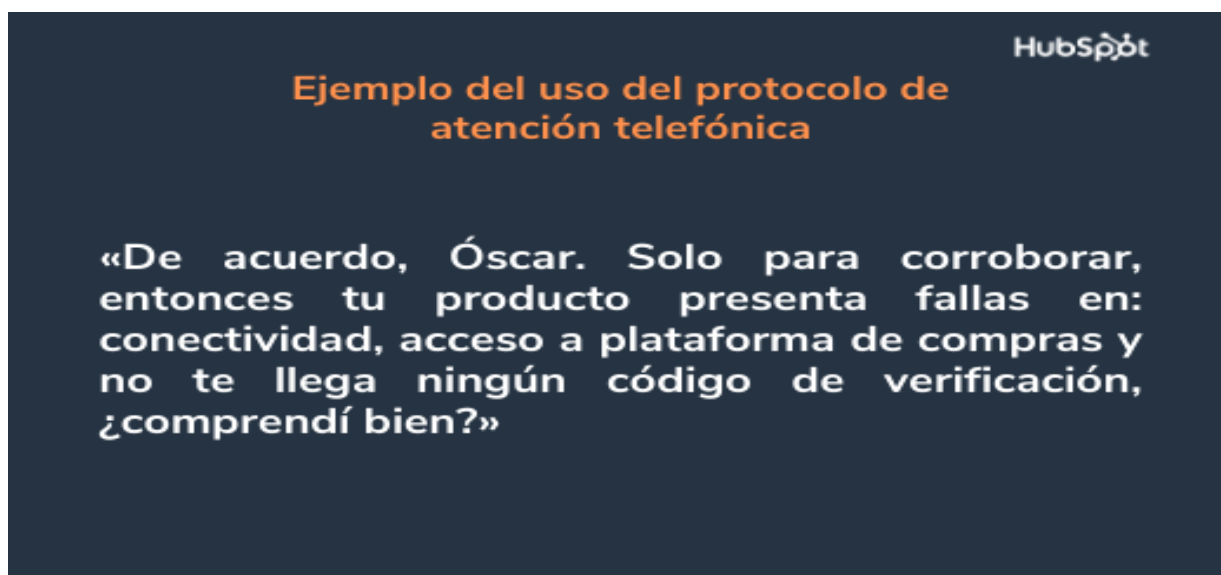


Imagen de Google.

6. Utiliza un lenguaje apropiado

Una diferencia clave entre las llamadas telefónicas profesionales y personales es obvia: el lenguaje.

Es posible que hablar con tus amigos implique usar expresiones casuales y jerga, pero el empleo de este tipo de lenguaje puede hacer que pierdas un cliente.

Sé consciente y respetuoso cuando estés hablando con un cliente. Nunca sabes quiénes podrán ofenderse por algo que dices, así que siempre es mejor emplear un

lenguaje formal. Para estar seguro, sigue esta regla: el humor está bien en ciertos momentos, pero nunca deben ser bromas que puedan molestar al cliente.

De igual forma, usar un lenguaje apropiado también significa encontrar la mejor manera de explicarle al cliente lo que estás tratando de decir. Eres un experto en tu producto o servicio, pero tu cliente no. Si bien es importante mantener una conversación seria y demostrar que tienes el conocimiento ideal para ayudar a las personas, mantén tu guía y soluciones simples y fáciles de comprender.

Cada industria o sector tiene su propio lenguaje y este puede incluir términos o palabras un tanto complejas de entender por los clientes. Usar estas definiciones puede confundir a la persona al otro lado del teléfono y en vez de transmitirle una solución, solo se frustrará más.

Trata de expresar tus ideas desde la perspectiva del cliente y busca diferentes maneras para que entienda un tema complejo.

También puedes aplicar afirmaciones verbales en el momento en que un cliente se encuentra explicando su solicitud o problema. Esto ayuda a evitar que te quedes en silencio y la persona del otro lado piense que está hablando solo. Palabras como: «Está bien», «de acuerdo», «ya veo», «bien», son las más usuales.

Ejemplo del uso del protocolo de atención telefónica

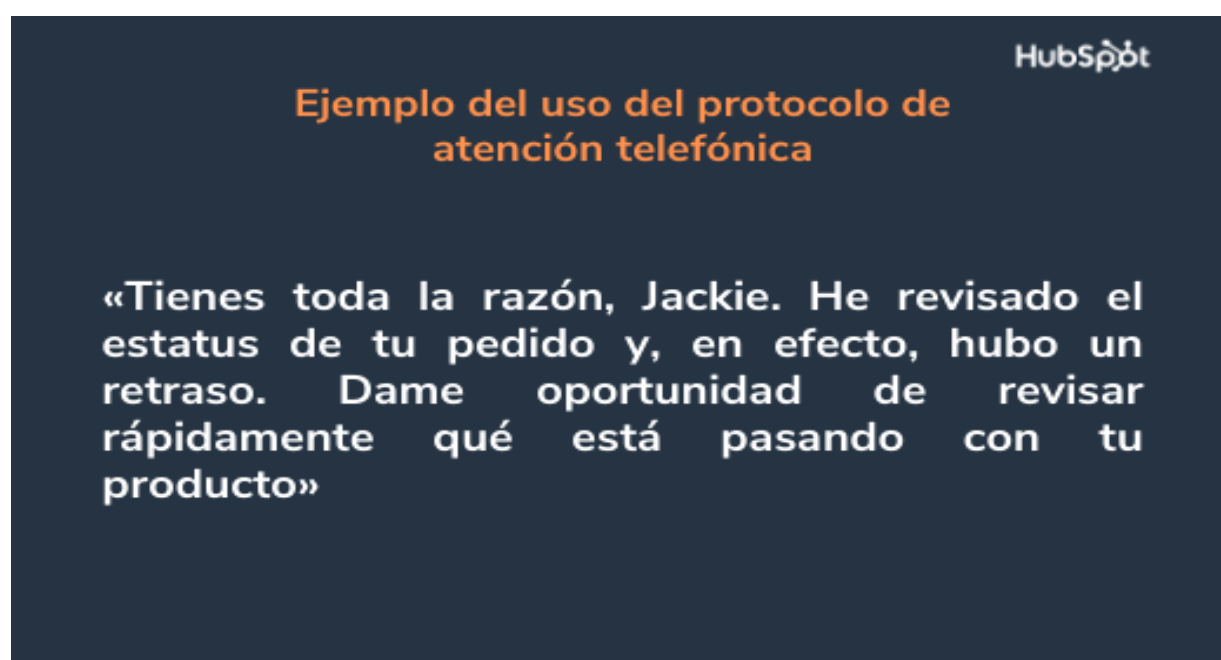


Imagen de Google.

7. Muéstrate alegre

Un cliente puede estar teniendo un mal día, y tú no puedes saberlo. Si alguien es grosero contigo por teléfono, tal vez tu reacción inmediata sea hacer lo mismo. Pero la etiqueta telefónica implica que debes tomarte un momento para ponerte en los zapatos del cliente y tratar de entender por qué está tan molesto. Siempre debes permanecer positivo y amigable, aún más cuando te enfrentas a cierta actitud negativa.

Tu actitud optimista puede ser suficiente para lograr una conversación exitosa. Recuerda que lo último que tu cliente quiere es pasar toda la tarde hablando por teléfono con alguien del departamento de atención al cliente. Por lo tanto, convierte la llamada en algo positivo. Esto puede transformar a un cliente ocasional en alguien que permanezca en tu empresa de por vida.

Contar una historia es una buena táctica sobre todo para las llamadas de ventas. No hay mejor manera de ilustrar los beneficios de un producto o servicio que contando una historia de éxito. Si el cliente se muestra interesado (y con tiempo) aprovecha la atención telefónica para hablarle de alguna anécdota o el caso de otro cliente que tu empresa ayudó. Estas conversaciones abren la confianza del cliente y prestan atención en lo que podría ayudarles a ellos. Si se te complica este nivel de creatividad, el artículo **“Why sitting when you’re on the phone is a bad”** propone una idea interesante: las llamadas telefónicas deben hacerse de pie. Si bien esta no es una táctica obligatoria, sí puedes emplearla en llamadas que requieran más energía de tu parte. Por ejemplo, si estás tratando de persuadir a un cliente para adquirir una nueva línea de producto, pararte y caminar durante la conversación puede ayudarte a mantener el ritmo.

Eso sí: no exageres en el nivel de entusiasmo. Sí, en todas tus llamadas de atención telefónica debes mostrarte cálido y alegre. Pero transmitir que estás pasando el mejor día de tu vida podría hacer que tus clientes te sientan forzado o hasta poco honesto. El libro *El mito del carisma*, de Olivia Fox, sugiere hablar por teléfono de forma neutral. Mantén un cierto nivel de entusiasmo al inicio de la llamada para demostrarle al cliente que estás contento de ayudarlo, pero no dejes de mostrarte auténtico y evitar asustarlo.

Ejemplo del uso del protocolo de atención telefónica

Ejemplo del uso del protocolo de atención telefónica

«Daniela, comprendo perfecto tu molestia, ya me encuentro en este momento dando solución a tu solicitud. Lamentamos mucho que hayas tenido este inconveniente»

Imagen de Google.

8. Pregunta antes de poner a alguien en espera o transferir una llamada

A menudo no hay nada más irritante para los clientes que ser puestos en línea de espera. Ellos quieren una solución, no que los hagas esperar diez o quince minutos. Porque muchas veces, después de esa espera, otro asesor los vuelve a poner en espera.

Tal vez llevas hablando con el cliente solo unos segundos, pero ellos pueden llevar media hora al teléfono. Esto puede ser muy estresante y frustrante. En especial si ellos no querían ser puestos en espera.

Por eso, si tienes que poner a un cliente en espera o transferir su llamada, pregúntale si está de acuerdo. Y siempre explica por qué es necesario transferirlo con alguien más o hacerlo esperar. Recuérdale que tú también quieres ayudarlo a resolver su problema rápidamente.

Al mantener a los clientes informados, es muy probable que acepten el tiempo de espera y no se molesten. Por otro lado, una correcta gestión de tiempos ayudará a que, por ejemplo, en el caso de los call centers, tus métricas no se vean afectadas en un alto grado.

Ejemplo del uso del protocolo de atención telefónica

Ejemplo del uso del protocolo de atención telefónica

«Javier, déjame revisar con el equipo de ventas los detalles de tu transferencia para poder dar respuesta rápida a tu solicitud. ¿Me permites ponerte en espera unos minutos? Esto es solo para agilizar la llamada»

Imagen de Google.

9. Sé honesto si no sabes la respuesta

Es posible que tengas que poner a un cliente en espera si no conoces la solución. Esta suele ser una situación aterradora y estresante para los agentes telefónicos.

Quizá lo has intentado todo o simplemente no tienes idea de cómo solucionar el problema. No entres en pánico. Está bien no saberlo todo.

Tener una buena etiqueta telefónica significa admitir cuándo no sabes algo. No pongas excusas o des soluciones falsas.

Lo que tienes que hacer es decirle al cliente que vas a hacer todo lo posible para encontrar una respuesta. Ellos no suelen esperar que tengas un conocimiento infinito y todas las respuestas, pero sí desean que seas honesto.

Es válido tener dudas a la hora de una llamada. Si se te presenta un caso que no has experimentado, no dudes en consultar el manual interno. Aquí debes encontrar diferentes recomendaciones para abordar a los clientes. Sobre todo cuando se trata con un cliente enojado.

Ahora, una recomendación es que, si bien es importante que conozcas hasta el más mínimo detalle del manual, tampoco lo emplees al pie de la letra en tus llamadas. Esto hará que suenes como un robot. Busca las maneras de seguirlo acorde con tu personalidad y sobre todo de forma natural.

Ejemplo del uso del protocolo de atención telefónica

Ejemplo del uso del protocolo de atención telefónica

«Laura, he revisado diferentes alternativas para mejorar tu conectividad, pero ninguna ha funcionado. Dame oportunidad de revisar otras soluciones con el departamento de TI, ¿está bien? Te pondré en espera algunos minutos si estás de acuerdo»

Imagen de Google.

10. Ten en cuenta el volumen de tu voz

volumen con el que les hablas a las personas. Recuerda, una llamada telefónica no permite visualizar el lenguaje corporal, por lo que el tono de voz se convierte en el elemento principal para determinar la actitud del operador.

Es posible que estés tan concentrado en tu llamada telefónica que apenas prestes atención a lo que pasa alrededor. Y un centro de atención telefónico puede ser bastante ruidoso.

Por ello, es importante aprender cómo contestar el teléfono de manera amigable y que incite a comenzar una conversación. Evita sonar apresurado o molesto, pues esto puede dar la señal negativa. El 42 % de los clientes manifiesta que pagaría más por un trato amigable, en vez de los agentes poco serviciales. Este aspecto puede cambiar hasta por mínimos detalles, como lo es el tono y el cliente de que su llamada no es esperada ni bien recibida.

El tono de voz se compone por dos factores:

a) Velocidad del habla: una velocidad del habla normal es de 130 palabras por minuto. Aumentar este número hará que suenes apresurado, y disminuirlo transmitirá una sensación de aburrimiento o desinterés.

b) Tono: lo mejor es mantener el tono con medida y profundidad. Un tono bajo puede demostrar monotonía y uno alto produce desconfianza. Tanto la velocidad como el tono determinarán el nivel de calidad de tu atención telefónica. Cuanto más cuidado tengas

con estos detalles, mejor será tu interacción para dominar la conversación y crear un compromiso entre tú y el cliente.

Recuerda que siempre debes ser consciente del volumen de tu voz y asegurarte de no interrumpir ni molestar a tus compañeros de trabajo porque estás gritando. Ellos también intentan escuchar a sus clientes.

Si estás en una llamada que requiere que hables más alto debido a una mala conexión o un cliente con problemas auditivos, te recomendamos salir de la habitación. Claro, tus clientes son tu principal preocupación, pero no quieres interrumpir a los demás.

11. Verifica y responde los mensajes de voz

Es muy posible que un cliente se comuniqué contigo cuando estás descansando o cuando ya acabó tu turno. Si recibes mensajes de voz, asegúrate de revisarlos siempre.

Quizá por estar distraído, olvides escuchar o contestar un mensaje de voz. Es posible que para ti no sea tan grave, pero para el cliente puede serlo.

Comienza y termina tus días revisando los mensajes de voz. Esto solo te tomará unos minutos y puede evitar un problema. Además, tus clientes apreciarán tu pronta respuesta y tú podrás hacer lo que mejor sabes hacer: brindar un servicio amable y experto.

Ejemplo del uso del protocolo de atención telefónica

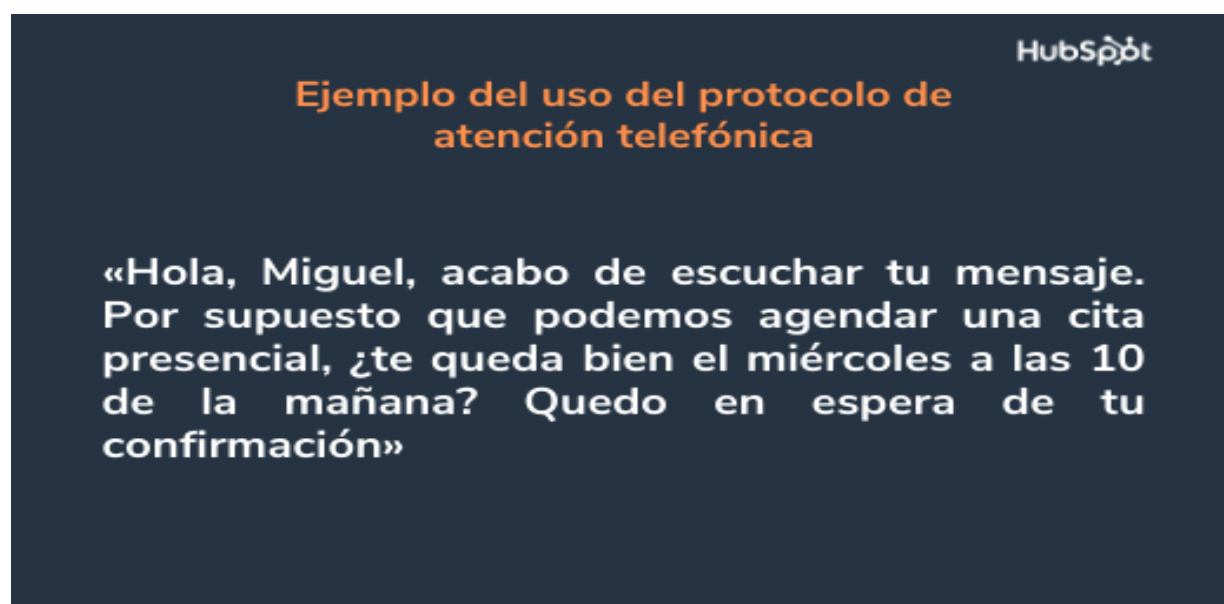


Imagen de Google.

1.4. Resolver problemas de servicio al cliente vía telefónica

A veces, puede suceder que te encuentres frente a un problema que, aparentemente, no tiene solución. Estos casos suelen ser escasos, pero les ocurren incluso a los mejores equipos de servicio al cliente.

Es importante usar la etiqueta telefónica correcta en este tipo de casos para producir el resultado más efectivo, tanto para el cliente como para la empresa.

Para ayudarte, te compartimos algunos problemas y desafíos comunes que la mayoría de los representantes de servicio al cliente enfrentarán en algún momento de sus carreras.

1. El cliente te pide que hagas algo que tú no puedes hacer

Lo malo de ofrecer el mejor servicio al cliente es que a veces los clientes esperan demasiado de ti.

Cuando satisfaces constantemente sus necesidades, pueden pedirte que hagas algo que simplemente no tienes el poder de hacer o que está en contra de las políticas de tu empresa. Esto no significa que los clientes estén haciendo una solicitud maliciosa, sino que creen que tu equipo es tan efectivo que puede solucionar problemas más avanzados.

En estos casos, debes hacer todo lo posible para restablecer las expectativas del cliente: recuérdale lo que tu equipo de servicio puede o no hacer. Proporcióname un documento o artículo que describa las políticas de la empresa, como una base de conocimiento, donde resuelvas sus dudas.

Si bien tú mismo puedes explicar las políticas de tu empresa, ofrecer un documento oficial y estandarizado ayuda a que tu argumento tenga mayor credibilidad. Dile al cliente que hay una razón por la cual no puedes realizar la acción solicitada y, de ser posible, dirígelo a la persona que pueda ayudarlo.

2. El cliente insiste en permanecer en el teléfono hasta que se resuelva su problema.

Los clientes quieren alcanzar sus objetivos y algunos harán casi cualquier cosa para lograr el éxito, incluso si eso significa permanecer en el teléfono por horas.

Esta motivación a veces puede conducir a situaciones estresantes donde los clientes se agitan porque un representante no puede solucionar un problema específico. Estos casos son raros, pero sucederán, especialmente si tu producto es imprescindible para el éxito del cliente. Lo mejor que puedes hacer en estos casos es proporcionar un servicio al cliente proactivo.

Presta atención al tono y el vocabulario del cliente, pues esto te ayudará a entender si está frustrado, estresado o molesto. Luego, evita que el problema se haga más grande al reconocer el obstáculo y cómo afecta al cliente. Esto demuestra que has practicado la escucha activa y te interesa ayudarlo.

Si no puedes arreglar la situación, el siguiente mejor paso es iniciar un plan de seguimiento. Dile al cliente que tienes que seguir investigando el problema, pero que lo volverás a contactar. Si el cliente se resiste a colgar el teléfono, explica que encontrar la solución puede llevar tiempo. Deja claro que lo mejor para el cliente es colgar el teléfono y que tú te comunicarás más adelante.

Si aun así el cliente se rehúsa, comunícate con tu gerente de inmediato para que intervenga en la situación.

3. El cliente exige hablar con un gerente

Muchos clientes piensan que pueden solucionar sus problemas más rápido al hablar con la gerencia. Lo más probable es que como tu gerente de servicio fue quien te entrenó, ambos tendrán la misma respuesta. Esto puede conducir a un problema mayor, ya que el cliente sentirá que la empresa no ha logrado satisfacer sus necesidades. En lugar de buscar a tu gerente, trata de manejar el caso por tu cuenta.

Claro que puedes pedirle ayuda a tu gerente, pero asegúrate de que no participe activamente en la conversación con el cliente. En el momento en que le transmitas la llamada al gerente, estarás admitiendo frente al cliente que no puedes resolver el problema por tu cuenta.

En algunas ocasiones, los clientes exigirán hablar con tu gerente. En estos casos, sé honesto y dile al cliente que su mejor oportunidad de resolver el problema es con tu ayuda. No olvides describir los pasos que vas a emplear para ayudarlo. Si eso no funciona, solicita un seguimiento con la administración o conéctalos directamente con tu gerente.

4. El cliente no entiende tu explicación

Los teléfonos son herramientas excelentes para proporcionar soporte inmediato para problemas sencillos, pero en casos más complejos no funcionan tan bien.

Tanto tú como el cliente deben entender los detalles importantes del caso para asegurarse de estar en la misma página durante todo el proceso. En casos difíciles, los clientes pueden malinterpretar la información y confundirse acerca de los pasos que deben seguir. Incluso si proporcionas pasos detallados, tu explicación puede ser demasiado avanzada para el nivel de conocimiento del cliente.

En estos casos, aprovecha todas las herramientas de servicio al cliente que tengas a tu disposición. Las pantallas compartidas y los asistentes virtuales brindan asistencia práctica y guían a los clientes a través del proceso de solución de problemas. De esta manera, puedes asegurarte de que el cliente está haciendo el proceso correctamente.

Si no tienes acceso a alguna de estas herramientas, en HubSpot contamos con opciones como nuestro CRM gratuito en español, el cual puedes comenzar a utilizar ya mismo.

5. El cliente te mantiene en el teléfono durante demasiado tiempo

Los clientes valoran su tiempo y no quieren estar en una llamada por varias horas. Los representantes de servicio al cliente piensan lo mismo.

La mayoría de los empleados de un call center tienen que cumplir una cuota de llamadas que deben contestar diariamente. Y si se quedan atrapados en una llamada larga, no podrán alcanzar esta meta.

Cuando trabajas con más de 30 llamadas por día, no puedes darte el lujo de quedar atrapado en una llamada de una hora. Esto es un peligroso juego de balance entre las necesidades del cliente y tus propios objetivos profesionales.

Si bien debes brindar a cada cliente la máxima atención y dedicación a su problema, no pierdas de vista cuánto tiempo llevas hablando con un cliente. Si no estás haciendo ningún progreso significativo en el caso, solicita colgar y hacer un seguimiento con ellos.

Explica por qué necesitas hacer un seguimiento y cómo esto conducirá a una resolución mucho más rápida y eficiente. Esta medida no solo te ayudará a alcanzar tus metas

diarias, sino que demostrará de manera proactiva que estás teniendo en cuenta el tiempo del cliente.

Como puedes comprobar, brindar una excelente atención telefónica va más allá de solo saber cómo contestar el teléfono. Requiere tácticas y mucha práctica para perfeccionar tu propio estilo, considerando las reglas que hacen del soporte un verdadero valor y aspecto útil para los clientes. Adicionalmente, llevar a cabo esta labor de correcta manera te ayudará a evitar el burnout.

Si, además de esta información, necesitas mayor apoyo, no dudes en implementar alguna herramienta especializada. El software de atención al cliente de HubSpot y el software para call center de HubSpot son dos buenas soluciones, ya que por medio de sus funciones podrás expandir tu servicio de asistencia telefónica y lograr que todos tus equipos se mantengan en contacto en una misma plataforma.



Pag.19 Problemas entre cliente y el recepcionista.

CONCLUSIONES

2. La implementación adecuada del manual de servicio de atención al cliente telefónicamente es un resultado esperado para demostrar el cumplimiento de ciertos requisitos para lograr la certificación de calidad de una empresa. (Según la Norma 8.2.1, ISO 9001).
3. Es de vital importancia para toda empresa contar con un manual de servicio al cliente que le permita garantizar que sus servicios están siendo brindados de manera efectiva basados en las necesidades de los clientes.
4. Resulta necesario llevar a cabo un sondeo de mercado (de ser posible económicamente para la empresa llevar a cabo un estudio de mercado) para poder elaborar el manual de servicio al cliente, ya que es la manera más exacta de conocer a profundidad las verdaderas necesidades y expectativas de los clientes. Solamente de esta manera se pueden establecer procedimientos agradables a los clientes y que los resultados sean clientes satisfechos.
5. Para poder poner en práctica un manual de servicio debe haber constante comunicación con los clientes, tanto antes, durante y después del servicio, es decir que debe haber retroalimentación, deben de ser dinámicos y mejorar constantemente los procesos.
6. Un manual de servicio al cliente ayuda a la empresa a mantener sus estándares de calidad, lo cual facilita alcanzar sus objetivos.
7. Un Manual de servicio al cliente debe estructurarse en concordancia con las normas y políticas de la empresa para facilitar su implementación.
8. Un manual de servicio al cliente es una herramienta que permite a las empresas identificar oportunidades de mejora, vistas desde la percepción del cliente.
9. La fuente de información primaria son los empleados, por lo cual se les debe prestar mucha atención a sus sugerencias.
10. Una de las áreas más importantes a tomar en cuenta es la del manejo de quejas y reclamos, ya que de la hoja de quejas y reclamos se obtendrá la información de primera mano del cliente, sobre las fallas de la empresa.

BIBLIOGRAFIA

- <https://academia.crandi.com/ventas-online/que-es-atencion-telefonica-al-cliente/>
- <https://www.euroinnova.edu.es/blog/atencion-telefonica-que-es>
- <https://www.gestionar-facil.com/atencion-al-cliente-via-telefonica/>

Otras fuentes:

- Se obtuvo imágenes de Google