

8 pasos para una excelente Atención al Cliente

José Eduardo Villacís, ACTION International

La venta al menudeo, directamente al consumidor o cliente, es hoy diferente a lo que era hace cinco o diez años atrás. La competencia es feroz, muchos comercios manejan las mismas mercaderías, los sitios de ventas a través de Internet están creciendo y robando más negocios, y los consumidores de hoy están mucho mejor educados.

Ellos saben que cuentan con una variedad de opciones cuando deben decidir donde gastar sus dólares ganados con tanto esfuerzo.

Lo que realmente hace la diferencia entre su comercio y la competencia es USTED. Es USTED quien puede hacer de su negocio un lugar especial donde comprar. USTED puede hacer de su local un lugar al que los clientes siempre desearán volver y que recomendarán a otros, cuando tengan la necesidad del tipo de producto que usted vende. Su servicio al cliente y sus habilidades de comunicación son la clave.

Hay una variedad de maneras en que usted puede mejorar su reputación como vendedor profesional y hacer que los clientes deseen comprar en su negocio, en lugar de hacerlo en el local de al lado. Aquí hay algunas...

1-SATISFAGA A TODOS Y CADA UNO DE SUS CLIENTES

Usted deberá asegurarse que cada cliente que entra en su negocio salga satisfecho. Tenga presente que son los clientes la única razón por la que abrimos las puertas del negocio cada día. No existe nada más importante que un cliente. Las tareas de depósito, la nueva vidriera, las tareas administrativas...todas pueden esperar, un cliente no debe esperar. Por esta razón, un cliente nunca debe ser visto como una interrupción.

2-DEJE SU VIDA PERSONAL EN CASA

Todos nosotros tenemos días en que nos sentimos estupendamente, y días en lo que querríamos escondernos bajo la alfombra. Usted no debe permitir que su propio humor personal afecte la manera en que trata a un cliente. Todos esperan ser atendidos rápida y cortesmente. El cliente que entra en su negocio no tiene idea que a usted se le pinchó un neumático del auto en el camino hacia el trabajo, y que luego procedió a dejar las llaves dentro del baul cerrado. Del mismo modo, no tiene idea de qué usted acaba de ser honrado con el premio al mejor vendedor del mes. El punto está en que el cliente no debiera ser capaz de decir cual es la diferencia por el servicio que recibe. Como dice el dicho: "Es siempre hora de show en el piso de ventas" ("it's always SHOWTIME on the sales floor") . Usted siempre debe dar a todos y cada uno de sus clientes su mejor show.

3-SALUDE A CADA CLIENTE

Sin importar si el negocio está lleno o hay poco movimiento, todo cliente que entra debe ser recibido con al menos un simple "Hola" o "Buen día" y –mejor aún- con un "Bienvenido!". Aunque más no sea con un simple saludo a su cliente, usted estará logrando dos cosas. La primera y más importante, le está permitiendo saber que hay alguien ahí que puede asistirlo. Le está permitiendo saber que usted está contento de que haya entrado a su negocio. Saludar al cliente es también un resguardo contra los hurtos. La gente está menos inclinada a intentos de robar mercadería si saben que hay alguien que está atento a su presencia.

4-NUNCA CALIFIQUE A SUS CLIENTES POR SU APARIENCIA

Simplemente por pensar que el cliente no luce como para poder comprar en su negocio no cometa el error de creérselo. ¿Nunca ha tenido que ir a comprar un regalo importante justo después de lavar su auto? Todas las posibilidades apuntan a que fue tratado diferente que si hubiera seguido vestido con su traje. Usted nunca podrá juzgar qué podría comprar o qué va a comprar el cliente basándose en su apariencia.

5-DEJE QUE EL CLIENTE TENGA SU ESPACIO

Todos tenemos una cierta medida de "espacio personal" que necesitamos para poder sentirnos cómodos. Algunos clientes van a ser muy amigables y abiertos desde el principio, mientras que otros se sentirán incómodos si usted trata de acercarse demasiado. Mientras que es apropiado ofrecer su nombre durante su presentación ("A propósito, mi nombre es María"), no le pregunte al cliente el suyo. Puede parecer una presión. Si él le ofrece su nombre, utilícelo para dirigirse a él durante la conversación. En esta misma línea, evite llamar a sus clientes "caballero". Esta palabra hace que personas jóvenes o de mediana edad tiendan a sentirse más viejas.

6-NO INTERRUMPA

Usted no debe interrumpir al cliente mientras habla. Muchas veces un vendedor detendrá a un cliente en medio de una oración, para decir algo que siente que es importante. Independientemente de cuán ansioso esté usted para exponer ese aspecto que sabe que el cliente simplemente va a adorar, espere hasta que haya terminado de hablar. Recuerde, cuando el cliente está hablando, el cliente está comprando.

7-BAILE AL RITMO DE LA MÚSICA

Adapte su estilo al cliente. Un tono más relajado, más sencillo puede ser apropiado para algunos clientes, mientras que otros responderán mejor a uno más formal. Un gran vendedor no tiene solamente un estilo. Sabe bailar tanto un valse como el baile del perrito.

8-MUESTRE TODA LA MERCADERIA

¿Ha tenido alguna vez en el negocio algún producto que jamás se hubiera llevado a casa, aunque fuera gratis? Bueno, simplemente porque a usted no le gusta no significa que a otra persona no le guste. Usted debe tener siempre presente que lo que importa es lo que los clientes quieren, no lo que a usted le gusta o piensa que es mejor. Su nivel de gusto o calidad puede diferir del de sus clientes. Conserve para usted mismo sus opiniones personales acerca de un ítem determinado. Escuche a su cliente y ayúdelo a elegir el ítem que mejor se adapta a sus necesidades, no a las suyas.

Hay muchas maneras de hacer que la experiencia de comprar en su comercio sea más placentera para su cliente. Lo que es importante recordar es que USTED puede hacer la diferencia.

*** Le invitamos a comentar este artículo o para cualquier consulta, comuníquese con José Eduardo Villacís, al (442) 140 1211, email: jvillacis@action-international.com.mx, de ACTION International en Querétaro. El le atenderá con mucho gusto y sin compromiso. También puede visitar la dirección de internet: www.coachdenegocios.com**