



### Guía Nº3 Classroom Atención de Clientes

Fecha desde: 17 a 28 de agosto 2020

Nombre:..... Nivel: NM3 B y C

OA: Atender Clientes internos y externos de la empresa, de acuerdo a sus necesidades y demandas, aplicando técnicas de relaciones públicas, de comunicación oral y escrita, en forma presencial o a distancia, vía teléfono, correo electrónico u otro medio.

Unidad: 1 Contenido: Técnicas de comunicación en atención de los clientes externos de la empresa. Parte 2.

#### Activación del pensamiento:

Los diversos canales de comunicación permiten poner en contacto al cliente potencial con la empresa u organización, por lo que se hace necesario poner en práctica las diversas técnicas comunicacionales existentes, a continuación conoceremos algunas de ellas.

**La comunicación externa** también es un aspecto clave para la empresa. No sólo nos ayuda a vender o a promocionar nuestros productos y servicios sino que posiciona a la organización, la diferencia de la competencia, refuerza su identidad y su imagen corporativas y, actualmente, se torna imprescindible para interactuar con nuestra clientela. Conocer las necesidades de la misma, es necesario para rediseñar de manera continua nuestros productos y servicios.

Las empresas más grandes y más potentes, saben que para acertar con su estrategia corporativa es básico que acierten con su comunicación externa. Su credibilidad está en juego.

**Internet nos acerca al consumidor/a y esto es una ventaja.** Esto nos ofrece más proximidad y más posibilidades de convertirte en cliente real si sólo eres potencial. Pero más proximidad también significa más accesibilidad a la información y más posibilidad de interacción (tanto ante situaciones positivas como negativas). Internet nos acerca también al trabajador/a. Además, también al resto de interlocutores de la empresa: accionistas, proveedores, sociedad, etc. Este acortamiento de distancias supone un gran reto.

#### Técnicas de comunicación empresarial

Para potenciar estos aspectos, las empresas que llevan la delantera echan mano de una gama de opciones comunicacionales. Entre las técnicas más novedosas están:

#### Youtube

Comunicar con videos. Una imagen vale más que mil palabras. Tener un canal de Youtube puede ser una muy buena opción. La viralidad de las imágenes es una potente herramienta comunicacional.



**Las páginas web** empresariales o corporativas son webs que se utilizan para manejar la presencia de la empresa en internet, aunque existen otros medios como las redes sociales, blogs y demás. La página web se realiza para dar a conocer la empresa en la red. La página web de la empresa debe ser el instrumento para dar visibilidad online a la marca e informar correctamente sobre los productos/servicios que están a la oferta para los consumidores.

**Apps de comunicación tanto interna como externa.**

La introducción de técnicas de storytelling. El storytelling que no es más que comunicar contando historias. Ya no basta sólo con informar o comunicar. El reto es apelar a la emoción más que a la razón con los públicos (internos y externos). Sustituir exposiciones objetivas de datos y argumentos fríos por un relato, una historia que motiva y que además mejora la retención del mensaje. En marketing es una técnica que consiste en conectar con tus usuarios con el mensaje que estás transmitiendo, ya sea a viva voz, por escrito, o a través de una historia con su personaje y su trama.

**El uso de infografías.** Es la mezcla de imágenes con texto que redonda el atractivo de la comunicación visual y entronca con la cultura visual tan arraigada de nuestros días. Decir más, con menos palabras (pero usándolas), con fotos, dibujos o imágenes y, al igual que con la técnica anterior, captando mejor la atención del interlocutor.

Conviene no olvidar que la mejor estrategia es la que cubre mejor las necesidades de nuestro público objetivo. Por lo tanto, si vendemos a un público más senior o menos adiestrado en nuevas técnicas, es posible que tengamos que recurrir a estrategias comunicativas más tradicionales, como anuncios en televisión, radio o prensa entre otros. Debe integrarse y alinearse con la estrategia empresarial, de manera que comuniquemos de forma coherente con nuestros objetivos, nuestra cultura y, en definitiva, nuestros valores.

**Síntesis:**

Internet se ha convertido en una herramienta indispensable, para la labor de las empresas, les permite mantenerse comunicados, tener acceso y compartir información, e incluso organizar las tareas cotidianas.

**Actividad:** De acuerdo al texto dado realice lo siguiente:

- Seleccione uno de los canales de comunicación aquí descritos e indique cual es.**
- Redacte un mensaje publicitario** que permita dar a conocer el producto o servicio para así incentivar su uso o consumo mediante ese canal, mencionando las características, ventajas y beneficios para el consumidor final. (No menos de 10 líneas y máximo 20).
- Comente por qué le parece atractivo el medio de comunicación seleccionado aplicando la definición dada.** (Redacte solo en una plana de cuaderno).



ATENCIÓN DE CLIENTES 2020  
CENTRO EDUCACIONAL FERNANDO DE ARAGÓN

**Registre de manera manuscrita el desarrollo de la actividad en su cuaderno.**

Se solicita **tomar fotografías legibles** de las respuestas y enviar al correo del profesor (a) respectivo. Por favor identifiqúese claramente con nombre, apellido y curso. **Evaluación:**

**Formativa**

**Tercero C** enviar a

[monica.carrasco@colegiofernandodearagon.cl](mailto:monica.carrasco@colegiofernandodearagon.cl)

**Tercero B** enviar a

[daniel.sepulveda@colegiofernandodearagon.cl](mailto:daniel.sepulveda@colegiofernandodearagon.cl)

**Plazo de envío: viernes 28 de Agosto de 2020**