



Curso de Servicio al Cliente

- Máximo de delegados: 8 personas
- Formadores por curso: 2 formadores

Obtenga el toque mágico de servicio al cliente y cree experiencias positivas para el cliente.

Esta información es para **cualquier persona que tenga contacto con los clientes**, ya sea cara a cara, por teléfono e incluso "electrónicamente".

Está diseñado para ayudarlo a manejar sus propios sentimientos y comportamientos mientras cuida a sus clientes.

Desarrollará su confianza y le permitirá **crear experiencias positivas de los clientes**, gestionar las expectativas de los clientes, manejar a los clientes difíciles y aprovechar al máximo cada contacto con el cliente.

Obtendrá las habilidades para **desarrollar la lealtad del cliente** y le enseñaremos cómo cuidarse y sentirse seguro en cualquier situación del cliente.

Objetivos del Curso:

- Definición de buen servicio al cliente
- Encontrando el "momento humano"
- Ganando confianza
- Entregando una experiencia positiva
- Escucha y respuesta avanzada
- Construyendo la lealtad del cliente
- Personalizar las relaciones con los clientes
- Clientes difíciles, groseros o indiferentes
- Usando la empatía para manejar las quejas
- Haga que la vista del cliente trabaje para usted
- Cuidar de usted mismo



Contenido del curso

- ◆ Este curso está diseñado para reflejar las necesidades de los delegados en el día.
- ◆ Incluiremos muchos de los ejercicios que se enumeran a continuación, y cualquier material adicional que los capacitadores consideren relevante.

Entrada del delegado

Le preguntaremos por qué ha venido y qué desea específicamente del día.

Clientes

- ◆ Aquí analizaremos específicamente algunos de los problemas que enfrentan el personal de servicio al cliente de primera línea.
- ◆ Con qué clase de clientes difíciles y difíciles tiene que tratar, cuáles son las trampas y dónde se equivoca.

Buen servicio al cliente

Primero, necesitamos definir qué es el Buen Servicio al Cliente:

- ◆ *¿Cómo se siente cuando está bien?*
- ◆ *¿Cómo se siente cuando está mal?*

Mensaje

- ◆ Aquí nos fijamos en lo que 'te llega'.
- ◆ En otras palabras, ¿qué comportamientos, demandas y comunicaciones de los clientes son más molestas, frustrantes y difíciles de manejar?
- ◆ *¿Qué le gustaría decir?*
- ◆ Cuando se desencadenan frustraciones, muchos pensamientos vuelan por la mente de las personas y la mayoría de las veces nunca se dicen.
- ◆ Esta es una oportunidad para que los delegados ventilen esas frustraciones en un ambiente seguro y de apoyo.

Comprender a los clientes

- ◆ Modelo de Interacción Social SCARF
- ◆ Miramos el modelo de David Rock de cómo se comportan las personas cuando se sienten amenazadas o se enfrentan a una pérdida.
- ◆ Cuando comprende estas reacciones y comportamientos intrincados, cuida más fácilmente de sus clientes.



Empatía

- ◆ Trabaja para que el cliente se sienta escuchado mientras establece sus propios límites claros.
- ◆ Una vez que las personas se sienten escuchadas, están más abiertas a escuchar mensajes difíciles o incómodos.
- ◆ También demuestra cuán poderoso es el lenguaje corporal, incluso en el teléfono.

Emoción contra objetividad

- ◆ Así que lo que estás diciendo es ...
- ◆ Un ejercicio de parejas que te ayuda a calmar a un cliente demasiado emocional sin que te atrape.
- ◆ Crearemos un escenario típico de conflicto con el cliente que terminará por calentarse y cada persona intentará convencer a la otra de que su punto de vista es el correcto.
- ◆ Luego lo reproducimos con una persona que adquiere la habilidad de ser un "observador objetivo" que puede reflejar al cliente lo que cree que está sucediendo.

Escenarios típicos

- ◆ Observamos algunos de los escenarios típicos que ha encontrado, así como los escenarios "en vivo" que puede querer ver.
- ◆ Los capacitadores interpretan las escenas y usan Forum Theatre para que todos se involucren en la identificación de opciones, repitiendo los escenarios en función de las sugerencias.

Momentos de la verdad

- ◆ Esta sección se basa en la técnica de identificación de 'Momentos de la verdad' de Jan Carlzoni.
- ◆ Dijo que cada organización tiene momentos en su interacción con los clientes que pueden hacer o deshacer la experiencia del cliente.
- ◆ Al identificar lo que sucede en los delegados de sus organizaciones, pueden ver qué salvaguardas podrían implementar de inmediato.

Ciclo de servicio al cliente

El ciclo de servicio al cliente es una forma muy simple de ver la interacción del cliente en su totalidad:

- ◆ Saludo amistoso



- ◆ Escuchar
- ◆ Obtener un acuerdo para el próximo paso
- ◆ Diagnóstico
- ◆ Se puede hacer
- ◆ Terminar

¿Cuál es la recompensa?

Discusión en grupos pequeños sobre lo que se siente al "deleitar" a un cliente y cómo eso afecta su día, su rol, etc.

Desactivar frases

- ◆ Aquí presentaremos algunas de las frases que hemos recopilado a lo largo de los años y que ayudan a desactivar situaciones difíciles.
- ◆ También le preguntaremos si tiene alguna frase favorita que sepa que funciona.
- ◆ Al final del programa de capacitación, los recopilaremos en un folleto y los distribuiremos a todos.

Cabeza y corazón

- ◆ Observará la diferencia entre resolver el problema o la dificultad de alguien desde su cabeza o su corazón.
- ◆ Una combinación de ambos.
- ◆ Comprender la diferencia le ayuda a elegir su respuesta.

¿Cómo lo dejo ir?

- ◆ Puede ser muy difícil dejar ir todos los sentimientos, frustraciones y residuos de una experiencia difícil.
- ◆ Sentimientos: tenemos un breve ejercicio 'en tu cabeza' que demuestra cómo los sentimientos pueden ser poderosos, incluso cuando no se expresan verbalmente.
- ◆ También observamos cómo nuestros sentimientos influyen en nuestras suposiciones, donde inventamos las cosas y luego actuamos como si lo que inventamos fuera cierto.
- ◆ Aquí hay una oportunidad para que todo el grupo haga una lluvia de ideas sobre diferentes técnicas y herramientas que saben que funcionan para lidiar con sus propios sentimientos de enojo, malestar o frustración.



Lo que funciona para mi

- ◆ Primero, trabajando individualmente y luego en grupos pequeños, identificará lo que funcionará para usted personalmente.
- ◆ Lo que podrías reemplazar no funciona para ti
- ◆ Y cualquier regla que pueda seguir que lo ayude a amar a su cliente.
- ◆ Discutirás tu compromiso de hacer las cosas de manera diferente en las próximas semanas.
- ◆ Repartiremos documentos para apoyar el curso.
- ◆ Obtendrá copias de los repartos pertinentes para recordarle el trabajo del curso.

Apoyo continuo

Dos semanas después del curso, uno de sus capacitadores lo llamará para ver cómo le va.

Tendrá acceso por correo electrónico y por teléfono a ambos capacitadores.

También tendrás acceso a una página web del curso que contiene:

- Folletos utilizados durante el curso.
- Nuevo material de apoyo.
- Documentos PDF
- Lectura recomendada
- Enlaces a nuestros videos favoritos.

Para saber más llámenos puede llamarnos **+34 922 380 921 / +34 608 829 000** o si prefiere puede escribirnos a hola@nanagonzalez.com