MANUAL DEL PARTICIPANTE

CURSO

TÉCNICAS DE SERVICIO DE ATENCION CLIENTES

Módulo 4

Manejo de conflictos atención clientes

www.lideratudesarrollo.cl

contacto@lideratudesarrollo.cl

+569 8983 2073

Objetivo general del curso

Identificar y comprender técnicas que permitan desarrollar habilidades y competencias en los participantes para brindar un servicio de atención clientes excepcional, incrementando la satisfacción y lealtad del cliente, sea en la venta de productos como en la ejecución de algún servicio.

Objetivos específicos del módulo 4

1. Identificar y comprender la gestión del manejo de conflictos.
2. Identificar y comprender los tipos de clientes.
3. Identificar y comprender la metodología de abordaje según clientes.
4. Identificar y comprender la gestión de clientes difíciles.

Contexto actual

Vivimos en un mundo globalizado y competitivo, la atención al cliente se ha convertido en un factor clave para el éxito de cualquier empresa o negocio. Los clientes tienen más opciones que nunca, y su lealtad es cada vez más difícil de ganar y mantener en el tiempo, es por ello que la preparación del personal atención clientes adquiere especial relevancia, pudiendo marcar una diferencia competitiva dentro del mercado.

Índice

MODULO 4

Pag 04… Manejo de clientes.

Pag 05… Tipos de clientes.

Pag 06…Como abordar a cada cliente.

Pag 10…Clientes difíciles.

Pag 13…Actividad V o F.

Pag 14…Actividad análisis de caso.

Pag 15…Anexo actividades.

Módulo 4- MANEJO DE CONFLICTOS

MANEJO DE CONFLICTOS

Es la habilidad de abordar y resolver desacuerdos o disputas de forma constructiva, convirtiendo tensiones en oportunidades de aprendizaje, colaboración y ganancia para todas las partes.

¿Cuáles son las claves para abordar los conflictos?

NO ES EVITAR**:** No se trata de ignorar los problemas, sino de enfrentarlos activamente.

NO LLEVAR LA CONTRA**:** Evitar contradecir deliberadamente, aunque crea tener la razón.

CONSTRUCTIVO: Busca transformar el desacuerdo en algo productivo, no en una pelea

Se trata de usar herramientas como la escucha activa, la empatía, la comunicación asertiva y la negociación para llegar a soluciones justas y satisfactorias.

TIPOS DE CLIENTES Y COMO ABORDARLOS

Existen diversos tipos de clientes clasificados por su comportamiento o relación con la empresa

Según la Relación con la Empresa

Cliente Interno: Empleados, gerentes, etc., que trabajan dentro de la organización.

Cliente Externo: Consumidores finales que compran los productos o servicios.

Cliente Potencial: Muestra interés pero aún no ha comprado.

Según su comportamiento

1. Impulsivo, que toma decisiones rápidas y espontáneas.
2. Indeciso, duda, necesita información y apoyo.
3. Exigente, investiga y tiene altas expectativas de calidad y servicio.
4. Negociador, sensible al precio, que prioriza el valor y busca ofertas.
5. Difícil, suele alterarse con facilidad pudiendo ser agresivo.

¿Como abordar a cada cliente?

Impulsivo



Es fundamental ser **ágil y centrado en la acción**, guiándolos rápidamente hacia una decisión de compra satisfactoria sin abrumarlos con detalles innecesarios.

Estrategias claves

Agiliza el proceso: Los clientes impulsivos valoran la rapidez. Simplifica los pasos de compra y cierra la venta rápidamente una vez que muestre interés, antes de que se distraiga.

Presentación enfocada**:** No lo abrumes con demasiadas opciones. Presenta una o dos alternativas claras y destaca los beneficios emocionales (sensaciones, sentimientos) que le genera el producto o servicio, no solo características técnicas.

Sé claro y conciso: Comunica la información esencial de forma resumida. Evita detalles excesivos que puedan generar confusión o duda.

El objetivo es facilitar una experiencia de compra fluida que satisfaga su necesidad de inmediatez, asegurando al mismo tiempo que se sientan seguros y satisfechos con su elección.

Indeciso

No lo presiones, dale espacio, valida sus dudas sin contradecirlo, reduce opciones, enfócate en sus necesidades con argumentos claros y concisos usando sus propias palabras.



Estrategias claves

Evita insistir; la presión genera rechazo.

Simplifica la oferta, enfócate en 1-2 opciones clave que realmente le beneficien.

Quita importancia a la decisión para reducir la ansiedad.

Ofrece tranquilidad mostrando seguridad y casos de éxito similares, ayudándole a visualizar los beneficios de la compra para que tome la decisión por sí mismo y se sienta en control.

Exigente



Procura escuchar activamente para entender sus necesidades, mantén la calma y profesionalidad, establece expectativas claras y realistas desde el inicio, sé honesto y transparente.

Estrategias claves

Escucha y empatiza: Dedica tiempo a escuchar sus preocupaciones sin interrumpir, muestra comprensión y hazle sentir que valoras su perspectiva.

Usa lenguaje positivo: Formula tus respuestas en positivo y céntrate en lo que SÍ se puede hacer.

Ofrece soluciones personalizadas, y demuestra empatía y asertividad sin discutir, enfocándote en la cortesía y la firmeza para generar confianza y resolver el problema.

Negociador

Escucha activamente para entender sus motivaciones, mantén la calma y la asertividad, enfócate en los beneficios y el valor (no solo el precio), ofrece opciones para darles control.



Estrategias claves

Enfócate en el Valor, No Solo en el Precio: Destaca los beneficios, la calidad, la durabilidad, la garantía, y cómo tu producto/servicio resuelve sus problemas. Justifica el precio con el valor que entregas.

Ofrece Opciones y Flexibilidad: Presenta diferentes paquetes o niveles de servicio. Esto da al cliente la sensación de control y que tiene poder de decisión, sin que tú cedas en todo.

Prepara tus Concesiones: Ten claro qué puedes ceder (alcance del proyecto, extras) y qué no (precio base). Si bajan el precio, reduce el valor entregado proporcionalmente (ej. menos horas, menos funciones).

Sé transparente con límites y prepárate para conceder algo a cambio de no bajar demasiado el precio, creando un escenario beneficioso para ambos.

CLIENTES DIFICILES

Los clientes difíciles son aquellos que, debido a su actitud, expectativas o forma de comunicarse, requieren una atención y un esfuerzo especial por parte del personal de servicio.

Su comportamiento puede manifestarse como una expresión excesiva de insatisfacción, frustración o ira, y a veces puede ser inapropiado, abusivo o irrespetuoso.

Tratar con clientes difíciles requiere una combinación de inteligencia emocional y comunicación estratégica.

El enfoque se centra en la firmeza amable (asertividad) y el uso de soluciones personalizadas.

Algunas claves son…

1. Control Emocional y Escucha Activa

No lo tome personal: Entienda que el enfado suele ser con la situación o la empresa, no con usted.

Escucha activa: Permita que el cliente se desahogue sin interrupciones. Esto ayuda a bajar la tensión inicial y demuestra respeto por su perspectiva.

Mantenga la calma: Use un tono de voz pausado y cálido para evitar que el conflicto escale.

2. Comunicación Asertiva

Valide sus sentimientos: Use frases de empatía como "*entiendo por qué esto le frustra*" para establecer una conexión emocional antes de proponer soluciones.

Lenguaje positivo: Enfóquese en lo que sí puede hacer en lugar de lo que está prohibido o fuera de su alcance.

Haga preguntas abiertas: Esto ayuda a aclarar el problema real y obtener detalles específicos sobre la causa de su insatisfacción.

3. Resolución Práctica del Conflicto

Ofrezca opciones: Presente al menos dos alternativas de solución para que el cliente sienta que tiene el control de la decisión.

Pida disculpas y asuma responsabilidad: Incluso si el error no fue directamente suyo, disculparse en nombre de la marca ayuda a calmar al cliente.

Establezca límites claros: Si el cliente se vuelve agresivo, manténgase firme pero amable, recordando los términos de servicio o escalando la situación si es necesario.

4. Gestión Preventiva y Seguimiento

Documente todo: Guarde registro de los acuerdos por escrito para evitar malentendidos futuros.

Información clara: Mantenga al cliente actualizado regularmente sobre el estado de su caso para generar confianza.

Si la relación con un **cliente sigue siendo tóxica** a pesar de estos esfuerzos, considere si el costo emocional y financiero justifica mantenerlo en su cartera.

ACTIVIDAD

Responda V o F las siguientes afirmaciones:

N°	AFIRMACIÓN	V/F
1	Manejo de conflictos, se refiere a la habilidad de abordar y resolver desacuerdos o disputas de forma constructiva	
2	Cliente interno: son los consumidores finales que compran los productos o servicios.	
3	Evitar contradecir deliberadamente, aunque crea tener la razón es una buena estrategia para manejar un conflicto.	
4	El cliente indeciso es aquel que toma decisiones rápidas y espontáneas.	
5	A un cliente indeciso no lo presiones, dale espacio, valida sus dudas sin contradecirlo, reduce opciones, enfócate en sus necesidades.	
6	Tratar con clientes difíciles requiere una combinación de inteligencia emocional y comunicación estratégica.	
7	La escucha activa es relevante para abordar a los distintos clientes.	
8	Los clientes impulsivos valoran la información detallada y se deben abordar entregando muchas opciones.	
9	Dentro de la gestión con clientes difíciles, se recomienda documentar los acuerdos tomados.	
10	Si la relación con un cliente difícil se torna toxica emocionalmente a pesar de los esfuerzos, es mejor evaluar la continuidad.	

ACTIVIDAD

Analice el siguiente caso y responda las preguntas:

El cliente Don **Pedro Sánchez** se acerca muy molesto al mesón de atención clientes de una empresa bancaria.

Le indica a la Ejecutiva **Paola González** su problema, "Me han hecho cobros injustificados durante 3 meses, he ido a las distintas instancias y nadie me ha dado soluciones"

Mientras Don **Pedro** explica su problemática, la Srta. **Paola** insistentemente le indica que se calme, que baje el tono, que no es forma de hablar, y que lamentablemente ella tampoco lo puede ayudar, le dice que está equivocado derivándolo nuevamente a otro departamento.

Don **Pedro** comienza a subir la voz, golpea el mesón y comienza a insultar a la ejecutiva.

En ese intertanto, se acerca el Jefe de Atención clientes Sr. **Marcos Suarez** quien toma la situación e invita al cliente a su oficina, Don **Pedro** mientras camina a la oficina, sigue muy molesto hablando en voz alta, y haciendo amenazas.

Don Marcos solo lo escucha sin interrumpir llevándolo hasta su oficina procediendo a cerrar su puerta, al interior de la oficina **Marcos** solo se limitó a decir "*lo escucho para ver como lo puedo ayudar*" **Don Pedro** estuvo haciendo descargos durante al menos 15 minutos y el ejecutivo solo se limitaba a asentirlo con mucha atención sin interrumpir, después de mucho rato hablando el cliente comienza a bajar su intensidad, solo ahí Marcos procede hablar y le indica las posibles soluciones, si bien, no eran inmediatas se comprometió de modo personal para hacer seguimiento dándole un plazo de 2 semanas para cerrar su caso, le dio su tarjeta con todos sus contactos y solicitándole las disculpas a nombre de la empresa.

Don Pedro *ser retira tranquilo de la sucursal confiado en el seguimiento con* ***Marcos****.*

1.- **¿Como crees que manejo el conflicto Paola?**

a) Bien, no acepto las faltas de respeto.
b) Mal, altero al cliente interrumpiéndolo constantemente.
c) Mal, no empatizo en ningún momento y lo derivo a otro lugar nuevamente sin dar ninguna solución.
d) Ninguna de las anteriores.
e) Solo b y c son correctas.

2.- **Cual fue la clave de Marcos para solucionar el problema:**

a) Escucha activa.
b) Personalizar la atención.
c) Ofrecer solución honesta.
d) Dar plazo especifico.
e) Todas las anteriores.

ANEXO ACTIVIDADES

Actividad 1 – V o F

1	V	
2	F	Es cliente externo
3	V	
4	F	Es cliente impulsivo
5	V	
6	V	
7	V	
8	F	Valoran la atención ágil y enfocada solo en su necesidad.
9	V	
10	V	

Actividad 2 – Análisis de caso

1. Solo b y c son correctas.
2. Todas las anteriores.