



PROGRAMA DE ENTRENAMIENTO EXPERTOS

MÓDULO 2

EXPERIENCIA DEL CLIENTE

Objetivo

El objetivo de este módulo es profundizar sobre el modelo de atención y conductas de los **expertos de playa y shop** que potencian la experiencia del cliente.

En este curso responderemos a la pregunta

 *Cómo **mejorar** la experiencia del cliente* 

Comencemos entendiendo...

¿Qué es experiencia del cliente?

La experiencia del cliente se constituye a partir de las **percepciones que tienen los clientes luego de interactuar** con cualquier parte de nuestra marca, ya sea en forma física, racional o emocional.

Estas **percepciones** afectan el comportamiento de los clientes y generan recuerdos que **impulsan la lealtad**.



En la estación, esas **interacciones** están a cargo de los expertos:

Construir la
experiencia
del cliente

ROL DEL EXPERTO

Generar
negocio¹

¿Cómo?

Reforzando el **modelo de atención**

- aprehensión de los pasos del modelo de atención en playa y shop y refuerzo de procedimientos
- gestión permanente del conocimiento en productos y servicios

Desarrollando **mejores prácticas**

- desarrollo de actitud de experto en playa y shop con foco en la experiencia
- incorporación de conductas y criterios centrados en el cliente



En definitiva, **mejorar la experiencia del cliente** de la estación depende de:



**ACTITUD
de experto**



**VÍNCULO
positivo**



¿Cómo?

Practicando la
EFICIENCIA



Desarrollando la
CONFIANZA



Sin demora,
auténtica y ágil

Con profesionalismo y
foco en calidad y atención





¿Qué es ser *experto en atención?*

Actitud
de experto

Preparación

- Conocimiento sobre productos y servicios
- Conocimiento de los distintos tipos de clientes
- Conocimiento sobre los estándares de calidad

Saber qué hacer +

Atención

- Conocimiento sobre el modelo de atención
- Criterio sobre procedimientos y contingencias

Saber cuándo hacerlo +

Acción

- Desautomatización en la forma de atención
- Incorporación de mejores prácticas actitudinales

Saber cómo hacerlo +



SHOP

Reforzando el modelo de atención y
desarrollando mejores prácticas



Un experto en shop administra RECURSOS:

Estándares de
CALIDAD

**IMAGEN Y
CONFORT**

El shop siempre limpio, a 24° de temperatura e iluminado.
Los expertos limpios y prolijos: uniforme completo, con chomba adentro, gorra e identificador.

Un servicio para
CADA CLIENTE

**DISTINTOS
CLIENTES**

Cliente que se queda consumiendo en el shop.
Cliente decidido que sabe lo que se detuvo a busca.
Cliente que permanece en el shop sin consumir.
Cliente que necesita ayuda para hallar productos específicos.

Gestión de
PRODUCTOS

**OFERTA
Y ORDEN**

Revisar promociones vigentes y pedidos de stock.
Mantener una exhibición óptima de todos los productos evitando faltantes y escasez, y revisar vencimientos.



Shop

Modelo de atención



Atención

Saber cuándo hacerlo

CUMPLIMIENTO

1 Bienvenida

Saludar con actitud ágil y activa antes de iniciar la transacción:

"Buenos días / tardes / noches"

2 La venta

Escanear productos y consultar al cliente:

"¿Algo más?"

3 Cobro y cierre

Informar el importe total antes de cerrar la operación.

Consultar medio de pago y entregar ticket.

Despedirse en forma cordial.

1 Reconocimiento

Estar atento a la entrada del cliente reconociéndolo y saludándolo amablemente. Evitar todo tipo de apodos. Realizar contacto visual con el cliente en espera y decir:
"Bienvenido, enseguida estoy con usted"

2 Proactividad comercial

Ofrecer algún producto complementario a la compra y/o promociones vigentes:
"¿Querés llevar la promoción de ese café con 2 medialunas?"

3 Invitar a volver

Tratar al cliente como un invitado hasta finalizar el servicio. Despedir con actitud que invita a volver: ***"¡Hasta la próxima!" / "Hasta mañana." / "Hasta luego"***

SUPERACIÓN



Shop





Un experto de shop acciona sobre EXPECTATIVAS:



DISTINTOS CLIENTES

Cliente que se
queda en el shop

Cliente decidido que sabe
lo que se detuvo a buscar

Cliente que permanece
en el shop sin consumir

Cliente que necesita ayuda para
hallar productos específicos

Expectativa de atención amigable: **confianza al 100%.**
Actitud personalizada de diálogo y oferta mediante el
servicio por el cual el cliente regresa siempre.

Expectativa de atención ágil: **eficiencia al 100%.**
Actitud dinámica sin dejar de ofrecer ofertas y promociones.

Expectativa de ayuda: **predisposición al 100%.**
Actitud de empatía, orientada a brindar soluciones , generar una oferta
a medida, ofrecer productos en forma proactiva.



PLAYA

Reforzando el modelo de atención y
desarrollando mejores prácticas



Un **experto en playa** administra **RECURSOS**:

Preparación

Saber qué hacer

Estándares de
CALIDAD

**IMAGEN Y
CONFORT**

Surtidores, playa y baños siempre limpios.

Los expertos limpios y prolijos: uniforme completo, con chomba adentro, gorra e identificador.

Un servicio para
CADA CLIENTE

**DISTINTOS
CLIENTES**

Cliente apurado y/o malhumorado.

Cliente habitual con predisposición al diálogo.

Cliente nuevo u ocasional.

Gestión de
PRODUCTOS

**OFERTA
Y ORDEN**

Revisar promociones vigentes y control de stock.

Conocer sobre las distintas líneas de productos, lubricantes y combustibles para poder asesorar en cada caso.

Shell
V-Power

Modelo de atención

Atención

Saber cuándo hacerlo

CUMPLIMIENTO

1 Bienvenida

Saludar amable y sonriente:
**"Buenos días / tardes /
noches"**

2 Oferta V-Power

"¿Llenamos con V-Power?"
Si el cliente confirma,
consultar: **"¿Nafta o diésel?"**

3 Adicionales

En caso que no haya clientes
en espera, ofrecer productos
y servicios adicionales:
"¿Limpiamos el parabrisas?"
"¿Revisamos los fluidos?"
Comunicar promociones
vigentes.

4 Shell Latam Pass

**"¿Tiene la tarjeta Shell
Latam Pass?"** Si el cliente
no la tiene, ofrecerla.
Pasar tarjeta SLP por la
terminal POS.

5 Cobro y cierre

Informar importe y consultar
medio de pago: **"¿Efectivo,
tarjeta o Mercado Pago?"**
Además, siempre ofrecer:
"¿Ticket o factura?" y solicitar
DNI para pagos con tarjeta.
Despedirse agradeciendo en
forma cordial y respetuosa.

SUPERACIÓN

1 Orientación

Estar atento a la entrada del
cliente y guiarlo según la
boca del tanque.
Evitar todo tipo de apodos.
Realizar contacto visual con
el cliente en espera y decir:
**"Bienvenido, enseguida
estoy con usted".**

2 Asesoramiento

Si el cliente no carga V-Power,
insistir y sugerir:
**"Se lo recomiendo porque con
V-Power protege mejor el motor
y le rinde más. Además, suma el
doble de millas con Latam Pass".**

3 Venta adicional

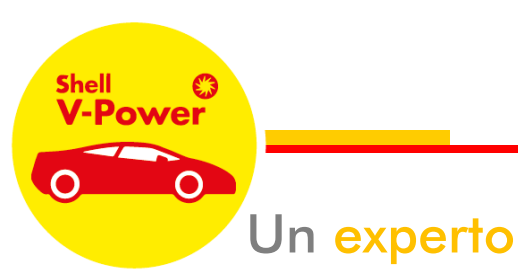
En la revisión de fluidos se
impulsa y/o logra una venta
proactiva de lubricantes y
otros adicionales.
En caso que existan, se logra
la venta de promociones.

4 Descripción

Describir beneficios de la
tarjeta SLP y explicar la
mecánica de registración
en la web.

5 Contingencias

Ser transparente y cordial cuando
exista un problema con la tarjeta,
posnet o la terminal esté alejada.
Tratar al cliente como un invitado
hasta finalizar y despedirlo
amigablemente invitándolo a
volver: **"Hasta la próxima / Hasta
mañana / Hasta luego".**



Un experto de playa acciona sobre EXPECTATIVAS:



DISTINTOS CLIENTES

Cliente apurado y/o
malhumorado

Expectativa de atención ágil, sin demora: **eficiencia al 100%. Actitud dinámica** sin dejar de ofrecer servicio durante la carga de combustible.

Cliente habitual con
predisposición al diálogo

Expectativa de atención amigable: **confianza al 100%. Actitud personalizada** de diálogo sin dejar de ofrecer el servicio por el cual el cliente regresa siempre.

Cliente nuevo u ocasional

Expectativas poco claras, **permeable a sorprenderlo con el mejor trato. Actitud de experto al 100%**: generando vínculo a través del diálogo fluido, contándole la amplia gama de servicios y productos e invitándolo a volver.



SHOP Y PLAYA

Tratado como un invitado

En resumen, el **modelo de atención en shop** se conforma de *tres momentos* y en *playa* de *cinco momentos*.

Cada uno de esos momentos existe una fase de **cumplimiento** y otra de **superación**.

Saber qué hacer +
Saber cuándo hacerlo +
Saber cómo hacerlo +

La superación es
solo una cuestión
de **ACTITUD**

Actitud
de experto

Además, **gestionar la experiencia del cliente**
en las **Shell** de todo el país depende de
expertos en:

Gestión de
RECURSOS
Preparación



Administración
de **TIEMPOS**
Atención



Superación de
EXPECTATIVAS
Acción

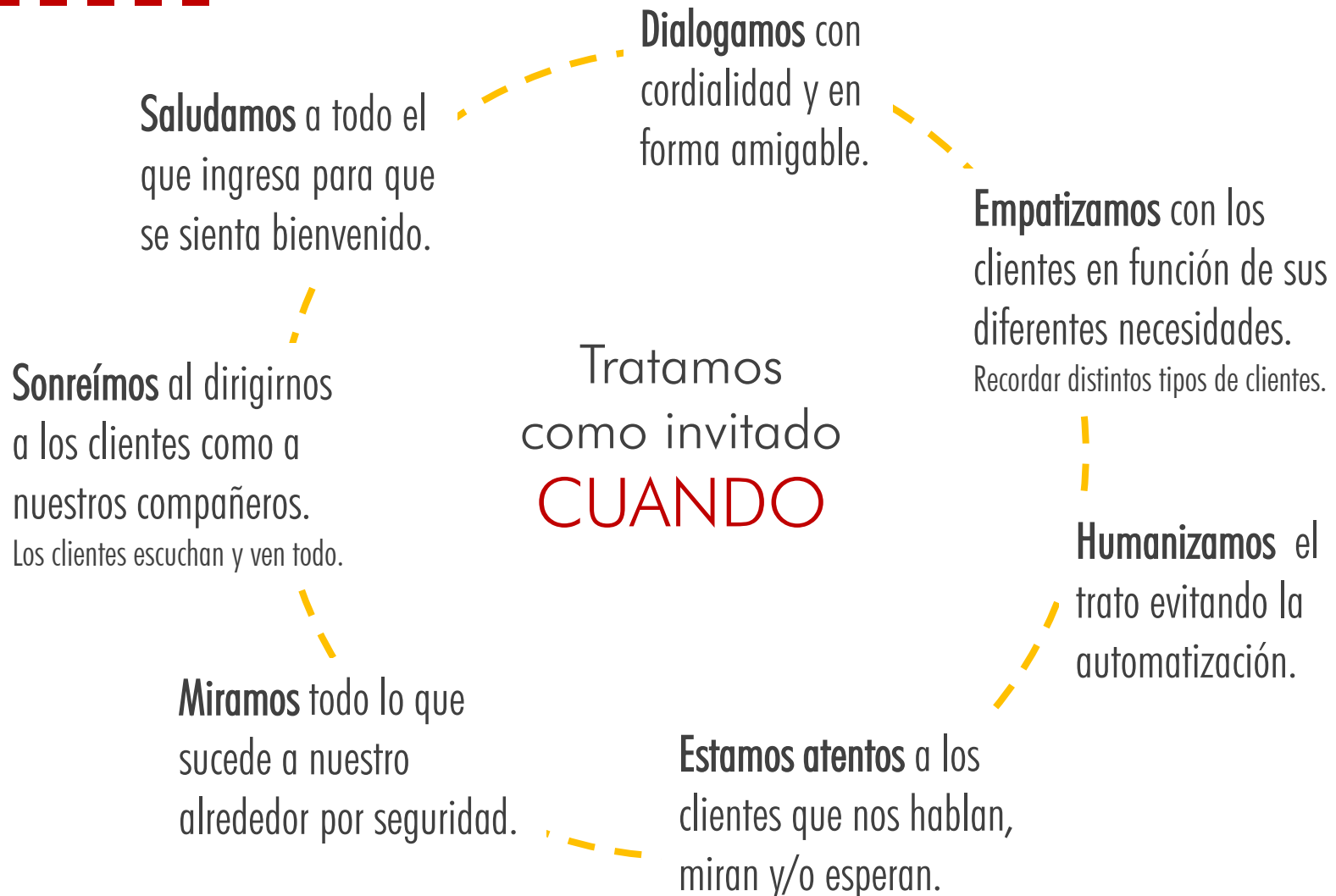


La fórmula para que un cliente se sienta
TRATADO COMO UN INVITADO

Siguiendo *la fórmula*, **para mejorar la conducta en las interacciones:**

Acción

Saber cómo hacerlo



En conclusión, al mejorar las conductas se obtienen resultados superadores!

**La fórmula para que un invitado vuelva
es ser expertos anfitriones.**

¡ANIMATE!

La clave de la
superación
es tu

Actitud
de experto



Muchas gracias.

