



MANUAL DEL CCA El Paseillo® III. EL PERSONAL DE VENTAS

El éxito de toda empresa depende, en gran medida, del trato con el público y de un buen servicio al cliente, siendo este uno de los aspectos más delicados de toda actividad empresarial.

No debemos olvidar que estos principios son igualmente importantes en cualquier empresa, desde aquellas que tienen un solo trabajador hasta aquellas que tienen más de cien, independientemente de su facturación. Ahora bien, cuánto más pequeña es la empresa, más cuidado hay que tener en estos aspectos, ya que probablemente tenga más repercusión en su entorno.

El personal que se encarga de atender al público debe tener una actitud y un gusto favorable por la actividad que desarrolla, así como una apariencia cuidada y aseada. Cuando se atiende mal al público no sólo hay que buscar las causas en las personas que han dado esa mala atención, sino que también puede estar relacionada con aspectos externos y relativos al entorno de trabajo.

El trato con el cliente se ha de caracterizar por la consideración, respeto, amabilidad y afecto, que han de manifestarse tanto en las actitudes como en los gestos. Al cliente hay que atenderlo siempre con una sonrisa y actuar con cortesía, pero en su justa medida, ya que el exceso también puede suponer un problema.

El personal de nuestra empresa debe conocer las expresiones verbales para dirigirse a los clientes cuando llegan al establecimiento, atendiéndolos de forma personalizada y manteniendo con ellos una actitud correcta y respetuosa.

Se debe eliminar el abuso de confianza con los clientes y evitar la discriminación en la atención al cliente.

La imagen que el personal de nuestra empresa transmite y su actitud, en buena medida representa a la imagen general de la misma, cobrando especial importancia en las pequeñas empresas, ya que en este tipo de negocios existe una relación más estrecha entre el cliente y el dependiente. La imagen negativa del personal puede suponer una excusa para no comprar en nuestro establecimiento.

Si se produce cualquier queja, reclamación o devolución por parte de algún cliente, el personal de la empresa debe mostrar, en todo momento, cordialidad y respeto.

Mediante la buena actuación de nuestro personal de ventas, se consiguen dos objetivos importantes: Aumentar la satisfacción y fidelización del cliente e incrementar las ventas.

Lógicamente nuestro personal debe tener competencia profesional, es decir, debe disponer de destrezas y conocimientos necesarios para desarrollar adecuadamente la actividad de ventas.

ATENCIÓN TELEFÓNICA

Además de la presencial, hay otra forma importante de atención al cliente, la atención telefónica. El teléfono es un medio al que se le debe prestar especial atención, ya que es un canal a través del cual se puede comunicar nuestra empresa con el cliente y viceversa, pudiendo facilitar información, aclarar dudas, realizar ventas, planificar actuaciones, etc.

Cuando un cliente o un potencial cliente llama por teléfono, la persona que le atiende es la "imagen" de la empresa, por lo tanto es muy importante saber utilizar este tipo de comunicación correctamente.

Hay una serie de reglas a aplicar en cuanto a los modos de atender una llamada telefónica de un cliente:

- La persona que llama tiene que saber a qué empresa se está dirigiendo, recibir un saludo cordial por parte de la persona que le atiende, la cual debe identificarse por su nombre y seguidamente ofrecerle su ayuda de forma respetuosa.
- Se debe tratar a la persona con la que hablamos con cordialidad, para agradarla y dar buena imagen, hay que ser creíble y seguro, transmitir la mayor eficacia posible y coger siempre los datos de quien llame por si hay que ponerse en contacto de nuevo con esa persona.
- Si la persona por la que preguntan no está disponible, primero debemos indicarle que no se encuentra y, a continuación, tomar los datos de la persona que llama y el recado que quiera dejar, siguiendo este orden. Si primero preguntamos quién llama y después contestamos que no puede atenderle, puede dar lugar a confusión y se puede interpretar como que no lo han querido atender.

A estas reglas hay que añadir otras relacionadas con el manejo del teléfono:

- Hay que colocar el teléfono cerca de la boca y conseguir una buena pronunciación, ya que la persona con la que hablamos no nos está viendo, debemos transmitirle en nuestro mensaje, la mayor transparencia y claridad posible.
- No hacer muchos movimientos con el teléfono que puedan provocar ruidos molestos y dificultar la comunicación.
- Vigilar el nivel de ruidos a nuestro alrededor para asegurar la calidad en la recepción del mensaje.
- Evitar comentarios secundarios con terceras personas ya que la persona que se mantiene a la escucha puede oír algo que no sea de su agrado.
- No hablar con la boca llena.
- No se debe dejar que el teléfono suene más de tres veces, se corre el riesgo de que la persona que llame, se canse y busque otras alternativas.
- Al atender una reclamación por teléfono se debe escuchar siempre todo lo que nos tenga que decir el afectado, mostrando interés por sus comentarios y transmitiendo seguridad y tranquilidad, sin perder nunca la paciencia aunque el cliente esté nervioso.

Como empresario, debo reflexionar y mejorar

- ¿El personal de mi empresa tiene una apariencia cuidada y aseada?
- ¿Utiliza mi personal ropa cómoda, funcional y elegante?
- ¿Compruebo periódicamente que se cumplen los requisitos de imagen de mi empresa?
- ¿Existen expresiones verbales definidas para dirigirse a los clientes?
- ¿Se mantiene en todo momento una postura y una actitud correcta y respetuosa con los clientes?
- ¿Se trata de forma diferente a los clientes en función de raza, religión, ideología, edad, apariencia, importe de la compra, solicitud de devolución, presentación de una queja o reclamación, etc?
- ¿Ofrece mi personal un trato diferenciado a los clientes habituales?
- ¿Se hace en la empresa una correcta utilización del teléfono?
- ¿Formo a mi personal periódicamente para mantener actualizados sus conocimientos?