

Bienvenidos alumnos al vídeo de la unidad tres, ¿sí? Vamos a comenzar con nuestra presentación para esta unidad.

Lo que vamos a estar viendo, básicamente, abarcando un poco más lo que es la atención telefónica, vamos a estar viendo también lo que son los operadores telefónicos, ¿sí? Los empleados, estos agentes que estuvimos hablando en la unidad anterior, comprender la importancia de la satisfacción al cliente y las necesidades que van a tener los clientes. Bien, la atención telefónica es la atención que, obviamente, va a ser el primer recurso de la mayoría de las organizaciones, de los call center, de los contact centers, ¿sí? Básicamente, es el primer factor a considerar, que la persona que atiende el teléfono se convierte en ese momento en la imagen de la organización. Recuerden esto que hablamos en unidades anteriores, ¿sí?, automáticamente el área de soporte al usuario y de atención al cliente, básicamente, se va a convertir en la cara visible de la organización en la empresa, en la voz que van a escuchar por el teléfono y la respuesta de la empresa vía canales de texto, como pueden ser e-mails, sistemas de chats, etcétera. Lo que debemos tener en cuenta a la hora de atender el teléfono, ¿sí?, es la actitud personal, es la voz que utilizamos, la sonrisa que expresamos y el lenguaje, por más de que no sea una videollamada, la sonrisa es un factor clave que determina la forma en la que yo estoy hablando porque, por ejemplo, tengan en cuenta como yo me estoy dirigiendo a ustedes en este momento, ¿sí?, tengo la espalda recta, claramente estoy demostrando algo, ¿sí? No solamente con la imagen, sino esto también altera y repercute en mi manera de hablar. También la entonación con la que estoy hablando, la sonrisa con la que estoy expresando y el lenguaje que estoy utilizando, las palabras que salen de mí. Porque no es lo mismo que yo, por ejemplo, dé una llamada o dé una clase de esta manera, como lo estoy haciendo hasta ahora, o mismo decida hacerlo de esta manera. Pueden ver que mi postura cambió, lo que también cambió es la entonación de la voz o utilice cualquier otro tipo de lenguaje en la entonación de la voz cambio, la expresión de mi voz cambio y ya no estoy sonriendo, por ende también mi entonación se ve afectada. Podemos ver que este tipo de cambios generan o denotan, ¿sí?, la actitud y el carácter, no sólo del operador, sino de la empresa.

Un mal servicio de atención al cliente puede generar pérdidas a la empresa, las cuales muchas veces no son conscientes de los prejuicios que pueden acarrear para sus negocios, porque no solamente estamos perdiendo un cliente ante una mala atención, sino que estamos generando mala imagen para la organización, empresa o pyme en la cual estemos desempeñando este rol, ¿correcto? lo cual también va a repercutir en las ventas que se realicen y la confianza pública que tengamos con los usuarios.

La postura corporal es fundamental en la atención telefónica de los clientes porque, aunque no sea algo visible, como vimos recién en un ejemplo anterior, transmite en mi entonación cierta impronta a la hora de hablar.

Los operadores telefónicos, ¿sí? El operador telefónico es la persona encargada de recibir y emitir los llamados a los clientes según el objetivo que le marque la empresa o el supervisor, ¿sí?. Ahora bien, ¿sí?, éstos también se pueden conocer como agentes, operadores de call center, etcétera, ¿sí? El operador telefónico debe de controlar tanto el lenguaje verbal, o sea, las expresiones verbales que utilizamos, como lo no verbal, la postura, la entonación.

Teniendo en cuenta que la comunicación con el cliente, el lenguaje, la voz y el vocabulario y la escucha activa, ¿sí? Recuerdan un poco la escucha activa, algo que estuvimos hablando en la unidad anterior.

Comprender la importancia de la satisfacción al cliente en su aspecto fundamental, las expectativas o la categoría en cuanto, relacionadas con producto o servicio, son las siguientes: Básicas, ¿sí?, un estándar básico que puedo tener como, por ejemplo, yo compro un auto, espero que encienda y pueda conducirlo, ¿sí? Esas serían las básicas.

Las esperadas, que el auto pueda recorrer determinada cantidad de kilómetros deseados, ¿sí? Que el auto no consuma tanto combustible.

Inesperadas, ¿sí? Que el auto, aparte de tener una modalidad determinada, venga con un aditamento o una sorpresa extra, ¿sí?, como puede ser algún botón de pánico, o alguna forma o algún servicio o accesorio extra.

Las necesidades de los clientes. Aquí estamos viendo la pirámide de Maslow. Maslow es un especialista en lo que es cultura organizacional, empresas, economía, etcétera. Podemos identificarlas desde la más importante como la base de la pirámide hasta la más alta, ¿sí?, como es la punta de ésta. La primera son las necesidades fisiológicas, ¿sí?, las necesidades naturales que tiene cada ser humano, como respirar, comer, etcétera. Después, las segundas, son de seguridad, ¿sí? Básicamente, de sentirse comfortable, seguro, esto también lo podemos relacionar a la confianza que transmitimos como operadores, ¿sí?

Las sociales, las humanas, el afecto, ¿sí? Aquí caemos de vuelta a lo que hablamos en la unidad uno: el trabajar en la relación con los clientes, la estima, ¿sí?

Y después la autorrealización, que se sientan autorizados y partes de las soluciones que les brindamos como operadores telefónicos en atención al cliente o soporte al usuario.

Bien, estas son todas las herramientas de la unidad tres.

Espero que la información y los datos les sean de ayuda y nos vemos en la próxima unidad.