Habilidades interpersonales

Orientación al cliente: escuchar, responder, fidelizar

Una jornada para poner al cliente en el centro del trabajo diario, incluso en las funciones que no venden. Los participantes aprenden a escuchar la necesidad real de un cliente industrial o de un distribuidor, a responder a una petición o a una reclamación con compromisos cumplidos, a convertir un incidente en una ocasión de fidelización y a trasladar internamente la voz del cliente. Los casos proceden de la industria, la distribución y el servicio posventa.

Duración : 1 día

Objetivos

1. Explicar lo que fideliza a un cliente profesional: fiabilidad, reactividad, interlocutor identificado, problemas resueltos
2. Identificar la necesidad real que hay detrás de una petición, un pedido o una reclamación
3. Responder a un cliente con un compromiso preciso, realista y con seguimiento
4. Tratar una reclamación o a un cliente descontento de modo que se preserve la relación
5. Trasladar las expectativas y las insatisfacciones de los clientes a los servicios afectados

Programa

Día 1 — mañana

• Cliente interno y cliente externo: quién sirve a quién, desde la toma de pedido hasta la entrega y el servicio posventa

• Lo que hace que se vaya un cliente profesional: promesas incumplidas, silencio, remisión de un servicio a otro

• Escuchar: preguntas de descubrimiento, reformulación, la necesidad detrás de la petición

• Ejercicio: analizar tres intercambios reales con clientes (correos, llamadas, reclamaciones)

Día 1 — tarde (taller)

• Responder y comprometerse: plazo, solución, interlocutor, confirmación por escrito

• Reclamaciones: acoger, analizar, responder, comprobar que la respuesta ha resuelto el problema

• Fidelizar: seguimiento tras la entrega o la intervención, información al cliente antes de que descubra un retraso

• Taller: simulaciones sobre la reclamación de un cliente industrial y plan de mejora del servicio

Metodología

• Análisis de intercambios reales con sus clientes, anonimizados

• Casos de industriales, distribuidores y servicios posventa: retraso de entrega a una cadena de gran distribución, lote no conforme, equipo averiado en casa de un cliente

• Juegos de rol por teléfono y cara a cara con un cliente descontento

• Trabajo entre servicios sobre el recorrido de un pedido o de una reclamación

• Plan de mejora del servicio al cliente construido por el equipo

Evaluación y documentos

Prueba de conocimientos y simulación de tratamiento de una reclamación, evaluación en caliente a D+1. Certificado numerado y verificable en línea para cada participante; informe de formación y plan de mejora del taller entregados a la empresa.

Materiales bilingües para cada participante; cada formación presencial incluye su gemelo digital en OmniLearn.

Conviene saber

Para la negociación comercial propiamente dicha, véase «Negociar: método y práctica». Las empresas certificadas ISO 9001 pueden vincular el taller con su proceso de tratamiento de reclamaciones y con su medición de la satisfacción del cliente.

Información práctica

Duración	1 día
Público	Comerciales, administración de ventas, servicio posventa, técnicos de intervención, logística, calidad y toda función en contacto con los clientes
Requisitos previos	Sin requisitos previos
Número de participantes	Grupos de 6 a 12 participantes, en la empresa
Formato	En la empresa, presencial en sus instalaciones
Idioma	Francés, darija o inglés; materiales bilingües
Financiación	Contratos especiales de formación de la OFPPT (TFP), GIAC, Maroc PME: preparamos los expedientes con usted, sin coste adicional.
Personalización del programa	Programa adaptado a sus procedimientos, sus equipos y su público

Preguntas frecuentes

¿Está reservada esta formación a los comerciales?
No. Se dirige también a la administración de ventas, la logística, la calidad, los técnicos de intervención y el servicio posventa: a menudo son ellos quienes cumplen, o no, la promesa hecha al cliente.

¿Puede apoyarse en nuestras propias reclamaciones?
Sí. Antes de la sesión le pedimos algunas reclamaciones e intercambios recientes con clientes, anonimizados. Sirven para los ejercicios de análisis y las simulaciones de la tarde.

¿Qué diferencia hay con una formación en negociación?
La negociación trata de las condiciones de un acuerdo. La orientación al cliente trata de la calidad de la relación diaria: escucha, reactividad, compromisos cumplidos, tratamiento de reclamaciones. Las dos se complementan para un equipo comercial.

¿Puede financiarse la jornada de orientación al cliente?
Puede figurar en el plan de formación de la empresa y acogerse a los contratos especiales de formación gestionados por la OFPPT, según las condiciones aplicables. Montamos el expediente con usted.