

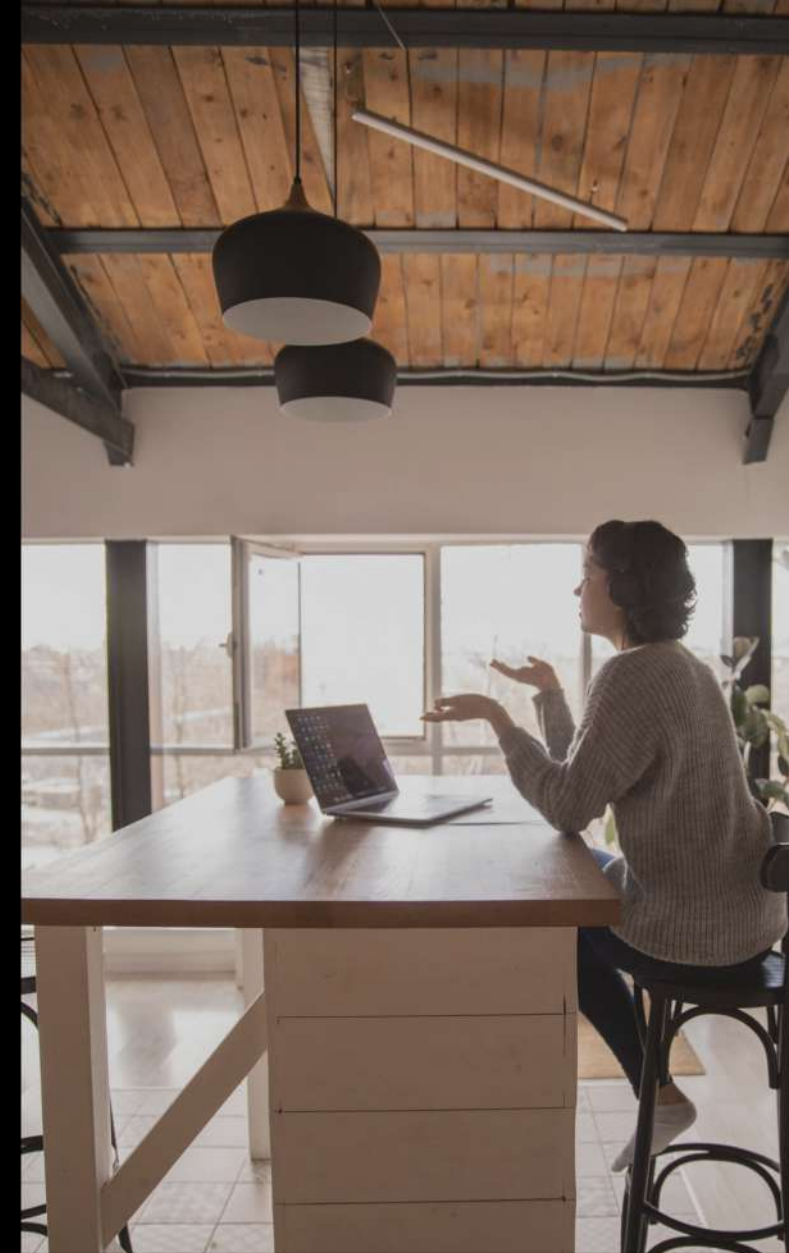
Servicio al cliente

Edición de audio para web

Por servicio al cliente o servicio de atención al cliente, se le conoce a los métodos que emplea una empresa para ponerse en contacto con sus clientes, para garantizar entre otras cosas que el bien o servicio ofrecido llegue a sus consumidores y sea utilizado de manera correcta. También es una buena herramienta de mercadeo.

En general, los servicios de atención al cliente buscan la satisfacción del consumidor, brindándole apoyo, orientación y/o instrucciones respecto a lo que el cliente necesite.

<https://concepto.de/servicio-al-cliente/#ixzz6XXx8KPR7>



Importancia

Puede significar la diferencia por encima de la competencia para cualquier empresa, y una herramienta promocional incluso más poderosa que el marketing, la publicidad o la venta personal.

Para mantener la base clientelar. Más aún cuando existen tantas formas de competencia como hoy en día.

La clientela demanda atención de parte de sus empresas, en un proceso recíproco llamado "fidelización", en que el consumo se personaliza y se vuelve parte de la identidad social del consumidor. Para ello es indispensable contar con un adecuado servicio de atención al cliente.

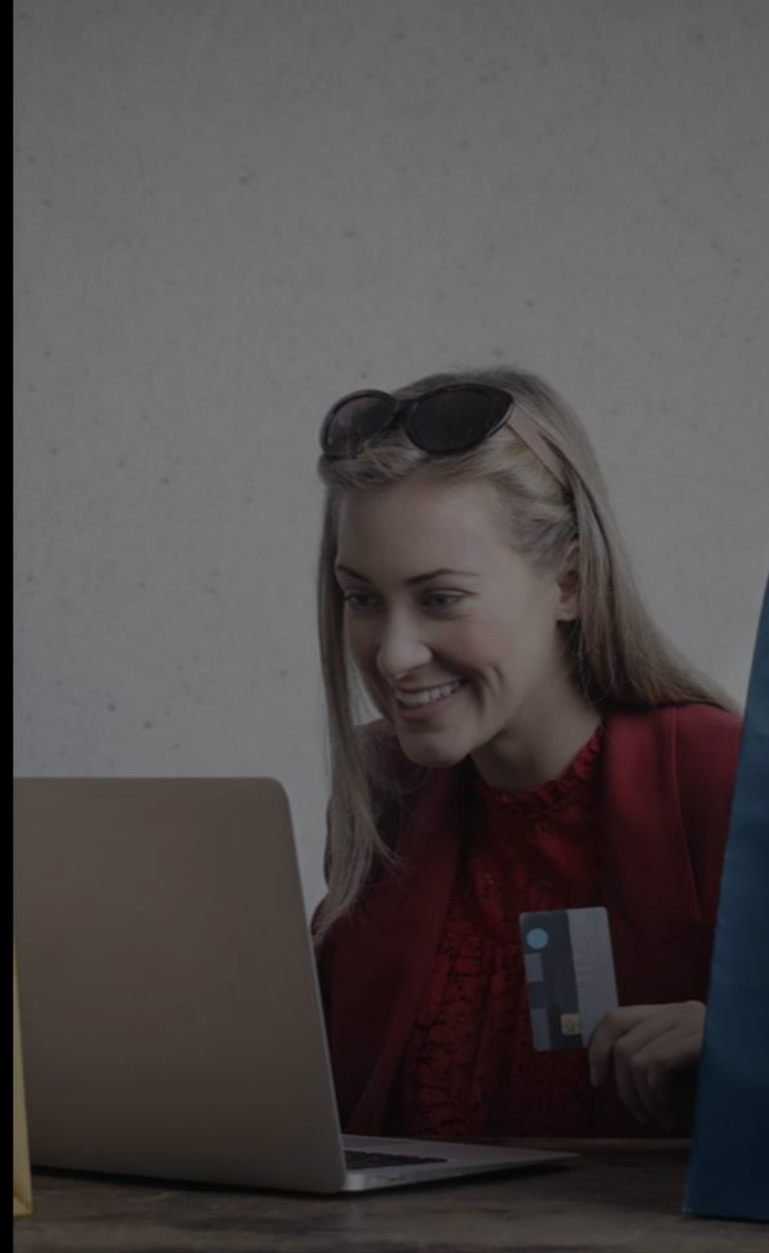
<https://concepto.de/servicio-al-cliente/#ixzz6XXx8KPR7>

Elementos

Contacto cara a cara: Es decir, la posibilidad de entrevistarse con el cliente y darle atención personalizada, no mediatizada a través de un sistema electrónico o de una llamada telefónica. Esto refuerza el nexo con el cliente y le hace sentir escuchado.

Relación clientelar: Reforzar la relación con el cliente es clave en los servicios de atención, y esto se ha puesto en evidencia gracias a las redes sociales y la cultura 2.0, en la que el branding o fidelización de las marcas se hace imperativo en la relación entre la empresa y el consumidor.

<https://concepto.de/servicio-al-cliente/#ixzz6XXx8KPR7>



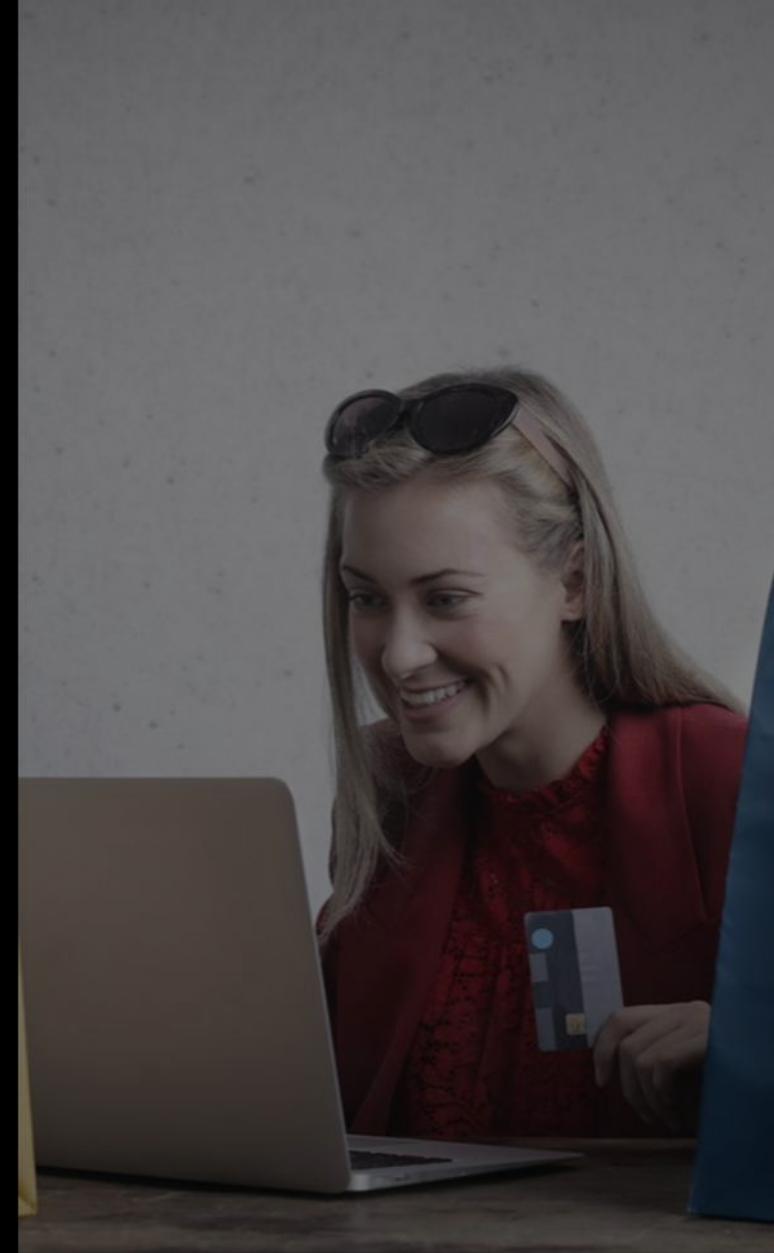
Elementos

Correspondencia: La correspondencia entre cliente y empresa es clave para una atención al cliente saludable, ya que fortalece la identificación entre ambos y la resolución de los problemas que se presenten.

Reclamos y cumplidos: El cliente debe contar con alguna forma de ejercer presión para que sus problemas o insatisfacciones tengan arreglo, o recompensar la buena actuación de algún departamento de la empresa.

Instalaciones: Debe brindársele al cliente la dirección física de las instalaciones a las que puede acudir para recibir contacto cara a cara. No todo, en fin, puede ser virtual o digital.

<https://concepto.de/servicio-al-cliente/#ixzz6XXx8KPR7>



Códigos para la buena comunicación

Kinésica: Se refiere a lenguaje corporal (inclinación de la cabeza, levantar las cejas, guiñar los ojos, movimientos de manos, la posición de los ojos y la mirada)
El efecto combinado de la actitud vocal, facial y verbal, en forma simultánea, mejora la calidad de comunicación entre personas.

Proxémica: Hace referencia al uso y percepción que el ser humano tiene de su propio espacio físico, de cómo y con quién lo utiliza. Lo que normalmente se le llama espacio personal. Las personas suelen responder de maneras muy distintas cuando se traspasan los límites de dicho espacio ya que podría generarse un sentimiento de intimidación y rechazo.

<https://www.gestiopolis.com/kinesica-proxemica-y-paralinguistica-en-la-gestion-gerencial/>



Códigos para la buena comunicación

Vestimental: La vestimenta genera códigos de información, habla por y sobre nosotros. La manera en que se vista da información acerca de la personalidad, aspiraciones, estatus social, aficiones, entre otros. Todo eso influye en una buena comunicación con el cliente

Verbal: Puede realizarse de forma oral o escrita. Hay muchas formas de comunicación oral: los gritos, silbidos, llanto y risa, los cuales pueden expresar diferentes situaciones anímicas y son una de las formas más importantes de la comunicación. Es importante usar la comunicación verbal de manera apropiada según el contexto y tipo de clientes.

https://www.ecured.cu/Comunicaci%C3%B3n_verbal
<https://www.emagister.com/blog/la-vestimenta-poderosa-herramienta-de-comunicacion-personal/>

