



ATENCIÓN DE CLIENTES 2021
CENTRO EDUCACIONAL FERNANDO DE ARAGÓN
NIVEL: 3º MEDIO ADMINISTRACIÓN



GUÍA PARA EL APRENDIZAJE N° 3

Nombre:..... Curso:..... Fecha: 01 a 31 de Mayo 2021

CONTENIDO: Tipología de Clientes

OBJETIVO DE APRENDIZAJE: 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

Qué es Cliente:

Un cliente, desde el punto de vista de la economía, es una persona que utiliza o adquiere, de manera frecuente u ocasional, los servicios o productos que pone a su disposición un profesional, un comercio o una empresa. La palabra, como tal, proviene del latín *cliens*, *clientis*.

En este sentido, sinónimos de cliente son **comprador**, cuando se trata de una persona que adquiere un producto mediante una transacción comercial; **usuario**, cuando la persona hace uso de un servicio determinado, y **consumidor**, cuando la persona, fundamentalmente, consume productos o servicios.

Por otra parte, como cliente también se denomina la persona que se encuentra bajo la protección de otra. Este tipo de relación se ubica, por ejemplo, en el Derecho, donde el abogado representa, protege y defiende los derechos de su cliente.

Qué opinas?

¿Estás de acuerdo con la expresión “el cliente siempre tiene la razón”? .Comente de acuerdo a su apreciación.

Finalmente, la expresión “**el cliente siempre tiene la razón**” es un precepto muy popular para referirse a que, independientemente de la exigencia, quien exige un servicio y paga, siempre tiene razón en exigir la satisfacción total de sus necesidades de acuerdo con sus expectativas.

TIPOS DE CLIENTES SEGÚN SU PERSONALIDAD Y CÓMO TRATARLOS



Damos por hecho que todos ya tenemos presente el papel que juega el cliente en el día a día de nuestra empresa u organización. Para algunos puede que no sea lo más importante, pero sí una de las claves del éxito si conseguimos crear fidelidad y compras recurrentes gracias a ellos. Por eso es interesante conocer lo mejor posible a nuestros clientes y saber así cómo actuar con cada uno de ellos.

A continuación conoceremos distintos tipos de clientes que podemos encontrar según su personalidad y cómo tratarlos si estás en el departamento de atención al cliente.

1.- LOS CLIENTES DESCONFIADOS

Esta clase de usuario es muy común en cualquier sector y si lo piensas es posible que tú seas uno de ellos. El cliente desconfiado es aquel que no se fía mucho de ti y de tu empresa y que tiende a hacer muchas preguntas antes de dar el paso final. Son personas escépticas y siempre pondrán en entredicho tus recomendaciones u opiniones.

CÓMO DEBES TRATARLOS

Nuestra recomendación para trabajar con este tipo de personalidad es ofrecerle toda la información posible, sin esconder nada, mostrando a la compañía lo más transparente posible. Si además le aportas datos precisos y fuentes fiables, te acabarás ganando al cliente desconfiado.

Otra opción es que le muestres casos y ejemplos similares al suyo para que conozca testimonios de otros clientes y vea que puede empezar a confiar. Es decir, tienes que ganártelo.

CÓMO NO DEBES TRATARLOS

Con un cliente desconfiado olvídate de las tácticas comerciales que juegan con la ambigüedad o la ocultación de información. Con este tipo de cliente es mejor que no tengas dudas del producto que estás vendiendo.

Nunca dejes a estos clientes con la palabra en la boca, puede ser una pregunta que si no respondes adecuadamente te haga perder la venta. Y, sobre todo, no mientas a los clientes desconfiados, eso solo les dará alas para irse a otro sitio a comprar lo que necesitan.

EJEMPLO

Imagina que has hecho una campaña de marketing ofreciendo calzados veganos. Es una audiencia que seguramente necesitará información específica para corroborar que tu producto sea 100% sintético, ya que hay muchas patrañas al respecto. Allí es cuando tu rol de vendedor



ATENCIÓN DE CLIENTES 2021
CENTRO EDUCACIONAL FERNANDO DE ARAGÓN
NIVEL: 3º MEDIO ADMINISTRACIÓN

tomará un sentido de educador, al informar de manera concreta y certera el sistema de producción y la materia prima utilizada en tu producto. ¡No escatimes datos!

2.- LOS CLIENTES SABELOTODO

Su propio adjetivo lo dice, es aquel usuario que se creerá siempre más listo que tú y que te tratará con cierta inferioridad. Creen conocer cualquier tema del que hables con ellos y querrán llevárselo todo a su terreno, donde se sienten más cómodos.

CÓMO DEBES TRATARLOS

Lo primero es tener mucha paciencia y educación y, en la medida de lo posible, darles la razón. Está claro que si no la tienen o se refieren a algo que pueda afectar a la empresa, no debes dársela, pero en temas menores en los que parece que ellos se sienten bien como “sabelotodo”, diles que sí.

CÓMO NO DEBES TRATARLOS

Si en tu empresa o comercio te encuentras con un cliente sabelotodo, es mejor que no le lleves la contraria. Y mucho menos discutir con él. Practica técnicas de que aumenten tu paciencia y no le des pie a que se enfade poniéndote a su nivel. Estos clientes suelen ir con un objetivo claro, por lo que no hagas muchos esfuerzos en hacer cambiar de opinión al cliente sabelotodo, busca la mejor solución para ambos.

EJEMPLO

Eres programador y has creado un sitio web para un nuevo cliente que cumple con los requisitos estéticos y prácticos, pero tu cliente considera que debes realizar cambios que, según él, darán mejores resultados... quizá no estés de acuerdo, pero permítete seguir sus sugerencias negociando aquellas que crees que no afectarán el rendimiento del sitio.

3.- LOS CLIENTES AGRESIVOS

El cliente agresivo es sin duda la peor tipología que podemos encontrar. Se trata de personas que continuamente están de mal humor y buscan una discusión contigo por algo que ha podido suceder y que no les ha gustado. En muchas ocasiones pueden llegar a ser ofensivos y es necesario aplicar altas dosis de diplomacia con ellos.

CÓMO DEBES TRATARLOS

Es importante que no te pongas a la misma altura, es decir, que aunque estas personas tengan un lenguaje agresivo e incluso déspota no debes responder de la misma manera. La paciencia y el respeto deberán ser una de tus virtudes para comunicarte con ellos.

CÓMO NO DEBES TRATARLOS

Los clientes agresivos son una tipología de cliente que causa dolor de cabeza a todos. Con estos clientes no podemos enfrentarnos ya que solo conseguiremos enfadarnos nosotros mismos, y puede que incluso eso conlleve un perjuicio para la imagen de nuestra propia marca. Piensa en cómo tu producto o negocio puede ayudarle a solucionar su problema y no intentes convencer a un cliente agresivo de forma autoritaria.



ATENCIÓN DE CLIENTES 2021
CENTRO EDUCACIONAL FERNANDO DE ARAGÓN
NIVEL: 3º MEDIO ADMINISTRACIÓN

EJEMPLO

Has creado un E-commerce (Comercio electrónico) para tu cliente y este no está generando las ventas que tenía previstas. Reúnes para evaluar datos, progresos y mediciones y el cliente de forma verbalmente agresivo y un tono poco diplomático te increpa por ello. Mantén la calma y respalda con datos cómo los resultados del proceso de compra no son responsabilidad de tu mal hacer.

Actividad: Qué opinas ?... (De acuerdo a los puntos 1,2 y 3)

Caso: Si estás frente a un vendedor y te presiona para que compres lo que el ofrece, sin embargo, tu sabes exactamente lo que quieres pues has estudiado bien tu elección, y siempre ha sido así y tienes claro lo que deseas. ¿Con que tipo de cliente de identificarías? Argumente de acuerdo a lo aprendido.

4.- LOS CLIENTES EXIGENTES

Los clientes exigentes son muy frecuentes en todo tipo de sectores. No tienen por qué ser molestos ya que simplemente están exigiendo algo que suele ser lógico. En ocasiones nos pueden pedir imposibles o aquello que está fuera de nuestro alcance. Si este es el caso, nada mejor que hacérselo ver.

CÓMO DEBES TRATARLOS

Simplemente debemos escuchar con atención si lo que se pide es factible o no. Si está exigiendo algo que como cliente puede exigir, deberemos concedérselo ya que está en su derecho. Muchas personas son una mezcla de personalidad exigente con sabelotodo y para eso solo necesitas paciencia y empatía.

CÓMO NO DEBES TRATARLOS

Un cliente exigente puede proporcionar muchas mejoras a tu negocio. Nunca dejes de escuchar las proposiciones que este tipo de clientes te haga, pueden servirte para innovar. Un cliente exigente no es un cliente molesto, comprará o será fiel a tu marca si sabes tratarlo. Si tu empresa no puede proporcionarle lo que busca, no le trates de loco, busca alternativas o sé educado y comunícale que no le puedes ayudar.

Ofrece tus mejores productos. Muestra tus mejores ideas. Sorpréndelo.

EJEMPLO

Un cliente te ha pedido como diseñador gráfico que hagas modificaciones en su logo. Te ha dado las indicaciones precisas de colores, tamaños e ideas porque tiene claro qué resultado quiere conseguir. Sorpréndelo enviando diferentes bocetos, dentro de sus exigencias y fuera de ellas a modo de extra, y fuera del presupuesto. Si le gusta tu trabajo, te será fiel.



ATENCIÓN DE CLIENTES 2021
CENTRO EDUCACIONAL FERNANDO DE ARAGÓN
NIVEL: 3º MEDIO ADMINISTRACIÓN

5.- LOS CLIENTES IMPACIENTES

Este perfil es muy parecido al cliente exigente que hemos mencionado antes, pero en esta ocasión lo que exigen suele ser una urgencia del servicio o producto. Son clientes que creen que son prioritarios a otros y que pueden saltarse algunos pasos.

CÓMO DEBES TRATARLOS

Intenta evitar un enfrentamiento con ellos y ofrece toda la información posible para que vean que no tienen razón.

Si por ejemplo, te están pidiendo que su pedido llegue en menos tiempo de entrega que lo que pone en tu web, no tienes más que redirigirle a la sección en la que explicas el proceso. Si todo está por escrito aprovecha este tipo de pruebas para que tenga paciencia.

CÓMO NO DEBES TRATARLOS

A un cliente de la tipología de los impacientes es difícil tratar en situaciones de crisis. Aun así, si no le puedes dar la razón, no seas ambiguo con tus respuestas, sé lo más directo posible y, como comentábamos, si le puedes enviar un enlace donde tenga por escrito la respuesta, mejor.

No podemos tratar a un cliente impaciente de la forma como lo haríamos con un cliente exigente, ya que el impaciente no busca la perfección, sino la urgencia. No le des motivos para ponerse nervioso e intenta que tus respuestas no le dejen con dudas.

EJEMPLO

El rediseño (del producto por ejemplo) de tu cliente está calendarizado para dentro de dos días. Los imprevistos diarios y los envíos pendientes no han llegado todavía. Como profesional, consideras que el escenario ideal consiste en aplazar un par de días el lanzamiento para que todo sea perfecto, pero él no quiere posponer la fecha. Para el cliente impaciente el “aquí y ahora” priman por encima del “se puede mejorar”. Negocia y argumenta tus razones para que el resultado sea el mejor para ambos, pero no desesperes si las modificaciones y optimizaciones han de realizarse a posteriori.

6.- LOS CLIENTES EMBAJADORES

Esta tipología es, sin duda, la que puede interesarte ya que son los que te harán generar más ventas y beneficios. Los clientes embajadores son aquellos que han comprado o han solicitado tus servicios y realizan una difusión positiva de los mismos en sus círculos. Son influyentes de tu marca y eso hace que puedan conseguirte clientes de una manera directa o indirecta.

CÓMO DEBES TRATARLOS

Los clientes embajadores deben tener un trato prioritario al resto de usuarios. Esto no quiere decir que les trates mejor ya que todos deben recibir de ti una buena respuesta, pero puedes premiarles con descuentos, puntos acumulables, regalos... echa un vistazo a nuestra entrada sobre el diseño de programas de fidelización.

CÓMO NO DEBES TRATARLOS

Estos clientes manifiestan un alto nivel de satisfacción y compromiso, y no dudarán en realizar buenas críticas sobre tus productos o servicios de cara a terceros. Esta es una buena razón para mimarles como se merecen.



ATENCIÓN DE CLIENTES 2021
CENTRO EDUCACIONAL FERNANDO DE ARAGÓN
NIVEL: 3º MEDIO ADMINISTRACIÓN

Aunque es una delicia contar clientes embajadores de nuestra marca, existen algunas normas a seguir para saber cómo no tratarlos. No des por hecho que los compradores siempre van a estar ahí ni les abandones, puede que se sientan olvidados y se bajen del barco de tu empresa.

EJEMPLO

Imagina a ese proveedor que, gracias al trato que recibe, es un incondicional pese a la gran competencia que existe en tu mercado. Los principios de mes siempre son complicados, y como sabes que este cliente está satisfecho a menudo dejas sus necesidades para el final. ¡Cuidado!, que tu calidad del servicio sea buena no significa que sea excelente, organiza tu tiempo y no permitas que tu cliente embajador no se sienta atendido.

Actividad:

Responde lo siguiente. Cuando te ves enfrentado(a) como cliente en los siguientes mercados, con qué tipo de clientes te identificas (de acuerdo a lo aprendido en los puntos 4,5 y 6).

- a) Cuando vas a un recital _____
- b) Cuando vas a un centro médico _____
- c) Cuando vas a un local de alta tecnología _____

7.- LOS CLIENTES ACTIVOS

Los clientes activos son perfectos para todo tipo de negocios, compran a menudo tus productos y, además, son proactivos con tu marca.

Por norma general, no suelen quejarse mucho y son razonables cuando les explicas las normas de tus servicios. En caso de tener dudas, son capaces de entender lo que les explicas y tienden a promocionar tu empresa o servicios entre sus amigos

CÓMO DEBES TRATARLOS

A un cliente activo siempre hay que tratarle con respeto, igual que harías con el resto, pero siendo consciente de que te va a dar menos problemas que los impacientes, agresivos o exigentes. Tener un programa de puntos para fidelizar al cliente activo es siempre una buena estrategia.

CÓMO NO DEBES TRATARLOS

Igual que comentábamos con los clientes embajadores, puedes perder a un cliente activo si no le das la atención que necesita. No puedes tardar días en contestar los correos o enviar productos en mal estado sin preocuparte por la atención al cliente. Recuerda que el cliente activo lo ha sido hasta ahora por el trato que le has dado, no lo cambies.

EJEMPLO

Imagina a una persona que realiza compras habituales en tu tienda online. Este cliente es el ideal para enviarle una promoción o campaña de post venta y de seguimiento de satisfacción con el fin de fidelizarle. Todo esfuerzo tiene su recompensa.



ATENCIÓN DE CLIENTES 2021
CENTRO EDUCACIONAL FERNANDO DE ARAGÓN
NIVEL: 3º MEDIO ADMINISTRACIÓN

8.- LOS CLIENTES DE COMPRA OCASIONAL

Nos encantaría que tus ventas aumentarían cada día y llegarías al estrellato en un mes. Pero a veces el proceso de venta cuesta un poco más, y aquí entran en juego los clientes de compra ocasional.

Está muy bien fidelizar a los clientes embajadores, pero también es necesario contar con los clientes de compra ocasional para llegar a un número de ventas o prestación de servicios altos.

CÓMO DEBES TRATARLOS

Para los clientes de compra ocasional necesitas una buena plataforma online de venta o unos servicios que se adecuen a sus necesidades. Quizás no conseguirás que vuelva más adelante, pero no todos tenemos el armario lleno de pantalones de una misma marca, ¿verdad?

Lo importante con un cliente de compra ocasional es que su proceso de compra sea lo más óptimo posible y que quede satisfecho con la atención al cliente, nuestra asesoría o cualquier servicio que ofrezcamos.

CÓMO NO DEBES TRATARLOS

El hecho de que un cliente no tenga intención de volver no quiere decir que debemos despreciarlo o no prestarle atención. Al contrario, a un cliente de compra ocasional tendremos que tratarlo tan bien como haríamos con uno recurrente, ya que éste puede empezar a recomendar tu marca o empresa a sus conocidos. Aunque sea una compra ocasional, no significa que el comprador no pueda hacer una recomendación a sus amigos.

EJEMPLO

Sea cual sea el sector, piensa que un mensaje de agradecimiento a un cliente ocasional o un email para comprobar la satisfacción de tu producto o servicio puede estar marcando la diferencia entre un servicio de atención al cliente mediocre o excepcional.

9.- LOS CLIENTES ALTAMENTE INFLUYENTES

Con el auge de las redes sociales tenemos muy claro quién es un cliente altamente influyente. Eso sí, ten en cuenta que no solo es altamente influyente la persona que te compra un producto y luego lo cuelga en Instagram y consigue 100.000 likes. También puede ser muy influyente una persona con un gran círculo de amigos de alto poder adquisitivo interesados en tus servicios.

Tanto en el mundo online como en el offline, existe mucha gente que puede mover muchos hilos y hablar mucho sobre ti.

CÓMO DEBES TRATARLOS

Cuida con sutileza a este tipo de clientes. No hace falta que hagas favores que no harías a un cliente embajador, pero sí ten presente la influencia que tiene. Un cliente embajador está encantado con tu producto y lo conoce de arriba hacia abajo.

Un cliente altamente influyente no tiene por qué estar enamorado de tu marca, simplemente tiene que gustarle y sentirse cómodo para recomendarla a los demás.

CÓMO NO DEBES TRATARLOS

No hace falta que te deshagas en halagos hacia el tipo de cliente altamente influyente. Piensa que igual que tú, otras marcas o empresas les han contactado y les han pedido que hagan lo



ATENCIÓN DE CLIENTES 2021
CENTRO EDUCACIONAL FERNANDO DE ARAGÓN
NIVEL: 3º MEDIO ADMINISTRACIÓN

mismo que tú. No regales tus productos a estos clientes, consigue que los compren y conozcan el valor de lo que tú haces.

EJEMPLO

Eres redactor especializado en notas de prensa y un cliente te ha externalizado un par de textos específicos para el lanzamiento de su nuevo proyecto. El beneficio económico no siempre es lo importante. Piensa que este cliente tiene un gran número de contactos y, si te esfuerzas, sus recomendaciones harán que consigas nuevos clientes.

Actividad: ¿Conoces a alguna persona que sea un cliente con las características del tipo **Altamente influyente**? Si es positiva la respuesta, comente el por qué lo reconoces como tal? De lo contrario busque un ejemplo en la web. Y registre aquí su respuesta.

10.- LOS CLIENTES ASESORES

Los clientes asesores, esa gran tipología de cliente que puede hacer que tu empresa llegue a lo más alto con innovaciones o modificaciones de las que no te habías dado cuenta.

Estos clientes ayudan con su propia experiencia a mejorar la de los demás. Si eres psicólogo y tienes una consulta, un cliente asesor te puede comentar que el cuadro de la entrada le pone nervioso, y eso te puede ayudar a entender por qué otros clientes lo están.

CÓMO DEBES TRATARLOS

Estos compradores serán muy proactivos contigo y con tu producto, a veces puede resultar una relación un poco apabullante. Piensa que las recomendaciones del cliente asesor buscan un fin positivo hacia ti, no es un ataque. Quieren que mejores.

Así que escúchales, ofréceles una recompensa e intenta valorar si lo que te han dicho es bueno para tu marca y cómo puedes implementarlo. Y si finalmente lo incorporas, hazle saber para que estén orgullosos.

CÓMO NO DEBES TRATARLOS

Como comentábamos en el párrafo anterior, no te agobies con las recomendaciones de los clientes asesores. No pienses que lo único que hacen es criticar tus servicios. Míralo todo desde un prisma positivo y te darás cuenta que pueden ayudar mucho a tu negocio.

No es un cliente sabelotodo, seguramente sólo te contactará cuando crea que se puede cambiar algo, sino te dejará tranquilo.

EJEMPLO

Piensa que eres diseñador de interiores y tu cliente (que trabaja en una agencia de marketing) ha notado que tu sitio web no se encuentra optimizado para mostrar tu trabajo. Escúchalo y aprende, siempre te será útil la nueva información.

11.- LOS CLIENTES DISCUTIDORES

Ojo con estos clientes. No son tan dañinos como los clientes agresivos, pero pueden acabar con la paciencia de muchos. En este caso, el cliente discutidor siempre te va a responder un e-mail o un mensaje por un error, va a ponerte problemas para concertar una cita o va a criticar tu servicio o producto.

Con el tiempo, entra en razón y entiende tus argumentos. Un cliente discutidor simplemente quiere asegurarse que lo que le dices o das es lo mejor para él.

CÓMO DEBES TRATARLOS

Escucha a este tipo de clientes, es lo que quieren. Discuten mucho porque tienen muchas ideas en su cabeza y no quieren que les den gato por liebre. Pero si tú eres coherente con tus mensajes y das las explicaciones correctas, verás que el cliente discutidor se va tranquilizando. Es obvio que todo este proceso tiene que ser amable y desde el respeto.

CÓMO NO DEBES TRATARLOS

Si tu cliente te discute, no contestes con lo primero que te venga a la mente. Si tienes un paciente en tu consulta al que no le ha gustado lo que le has dicho o hecho, escucha sus motivos e intenta razonar con él. Discutir no es la solución, y recuerda, dos no discuten si uno no quiere.

EJEMPLO

Tu cliente tiene una marca de cosméticos y quiere darla a conocer al mayor número de clientes. Como profesional de marketing digital, decides hacer una campaña segmentando por zonas geográficas. Tu cliente no entiende porque tu campaña no destina los mismos esfuerzos a todo el mercado en general. Argumenta tus razones, nivel de población, fiestas locales en la que la compra de estos productos aumenta, testeos A/B... si tienes razones de peso entenderá que tus decisiones son las acertadas.

12.- LOS CLIENTES ENTUSIASTAS

Hay que ir con cuidado con este tipo de clientes. Un cliente entusiasta puede ser una montaña rusa con tu producto o con el de la competencia. Estos compradores no tienen por qué ser compradores ocasionales o clientes embajadores.

Los entusiastas tienen una forma de expresarse muy peculiar y, como su nombre indica, entusiasta. Si les gusta tu trabajo lo contarán a los cuatro vientos, pero también cuando el producto no les gusta tanto, y hablarán de forma negativa con el mismo ímpetu.

CÓMO DEBES TRATARLOS

El cliente entusiasta se subirá a lo más alto de la ola al hablar de tus fantásticos servicios o de tu marca. Solo dirá cosas positivas y querrá que todos lo sepan. En ese momento, debemos ser cautos y dar la recompensa que merecen (programa de puntos o descuentos). Pero no te subas a su misma ola... mejor quédate en la orilla.

CÓMO NO DEBES TRATARLOS

Esta tipología de clientes puede traer problemas a la empresa cuando su entusiasmo es negativo. Igual que no debes subirte a la ola en lo más alto, tampoco te focalices en las cosas



ATENCION DE CLIENTES 2021
CENTRO EDUCACIONAL FERNANDO DE ARAGÓN
NIVEL: 3º MEDIO ADMINISTRACIÓN

malas que puede decir el cliente entusiasta. Si tiene una queja, también la escribirá con todo su corazón. Responde desde el respeto.

EJEMPLO

Imagina esa reseña de Google en la que han calificado tu atención al cliente de la peor recibida en su vida. No dejes de contestar a este mensaje, respira, reflexiona, piensa en el tono adecuado de interactuar y demuestra que hablando se entiende la gente.

13.- CLIENTES CON UN BAJO VOLUMEN DE COMPRAS

Es diferente un cliente ocasional a uno que tiene un bajo volumen de compras. Este tipo de clientes puede que sí sea recurrente, por lo que es muy ventajoso para tu negocio. El único problema es que compra poca cantidad o lo que tiene el precio más bajo.

CÓMO DEBES TRATARLOS

Ten preparada una sección de rebajas en tus servicios, web o comercio. Los precios bajos les apasionan a los clientes de este tipo. Cuánto más bajo sea el precio, más cantidad comprará y quizás así conseguimos que el gasto total sea superior al que tenía pensado.

CÓMO NO DEBES TRATARLOS

Un comprador que busca los precios bajos o comprar poco no tiene que sentirse desplazado o menospreciado. Recuerda que comprar poco multiplicado por muchos compradores da también dinero a la empresa. Puede que este tipo de clientes sean molestos porque preguntan mucho para los productos o servicios que compran finalmente, pero piensa que quizás no necesitan más.

14.- CLIENTES QUE TIENEN UN VOLUMEN ALTO DE COMPRAS

Grandes compras pueden salir de este tipo de clientes. Ya sea un cliente que viene a menudo a tu negocio o uno que es la primera vez que entra, si está dispuesto a comprar muchos productos, puede necesitar también mucho asesoramiento.

CÓMO DEBES TRATARLOS

Un cliente con volumen alto de compra va a buscar una ayuda dentro del establecimiento o en la página web. Puede que tenga muy claro lo que quiere o que necesite asesoramiento sobre las mejores opciones según sus necesidades. Piensa que cuanto más le ayudes, más necesidades puedes despertarle.

CÓMO NO DEBES TRATARLOS

No intentes timar a este tipo de clientes. Mentirles no te servirá de nada y puede dañar a tu negocio. Un cliente con volumen alto de compra no debe sentirse apabullado ni salir de tu establecimiento preguntándose si realmente necesita todo lo que ha comprado.

Piensa que las reclamaciones posteriores a la compra en estos casos suelen ser arduas y conllevan un extra de trabajo que te podrías haber ahorrado con una buena atención al cliente durante la compra.

15.- LOS CLIENTES AUTOSUFICIENTES

¡Qué maravilla de clientela! Un cliente autosuficiente llega a tu negocio gracias a un anuncio en Facebook, en Google o en una parada de autobús. Entra, busca el producto que más le convence, lo compra, se lo lleva y cualquier proceso posterior sucede sin pena ni gloria.

Si tiene que hacer una devolución no pone problemas, busca las instrucciones y las sigue. Si tiene que hacer una reclamación, pone la queja y acepta tu respuesta.

CÓMO DEBES TRATARLOS

Poco podemos decir en este apartado, básicamente porque el cliente autosuficiente lo buscará todo en tu página web y solucionará cualquier duda que tenga él mismo. Estos clientes normalmente pasan desapercibidos para la empresa ya que no dan trabajo, pero está bien que les des una recompensa por una compra tan fácil para las dos partes.

CÓMO NO DEBES TRATARLOS

Pocas veces necesitará tu ayuda un cliente autosuficiente, pero, si lo hace, no dejes su problema amontonado o al final de la cola. Simplemente por el hecho de que no se ha quejado reiteradamente o no viene de un problema abierto hace un tiempo no significa que no debas prestarle atención. Intenta que la solución a cualquiera de sus dudas sea tan ágil como la actitud del cliente durante la compra.

Al igual que en la vida real, que encontramos todo tipo de personas, en la atención al cliente encontrarás todo tipo de perfiles. Intenta seguir estas pautas y recuerda, como norma general, que el respeto, la paciencia, asertividad y empatía siempre deben ser nuestro as debajo de la manga para “salvar” la partida.



Actividad

Selecciona **3 tipos de clientes** que a su juicio son los más difíciles, comente por qué los considera de tal manera y señale alguna estrategia que podría facilitar su atención, distinta a la mencionada en la guía.

a) _____

b) _____

c) _____



ATENCION DE CLIENTES 2021
CENTRO EDUCACIONAL FERNANDO DE ARAGÓN
NIVEL: 3° MEDIO ADMINISTRACIÓN

Actividad

Finalmente, identifíquese con algún tipo de cliente (de todos los conocidos aquí) y comente que espera de una atención al momento de realizar una consulta en el Departamento de Atención de Clientes.

Fuente: Google Tipología de clientes.

Siga el siguiente link, para profundizar los aprendizajes:

<https://prezi.com/1dgp5iddrjkd/atencion-y-servicio-al-cliente/>

Consultas a profesoras:

rina.ortega@colegiofernandodearagon.cl

3°C

monica.carrasco@colegiofernandodearagon.cl

3°B