Guía N° 3

ATENCIÓN DE CLIENTES

27.Abril.2020.

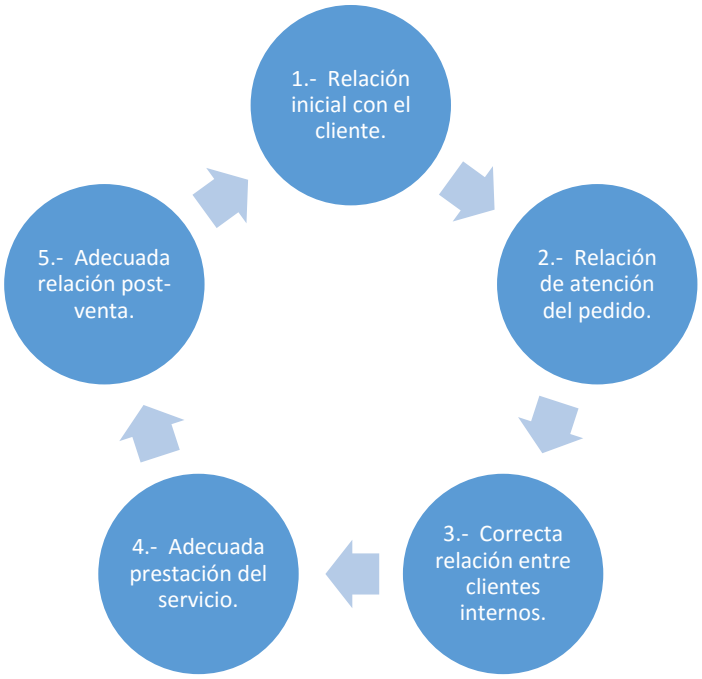
CONTACTO : m.fuenzalida.solis@gmail.com // wsp + 56 9 8269 42 42

jueves de 10:00 a 11:00

OBJETIVO: Atender a 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, fax, correo electrónico u otro medio.

INSTRUCCIONES: Leer responsablemente la Guía y COPIARLA individualmente en su cuaderno.

CADENA DE SERVICIO AL CLIENTE



Al aplicar adecuadamente la cadena de servicio al cliente, lograremos conseguir clientes satisfechos, fidelizados con el producto, la marca o la empresa.

CARACTERÍSTICAS ESPECÍFICAS DEL SERVICIO

Los servicios se prestan, basados en el desempeño de la persona (ser humano) y las características de éste. Podemos indicar que:

1.- Habitualmente se venden antes de producirlos o ser utilizados.

2.- Tienen menos elementos inmediatos de ayuda para el marketing.

3.- Sus bondades se aprecian a mediano o largo plazo.

4.- Son más difíciles de desear e imaginar

5.- Los errores o defectos se detectan durante la prestación del servicio.

6.- Normalmente es el usuario quien detecta las deficiencias.

7.- Su evaluación es más subjetiva.

8.- Los errores y defectos son más notorios y confusos.

VENTAJAS COMPARATIVAS ENTRE BIENES Y SERVICIOS

VARIABLES	BIENES	SERVICIOS
Relación Producto/Venta	Generalmente se producen antes de venderlos.	Habitualmente se venden antes de producirlos o ser utilizados.
Ayuda para la venta	Tienen más elementos inmediatos de ayuda para la venta.	Tienen menos puntos de apoyo para la venta.
Apreciación de bondades	En las ventas, influye hasta el empaque. Se aprecian antes o inmediatamente después de adquirirlos.	Es menos ágil y evidente para el marketing. Se aprecia a mediano y/o largo plazo.
Deseos de comprar	Son más deseables (tangibles)	Son más difíciles de imaginar y desear.
Detección de defectos	Son detectados a tiempo, pudiendo ser retirados de la venta.	Se detecta en la activación o utilización del servicio y en presencia del usuario.
Criterios de perfección	Son más concretos.	Son más subjetivos.

Actitud sobre errores o defectos	Son menos perceptibles	Son más notorios y confusos.

ACTIVIDADES:

1.- Leer responsablemente la Guía de trabajo y COPIARLA en su cuaderno.

2.- Basad@ en su experiencia personal, haga un cuadro comparativo, utilizando el ejemplo, cuando se compra un producto y cuando se adquiere un servicio.

- **NO OLVIDE LA PUNTUACIÓN, REDACCIÓN Y ORTOGRAFÍA, PUES SERÁ CONSIDERADA EN SU EVALUACIÓN.**