

MANUAL



ATENCIÓN
AL CLIENTE



ÍNDEX



01

Introducció

02

Planificació

- Formació de personal
- Preparació de l'entorn

03

Recepció

- Presencial
- Telefònica
- El somriure
- Nomenar el client pel seu nom

04

Resolució

- Presencial
- Telefònica
- Detecció necessitats del client
- Escolta activa
- Assertivitat

05

Comiat

- Presencial
- Telefònica

06

Conclusió



01. INTRODUCCIÓ

L'atenció al client és una peça clau per a l'èxit de qualsevol comerç, especialment, a l'àmbit local on la competència i les expectatives dels clients poden ser elevades.

A Nules, un municipi que valora la proximitat i la qualitat del servei, és fonamental que els comerços locals adopten estratègies efectives d'atenció al client.

Aquest manual s'enfoca a la fase de l'atenció al client, dividint-la en dues modalitats: presencial i telefònica.

02. PLANIFICACIÓ

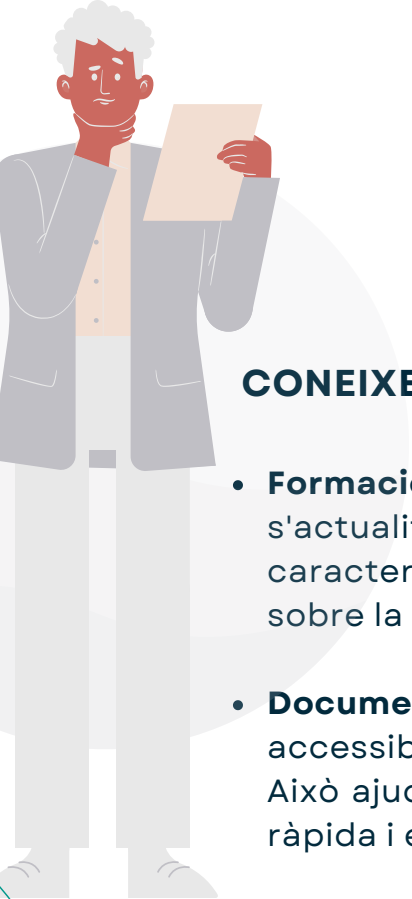


La planificació en l'atenció al client és el fonament sobre el qual es construeix una experiència satisfactòria per a l'usuari. En un context on la competència és ferotge i les expectatives dels consumidors estan en constant evolució, la planificació adequada esdevé indispensable per a l'èxit de qualsevol comerç, especialment, en l'àmbit local.

La fase de planificació no sols implica l'organització de recursos i processos, sinó també la comprensió profunda de les necessitats i expectatives dels clients locals. És un procés estratègic que permet als comerços anticipar i abordar proactivament les demandes del mercat, oferint solucions efectives i personalitzades.

En aquesta fase, explorarem la importància de la planificació en l'atenció al client, destacant la funció fonamental en la creació d'experiències memorables, la construcció de relacions sòlides i la maximització del valor per al client i el comerç local.





A. FORMACIÓ DEL PERSONAL

CONEIXEMENT DEL PRODUCTE

- **Formació contínua:** organitzar sessions de formació regulars on s'actualitce el personal sobre els nous productes, característiques i beneficis. Això inclou informació detallada sobre la procedència, la qualitat i els usos de cada producte.
- **Documentació accessible:** crear manuals de productes accessibles en tot moment, tant en format físic com a digital. Això ajudarà el personal a consultar qualsevol dubte de manera ràpida i eficient.
- **Proves de producte:** fomentar que els empleats provin els productes quan sigui possible perquè puguin parlar des de l'experiència personal. Aquesta pràctica millora la credibilitat i la confiança del client en les recomanacions del personal.

TÈCNIQUES DE VENDA I SERVEI AL CLIENT

- **Cursos de venda:** impartir cursos específics sobre tècniques de venda que incloguin estratègies de upselling i cross-selling, a més de com identificar i respondre les necessitats del client.
- **Atenció personalitzada:** ensenyar tècniques de personalització del servei, adaptant-se a cada client de manera única. Això inclou recordar preferències anteriors i oferir recomanacions personalitzades.

COMUNICACIÓ I EMPATIA

- **Entrenament en comunicació:** desenvolupar programes d'entrenament que se centren en habilitats de comunicació, com ara l'ús del llenguatge positiu, l'escolta activa i la capacitat per manejar objeccions.
- **Empatia i paciència:** fomentar l'empatia i la paciència mitjançant jocs de rol i situacions simulades perquè el personal pugui practicar com manejar situacions difícils amb clients descontents o exigents.



B. PREPARACIÓ DE L'ENTORN

AMBIENT AGRADABLE

- **Disseny i decoració:** crear un ambient que siga visualment atractiu i còmode. Això inclou una decoració que reflectisca la identitat del comerç i que resulte agradable per als clients. Utilitzar colors, il·luminació i música ambiental que fomenten una experiència relaxant.
- **Neteja i organització:** mantenir el local impecablement net i organitzat. Això no només inclou les àrees visibles per als clients, sinó també les àrees d'emmagatzematge i mobiliari.

ACCESIBILITAT

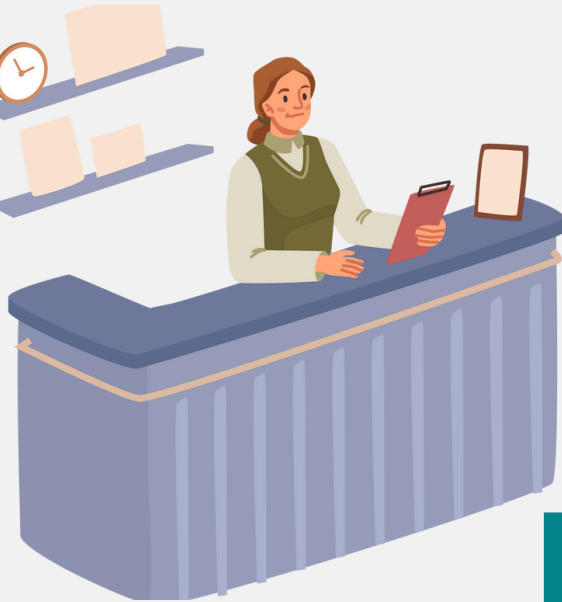
- **Accés per a tots:** assegurar que el local siga accessible per a persones amb mobilitat reduïda, incloent rampes, passadissos amplis i banys accessibles.
- **Senyalització clara:** utilitzar senyalització clara per guiar els usuaris dins del local, incloent senyalètica per a l'àrea d'atenció al client, embalatges i productes destacats.

DISPONIBILITAT

- **Personal suficient:** assegurar que sempre hi haja prou personal per atendre els clients, especialment, durant les hores escaig. Això inclou la planificació dels horaris i l'assignació de tasques.

- **Visibilitat del personal:** el personal ha de ser fàcilment identificable mitjançant uniformes o elements identificatius perquè els clients sàpiguem a qui dirigir-se en cas de necessitar ajuda.





03. RECEPCIÓ

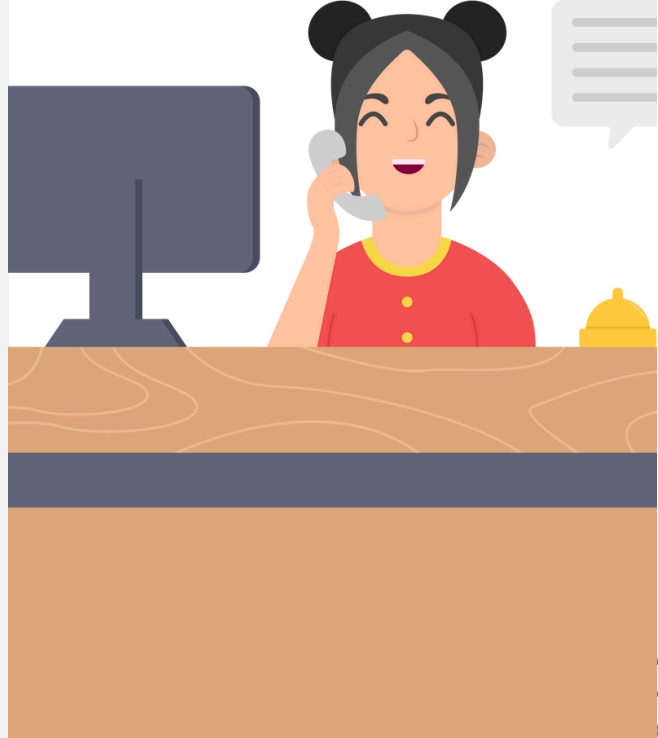
A. PRESENCIAL

RECOMANACIONS

- ✓ Rebre el client amb una postura dreta, mantenint el contacte visual i somrient.
- ✓ Saludar aplicant el protocol de salutació: bon dia/bona tarda/bona nit + el nostre nom + nom del client (en cas de conèixer-lo). Si no sabem el vostre nom el tracte serà de vostè.
- ✓ No ens hem de distreure amb altres coses o objectes.
- ✓ Si el temps d'espera ha estat elevat, atendrem al client demanant disculpes.
- ✓ Oferir-vos la nostra ajuda amb frases de l'estil: en què us puc ajudar? o què necessita?.
- ✓ Escoltar activament mentre el client ens explica la seua situació o necessitat.
- ✓ Mantenir el contacte visual, un to relaxat i sense presses.



B. TELEFÒNICA



RECOMANACIONS

- ✓ Utilitzar el protocol de salutació: nom de l'empresa + bon dia/ bona tarda + el nostre nom + en què puc ajudar-lo?
- ✓ Utilitzar repetidament el nom del client mentre dure la interacció.
- ✓ Si és un client desconegut parlar-li sempre de vostè, o utilitzar el seu nom, un cop el client ho posa en coneixement.
- ✓ Si és un client ja conegut mantenir la manera habitual de dirigir-se.
- ✓ Sempre tindrem en compte no interrompre la conversa, mantenint un to suau i agradable, fent que el client se senta còmode a l'altra banda del telèfon.



C. EL SOMRIURE



El somriure és una poderosa eina en l'atenció al client i la seua importància rau en diversos aspectes fonamentals que influixen en la percepció del client, la qualitat del servei i l'èxit del negoci.

CREACIÓ D'UNA EXPERIÈNCIA POSITIVA

El somriure és contagios i pot establir una connexió positiva des del primer contacte. Quan un client és rebut amb un somriure genuïna és més probable que se senta benvingut i valorat.

GENERACIÓ DE CONFIANÇA I EMPATIA

Un somriure transmet calidesa i simpatia, cosa que pot ajudar a establir una connexió emocional amb el client. Això pot fer que aquest se senta més còmode i confiat en interactuar, cosa que facilita la comunicació i la resolució efectiva de problemes.

REDUCCIÓ DE LA TENSÍO I EL CONFLICTE

En mostrar empatia i mantenir una actitud positiva, el personal d'atenció al client induïx a calmar la situació i a reduir la tensió generada en un moment donat.

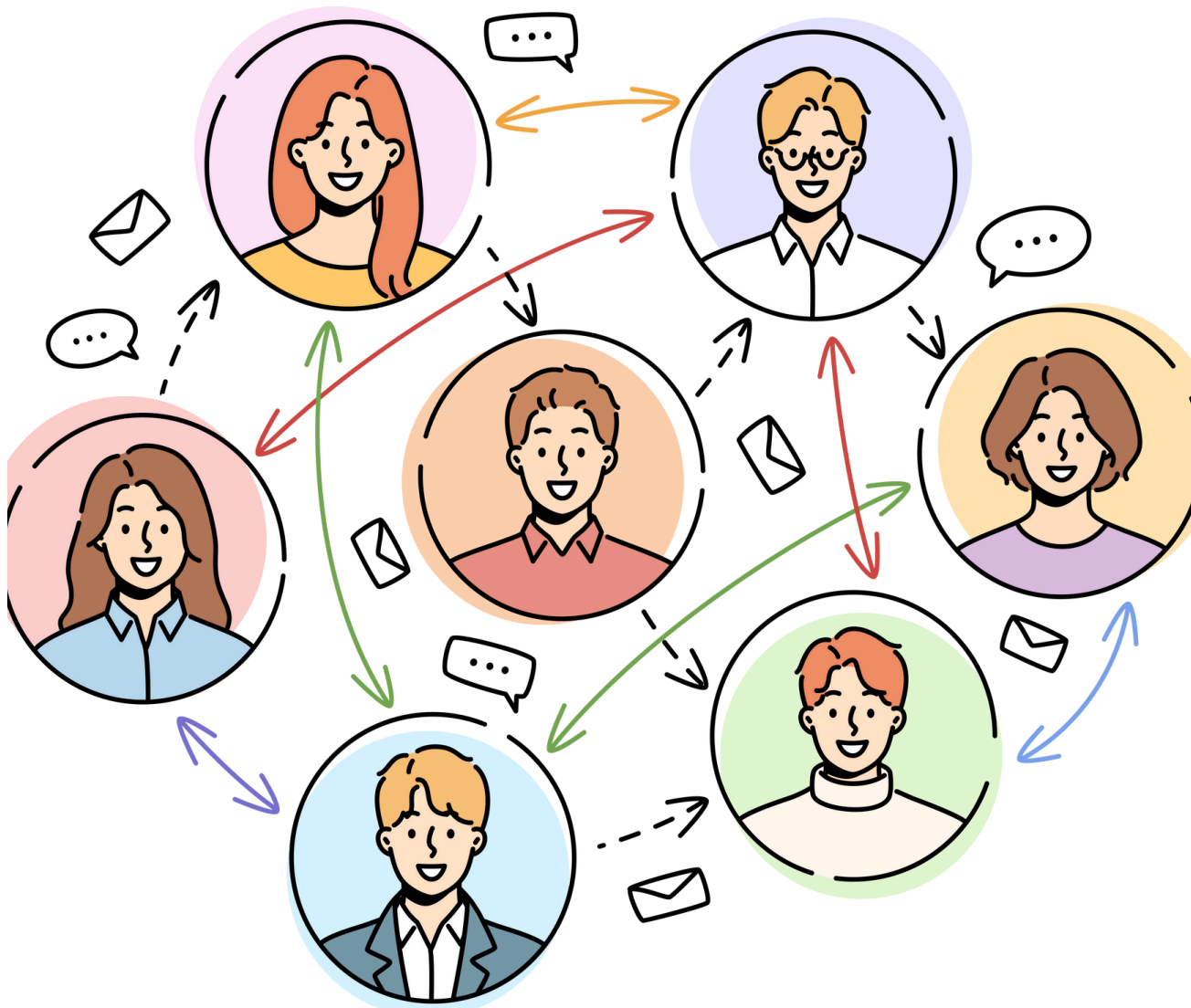
MILLORA DE LA PERCEPCIÓ I LA QUALITAT DEL SERVEI

El somriure no només afecta la manera com se sent el client, sinó també la seua percepció de la qualitat del servei. Un client que és rebut amb un somriure és més propens a percebre que està rebent un servei de qualitat, encara que sorgeixen problemes o inconvenients durant la interacció.

DIFERENCIACIÓ COMPETITIVA

En un mercat competitiu, on els productes i serveis tenen característiques i preus molt similars, la qualitat en l'atenció es pot convertir en un element diferenciador.

Un somriure genuí i un servei amable poden destacar una empresa davant dels seus competidors, creant una impressió magnífica duradora a la ment del client i fomentant la lleialtat del mateix a llarg termini.



FOMENT DE RELACIONS SÒLIDES I DURADORES

El somriure no només és important en la primera trobada amb un client, sinó també en cada interacció subsegüent. Una actitud amable i acollidora pot ajudar a construir relacions duradores i, alhora, portar a recomanacions positives i augmentar la retenció de clients.

L'ús de somriures genuïns augmenta el seu atractiu; produint una satisfacció més gran per al consumidor. En altres paraules, més somriures, més vendes.

Integrar el somriure com a part de la cultura del servei al client pot ser fonamental per a l'èxit i la reputació de qualsevol empresa.

REDUCCIÓ DE LA TENSIÓ I EL CONFLICTE

En mostrar empatia i mantenir una actitud positiva, el personal d'atenció al client pot ajudar a calmar l'usuari i reduir la tensió en cas que es produisca alguna crisi, tant del client amb el personal del negoci com de dos usuaris entre ells per alguna qüestió concreta que puga sorgir.

NAME

D. IMPORTÀNCIA DE NOMENAR EL CLIENT PEL SEU NOM

Cridar al client pel nom crea un sentit de connexió personalitzada i demostra atenció individual. La persona que escolta el seu nom se sent reconeguda i valorada com a individu, no només com un número o una transacció.

Això ajuda a construir una relació més forta entre el client i el negoci, cosa que pot portar a una major fidelitat i satisfacció.

A més, utilitzar el nom del client pot fer que la interacció sigui més càlida i amigable, la qual cosa contribueix a una experiència positiva en general.

Segons un estudi de la revista Journal of Consumer Research, fins al punt influeix que ens criden pel nostre nom que ens mostrem més predisposats a fer una venda en positiu.

AVANTATGES



- Connexió personal i emocional.
- Atenció al detall.
- Empatia i respecte.
- Generació de confiança.
- Sentit de pertinença i valoració.
- Memòria i reconeixement.
- Diferenciació competitiva.
- Facilitat de comunicació.
- Reducció de la distància percebuda.
- Fidelització del client.

REACCIÓ AL CERVELL

Quan es anomena a un client pel seu nom es desencadenen diverses respostes al cervell, principalment, relacionades amb la percepció d'atenció personalitzada i l'activació d'àrees associades amb la identitat i l'emoció.





¿QUÉ PASSA AL TEU CERVELL?

ACTIVACIÓ DE ÀREES EMOCIONALS

L'ús del nom activa àrees del cervell associades amb les emocions, com l'amígdala i el sistema límbic. Això pot generar una resposta emocional positiva, ja que el client se sent reconegut i valorat.

ATENCIÓ SOSTINGUDA

El nom propi és una paraula poderosa que capta l'atenció del client de manera instantània. Quan escolteu el vostre propi nom, el client és més propens a prestar atenció a la conversa o interacció en curs.

SENTIT D'IDENTITAT I PERTENÈNCIA

Escotar el seu nom pot reforçar el sentit d'identitat del client i la seua connexió amb l'empresa. Això pot crear un sentiment de pertinença i lleialtat cap a la marca.

ASSOCIACIONS POSITIVES

Si les interaccions prèvies en el negoci han estat positives, l'ús del nom del client pot activar associacions positives al cervell, cosa que reforça encara més la percepció de la marca i el seu compromís amb el client.

04. RESOLUCIÓ

A. PERSONAL

- ✓ Utilitzar paraules de cortesia: “si us plau”, “gràcies”, etc.
- ✓ Deixar parlar el client sense interrompre'l i, en cap cas, discutir-li.
- ✓ Oferir respostes que posen de manifest la implicació pròpia amb l'aportació de solucions.
- ✓ Si és una reclamació: començar l'argumentació demanant disculpes amb una frase neutra, per exemple: “li demane ens disculpe, veuré que ha pogut passar”. A continuació, informar el client dels passos a seguir per solucionar el problema de forma detallada.



- ✓ Donar la informació necessària per resoldre la consulta, no excedir-nos donant informació innecessària.
- ✓ Utilitzar un llenguatge adaptat al client sense paraules tècniques.
- ✓ Evitar comentaris negatius sobre companys o empresa.
- ✓ Preguntar al client si te dubtes sobre el que hem explicat.



B. TELEFÒNICA



- ✓ En el cas d'estar realitzant una gestió llarga que requereixi espera del client, es mantindrà un contacte mínim auditiu cada 30 segons per comunicar que se segueix amb la gestió.
- ✓ Utilitzar paraules de cortesia: “si us plau”, “gràcies”, etc.
- ✓ Deixar parlar el client sense interrompre'l i, en cap cas, discutir-li.
- ✓ Oferir respostes que demostrin la implicació pròpia amb l'aportació de solucions.
- ✓ Si és una reclamació: començar l'argumentació demanant disculpes amb una frase neutra, per exemple, “li demane ens disculpe, veuré que ha pogut passar”. A continuació, informar el client dels passos a seguir per solucionar el problema de forma detallada.



- ✓ Donar la informació necessària per resoldre la consulta, no excedir-nos donant informació innecessària.
- ✓ Utilitzar un llenguatge adaptat al client sense paraules tècniques.
- ✓ Evitar comentaris negatius sobre companys o empresa.
- ✓ Preguntar al client si té dubtes sobre el que li hem explicat.

C. DETECCIÓ DE LA NECESITAT DEL CLIENT



D. L'ESCOLTA ACTIVA



A tots ens agrada que ens escolten, especialment, quan tenim un problema: volem que hi haja algú a l'altra banda per ajudar-nos, ja que aquest fet ens fa sentir valorats. En l'atenció al client, l'escolta activa és una característica fonamental per impactar de manera positiva i guanyar la seua confiança.

Es tracta d'una estratègia de comunicació que consisteix en l'habilitat d'escoltar amb consciència plena el missatge de l'interlocutor, amb l'objectiu d'entendre el que està dient, de manera enfocada i empàtica.

BENEFICIS DE L'ESCOLTA ACTIVA

- GENERA CONFIANÇA.
- MINIMITZA ELS MALENTESOS.
- MILLORA LA PRESA DE DECISIONS.
- CONTRIBUIX A LA RESOLUCIÓ DE CONFLICTES.
- PERMITIX ANTICIPAR-SE ALS POSSIBLES CONFLICTES.



Un estudi realitzat per investigadors al camp de la psicologia interpersonal ha examinat com les tècniques d'escolta activa, com la repetició de les preocupacions del client per confirmar la comprensió, poden millorar la seva percepció sobre la qualitat del servei rebut.

AVANTATGES

- **Millor comprensió:** permet entendre les necessitats i preocupacions del client de manera més clara i completa.
- **Construcció de relacions:** fomenta relacions més sòlides i de confiança en demostrar interès genuí al client.
- **Resolució efectiva de problemes:** facilita la identificació precisa dels problemes del client, la qual cosa permet oferir solucions adequades de manera més ràpida i efectiva.
- **Millora de la satisfacció del client:** en sentir-se escoltats i compresos, els clients estan més satisfets amb l'experiència d'atenció.
- **Identificació d'oportunitats de millora:** proporciona informació valuosa sobre les necessitats i expectatives dels clients, cosa que pot ajudar a millorar els productes o serveis de l'empresa.
- **Reducció de malentesos:** minimitza els malentesos en confirmar la comprensió mútua a través de la retroalimentació i les preguntes aclaridores.
- **Foment de la lleialtat del client:** els clients que se senten escoltats i valorats tenen més probabilitats de ser lleials a la marca i recomanar-la als altres.



D. L'ASSERTIVITAT

L'assertivitat és una habilitat de comunicació interpersonal que implica expressar els teus pensaments, sentiments i necessitats de manera clara, honesta i respectuosa sense violar els drets dels altres.

Una persona assertiva sap com establir límits apropiats, defensar els seus drets i defensar-se a si mateixa de manera calmada i ferma. És important tenir en compte que l'assertivitat no implica ser agressiu ni passiu, sinó trobar un equilibri adequat entre expressar les opinions pròpies i escoltar les dels altres.

Quan es tracta de l'atenció al client al xocotet comerç, l'assertivitat té una funció crucial en totes les fases del procés, ja siga en el format presencial, telefònic o en línia. A continuació explicarem com es relaciona l'assertivitat amb cadascuna de les fases d'atenció al client en aquests tres contextos.





ASERTIVITAT I LES FASES D'ATENCIÓ AL CLIENT

1. PLANIFICACIÓ

- **Enfocament assertiu:** abans d'interactuar amb els clients, és important planificar i preparar-se per proporcionar un servei excepcional. Això inclou conèixer els productes o serveis oferts, comprendre les polítiques de l'empresa i estar preparats per abordar qualsevol pregunta o problema que pugui sorgir.
- **Relació amb l'assertivitat:** una planificació adequada permet als empleats sentir-se més segurs i competents en interactuar amb els clients. L'assertivitat es reflecteix en la capacitat dels empleats per establir expectatives clares sobre allò que poden oferir i com poden ajudar els clients.

2. RECEPCIÓ

- **Enfocament assertiu:** durant la fase de recepció és important saludar els clients amb amabilitat i mostrar disposició per ajudar. Això implica tenir una actitud oberta i receptiva envers les necessitats del client, així com establir una connexió inicial positiva.
- **Relació amb l'assertivitat:** ser assertiu en aquesta fase implica mantindre una postura segura i confiada mentre es mostra empatia cap a les necessitats de l'usuari. Els empleats han de comunicar la seua disposició per ajudar de manera clara i respectuosa, sense sentir-se aclaparats per les demandes dels clients.



3. RESOLUCIÓ

- **Enfocament assertiu:** durant la resolució de problemes és important abordar les preocupacions del client de manera eficient i efectiva. Això implica escoltar activament les vostres inquietuds, oferir solucions viables i prendre mesures per resoldre qualsevol problema que pugui sorgir.
- **Relació amb l'assertivitat:** l'assertivitat en aquesta fase es manifesta en la capacitat dels empleats per defensar els punts de vista de manera clara i respectuosa, mentre es mantenen receptius a les opinions del client. Això suposa establir límits apropiats i cercar solucions que satisfacen les necessitats, tant del client com de l'empresa.

4. COMIAT

- **Enfocament assertiu:** en concloure la interacció amb el client, és important acomiadar-se de manera cortesa i oferir qualsevol ajuda addicional que pugui necessitar. Això permet assegurar-se que se sent valorat i satisfet amb l'experiència.
- **Relació amb l'assertivitat:** l'assertivitat en aquesta fase es reflecteix en la capacitat dels empleats per expressar la seua gratitud de manera sincera i mostrar estima per l'elecció del client de fer negocis. Això implica mantindre una actitud positiva i segura, fins i tot en finalitzar la interacció.

5. SEGÜENT CLIENT

- **Enfocament assertiu:** després d'atendre un client, és important estar preparat per atendre el següent de manera eficient i professional. Per això, cal mantenir-se enfocat i comprometre amb brindar un servei excepcional en tot moment.
- **Relació amb l'assertivitat:** l'assertivitat en aquesta fase és manifesta en la capacitat dels empleats per mantindre un enfocament equilibrat i segur, fins i tot quan estan sota pressió, la qual cosa suposa establir límits apropiats i mantenir la calma en situacions estressants.

APLICACIÓ DE L'ASSERTIVITAT EN DIFERENTS FORMATS D'ATENCIÓ AL CLIENT



1. FORMAT PRESENCIAL

- **Enfocament assertiu:** en el format presencial, l'assertivitat es manifesta en la comunicació verbal i no verbal dels empleats. Això inclou mantenir contacte visual, mantenir una postura oberta i fer servir un to de veu clar i segur.
- **Relació amb l'assertivitat:** ser assertiu en el format presencial implica establir límits clars i comunicar-se de manera efectiva amb els clients, fins i tot en situacions difícils. Els empleats han de ser capaços d'expressar els seus pensaments i sentiments de manera clara i respectuosa mentre es mantenen centrats en les necessitats del client.

2. FORMAT TELEFÒNIC

- **Enfocament assertiu:** en el format telefònic, l'assertivitat es manifesta en la manera com els empleats manegen les cridades dels clients. Això inclou respondre al telèfon de manera oportuna, identificar-se clarament i escortar activament les preocupacions del client.
- **Relació amb l'assertivitat:** ser assertiu en el format telefònic implica mantindre la calma i les maneres, fins i tot en situacions estressants. Els empleats han de ser capaços d'expressar els seus pensaments i sentiments de manera clara i concisa, mentre mantenen un to de veu professional i respectuós.



3. FORMAT ONLINE

- **Enfocament assertiu:** en el format en línia, l'assertivitat es manifesta en la manera com els empleats responen a les consultes i comentaris dels clients a través de correu electrònic, xat en viu o xarxes socials. Això inclou proporcionar respostes clares i completes, així com resoldre qualsevol problema de manera eficient.
- **Relació amb l'assertivitat:** ser assertiu en el format en línia implica ser proactiu i respondre a les necessitats del client de manera oportuna i efectiva. Els empleats han de ser capaços d'expressar els seus pensaments i sentiments de manera clara i concisa, fins i tot en un entorn virtual.





05. COMIAT

El comiat en atenció al client és fonamental per diverses raons:

- **Última impressió:** la manera d'acomiar-se d'un client pot deixar una impressió duradora. Un comiat cortès i amigable pot reforçar l'experiència positiva del client i augmentar les probabilitats que torne en el futur.
- **Fidelització del client:** un comiat càlid i personalitzat pot contribuir significativament a la fidelització del client. Quan els clients se senten valorats i ben atesos és més probable que tornen i que recomanen el teu negoci als altres.
- **Imatge de marca:** el comiat en atenció al client també afecta la imatge de la teua marca. Si és professional i cortès reflecteix els valors del teu comerç i pot ajudar a construir una reputació positiva al mercat.
- **Oportunitat de venda addicional:** el comiat no només marca el final de la interacció, sinó que també pot ser una oportunitat per promoure futures vendes. En convidar el client a tornar o oferir assistència addicional es pot generar interès en altres productes o serveis de què es disposa.
- **Tancament de la interacció:** el comiat proporciona un tancament clar a la interacció. Això ajuda a evitar qualsevol sensació d'incomoditat o confusió i deixa el client amb una sensació de satisfacció i atenció completa.



A. PRESENCIAL

PASSOS

EXEMPLEN MN

1

NOM DEL CLIENT

- Isabel
- Verónica
- Josefa

2

AGRAIR

- Gràcies per la seua compra.
- Gràcies por confiar amb nosaltres.
- Agraïm la seua visita.

3

FRASE CORTESIA

- Que tinga un bon dia.
- Fins la propera volta.
- Ha sigut un plaer atendre'l.

4

SOMRIURE

- Crea un ambient agradable.
- Transmet positivitat.
- Genera confiança.



B. TELEFÒNICA

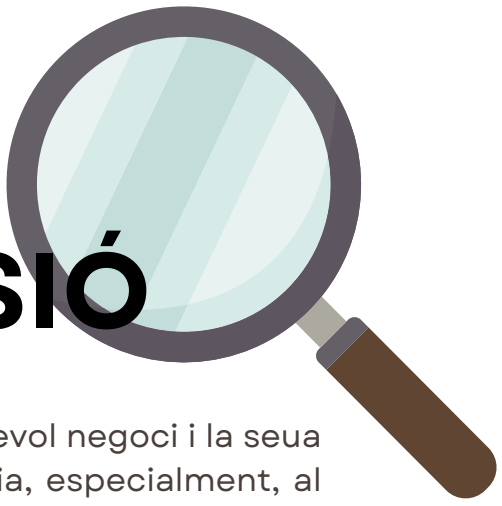


- Resumiu breument la conversa i confirmeu que s'han resolt totes les consultes del client.
- Preguntar si hi ha alguna cosa més que el client necessita abans de finalitzar la cridada.
- Agrair al client la cridada i triar l'empresa.
- Informar el client sobre com pot contactar novament si necessita ajuda en el futur.
- Acomiadar de manera cordial, desitjant al client un bon dia.

EXEMPLES

- Gràcies per la seua trucada. Si necessita alguna cosa més, no dubteu a contactar-nos.
- Ha estat un plaer atendre'l. Que tinga un dia excel·lent.
- El més important per a nosaltres és la seua satisfacció. Contacte'ns i explique'ns com podem millorar la seua experiència.

06. CONCLUSIÓ



L'atenció al client és un pilar fonamental en qualsevol negoci i la seua correcta aplicació pot marcar una gran diferència, especialment, al comerç local. Seguir les fases de l'atenció al client de manera diligent i professional no és només crucial per satisfer les seues necessitats, sinó que també es pot convertir en un factor diferenciador que impulse l'èxit i la reputació d'un negoci local.

En primer lloc, complir amb cada etapa del procés d'atenció al client, des de la salutació inicial fins al comiat final, reflectix un compromís amb l'excel·lència en el servei. En un entorn competitiu on els consumidors tenen nombroses opcions, la qualitat del servei pot ser el factor determinant en l'elecció d'un negoci sobre un altre. En proporcionar una experiència d'atenció al client coherent i excepcional a totes les interaccions, un comerç local pot destacar i crear una magnífica impressió duradora en els seus clients.

A més, el seguiment efectiu del procés d'atenció al client implica anar més enllà de les seues expectatives. Cada fase, des del primer contacte fins a la resolució de qualsevol problema que puga sorgir, ofereix una oportunitat per sorprendre el client i crear una experiència memorable. Oferir un servei personalitzat, anticipar-se a les seues necessitats i resoldre qualsevol inconvenient de manera ràpida i efectiva contribueix a generar lleialtat i a guanyar la seua confiança.

Així mateix, l'aplicació consistent del procés d'atenció al client al comerç local és una manera efectiva de construir relacions sòlides amb la comunitat. Els usuaris valoren l'atenció personalitzada i el tracte amable i, quan reben un servei excepcional, és més probable que tornen i recomanen el negoci als altres. Aquestes connexions locals són fonamentals per al creixement a llarg termini d'un negoci i poden generar un boca-orella positiu que contribueixca a l'èxit continu.