

| | |
|---------------------|--|
| CLIENTE: |  <p>La Lonja El gremio inmobiliario de Medellín y Antioquia</p> |
| TALLER: | Arrendamientos (Servicio al Cliente y Protocolo) |
| LUGAR: | Auditorio La Lonja, CC Premium Plaza |
| METODOLOGÍA: | Learning by doing |
| FECHA: | Mayo 14, 19,21 y 26 de 2015 |

MEMORIAS

EL SERVICIO EN EL PROCESO DE LA VENTA

- El proceso de venta conlleva ciertas etapas:
 1. Atraer clientes potenciales a través de redes sociales, mercadeo directo, ferias del sector, contactos directos, CEO y referidos.
 2. Identificar los prospectos de clientes y tener el primer contacto.
 3. Identificación de las necesidades.
 4. Diagnóstico.
 5. Proceso de decisión: aquí es donde se presenta la solución, la diferencia con la competencia y los beneficios.
 6. Acuerdos: con estos se dejan claras las condiciones, el contrato y la propuesta económica.
 7. Cierre.

Durante todas estas etapas es fundamental generar confianza en el cliente.

- La combinación de la competencia técnica con el trato al cliente, es lo que permite que el proceso de venta sea eficaz y agradable.
- El servicio al cliente va más allá de la escucha. Para servir es fundamental la comunicación asertiva, por lo tanto hay que tener en cuenta los siguientes pasos:
 1. Rapport: Esa cercanía, confianza, credibilidad.
 2. Escuche: Ponga todos sus sentidos.
 3. Pregunte: Pida que le amplíe la información, los detalles son fundamentales.
 4. Propicie el Feedback: Cerciórese, aclare expectativas, retome las ideas centrales o acuerdos. Entienda lo que realmente quiere su cliente.

LA ACTITUD COMO ELEMENTO FUNDAMENTAL

Vivimos en sociedad, entonces es importante preguntarse: ¿cómo hacer que no nos afecte la actitud del otro? y mejor aún, ¿cómo no afectar negativamente al compañero o al cliente?

En las empresas es muy común encontrarse con “el virus de la actitud” que puede causar muchos daños en la productividad de un equipo de trabajo.

Estas son algunas de las personas que se pueden identificar donde existe este tipo de virus:

- El alterado
- El perfeccionista
- El resistente al cambio
- El “ese no es mi trabajo”
- El esparcidor de rumores
- El no comprometido
- El pesimista

Una actitud saludable está relacionada con la productividad y el buen trabajo en equipo, por eso cuando existe el llamado “virus de la actitud”, hay que reconocer el problema y hacer todo lo posible por mejorarlo.

¡El Servicio al Cliente es un engranaje al que cada quien, desde su quehacer, aporta!

¿SU OBJETIVO ES VENDER O ARRENDAR A TODA COSTA?

En muchas ocasiones un vendedor no logra cerrar un negocio, pero esto no quiere decir que haya hecho mal su trabajo. La idea es crear relaciones duraderas, hacer que el cliente quede satisfecho.

Por lo tanto, se debe:

1. Tomar el servicio como estado de conciencia.
2. Buscar oportunidades para servir o mejor aún, estar listo para cuando estas se presenten.
3. Entrenar la sensibilidad. Dedicarse a observar.
4. Atraer - motivar - inspirar - fidelizar.

Además según la “Ley de los 6 Grados de Separación”, cualquiera en la tierra puede estar conectado a cualquier otra persona del planeta a través de una

cadena de conocidos que no tiene más de cinco intermediarios (conectando a ambas personas con sólo seis enlaces).

Entonces cabe preguntarse, ¿qué percepción tienen sus clientes de usted y de su empresa? Se debe de tener una marca personal.

- Una correcta atención y un buen trato al cliente es el inicio de una relación con la empresa, así que es importante:
 1. Una orientación total al cliente.
 2. El uso de la satisfacción del empleado como generador de satisfacción del cliente.
 3. Que lo llamen por el nombre, es música para los oídos del cliente.

PROTOCOLO

Para ofrecer un buen servicio en las ventas es necesario seguir una serie de pasos desde el ámbito personal, empresarial y comercial...

Protocolo personal: regula nuestro comportamiento tanto dentro, como fuera de la empresa.

- La imagen y la higiene personal son fundamentales e importantes en la carta de presentación.
- Es necesario proyectar una imagen profesional que genere confianza ante el cliente. Una mala imagen puede cerrar puertas.
- El cuerpo y la imagen también hablan (La comunicación no verbal)
- Dentro de la imagen el vestuario es un aspecto que hay que cuidar, por lo tanto se debe tener en cuenta:
 1. No usar vestuario llamativo: escotes, minifaldas, ropa muy ceñida al cuerpo.
 2. Zapatos: en buen estado, siempre deben estar limpios.
 3. La corbata va hasta la correa.
 4. El cuello de la camisa debe estar en buen estado, no debe de estar amarillo, arrugado o roto.
 5. Las medias del mismo color del pantalón o de los zapatos.
 6. Camiseta blanca por debajo.
 7. Usar accesorios de acuerdo a la ocasión: reloj, anillo, cadena o pulsera discreta.

- Es probable que se presenten reuniones o encuentros de negocios donde debemos aplicar la etiqueta en la mesa, así que debemos recordar estos 5 tips:
 1. Pedir permiso antes de levantarse de la mesa.
 2. Los cubiertos se deben llevar a la boca.
 3. No usar la servilleta como babero.
 4. Llamar al mesero a través del contacto visual o levantando sutilmente la mano, no aplaudir.
 5. No hablar con la boca llena.

Protocolo empresarial: regula las interacciones con el equipo y demás integrantes de la empresa. El propósito es mantener o aportar a un buen clima laboral.

- La manera en que nos relacionamos con nuestros compañeros se reflejará en la relación con los clientes.
- Se deben evitar las discusiones, críticas destructivas y hacer comentarios que no aportan.
- Hay que controlar el temperamento, ser cordial.

Protocolo comercial: son las normas que regulan el comportamiento con el cliente con el propósito de mantener las buenas relaciones.

- Entrada y recibimiento del cliente.
- Identificación de necesidades del cliente.
- Argumentación basada en beneficios.
- El saludo y la cortesía:
 1. Saludo viene de la palabra salud y significa desear buena salud.
 2. Amabilidad y respeto.
 3. Orden en el puesto de trabajo.
 4. Apretón de manos.
 5. La primera impresión es crucial.
 6. Tú o usted.
 7. Mantenga contacto visual.

ETIQUETA Y CORTESÍA DEL PROFESIONAL DE BIENES RAICES

- **Prepararse para mostrar el inmueble**
 1. Lea toda la información y anotaciones referentes al inmueble antes de ir a mostrarlo.
 2. Dar direcciones con nomenclatura y explicar la ruta más fácil para llegar al destino.
 3. Si ha hecho una cita con varios días de anticipación, confirme el día antes.

4. Instruya a la persona que está ofreciendo el inmueble, si lo habita, que preferiblemente no esté durante la cita, o si está presente dele indicaciones para que no interrumpa o de información innecesaria que pueda estropear el negocio.

- **Al momento de mostrar el inmueble**

1. Entregue su tarjeta de presentación.
2. Si lleva un lapicero, asegúrese de que sirva y utilice modelos sobrios.
3. Si va a mostrar un inmueble ocupado, siempre anunciarse.
4. Si hay ocupantes, pedir permiso para usar los baños.
5. Si el vendedor no está en el inmueble, deje todo como se encontró (luces apagadas, ventiladores, cortinas, persianas).
6. No permita que nadie coma, tome, fume, bote basura o traiga mascotas al inmueble.
7. Absténgase de hacer comentarios negativos de la propiedad o el vecindario.
8. Si nota irregularidad en el inmueble o en la información, repórtelos.
9. Chequee que todo quede bien cerrado al salir.

EL PROTOCOLO Y LA RED

Así como existen normas de ética y buenos modales, en internet también existe ese conjunto de reglas...se llama NETIQUETA y ésta se debe aplicar en el envío de correos electrónicos porque también se convierten en un medio para comunicar quiénes somos.

- **En los correos electrónicos...**

1. El asunto debe simplificar el objetivo del email.
2. El saludo debe ser atemporal. Se recomiendan saludos como: Querido..., Estimado..., Buen día...
3. Evita enviar mensajes tan largos, ya que esto resulta tedioso.
4. Evita enviar correos electrónicos en las horas de la noche o muy temprano.
5. El email necesita una despedida.
6. Antes de enviar el correo, tómate el tiempo de leerlo para revisar que todo esté bien.
7. Sé sumamente cuidadoso con la ortografía, ya que es tu carta de presentación.
8. Si es urgente, confirma su llegada con una llamada.
9. Haga uso siempre del correo corporativo.
10. Cuando envíe documentación, hacerlo en formato no editable (PDF, JPG)
11. Mira el tono de lo que escribes.

12. Evita emoticones. Si va de acuerdo con la cultura organizacional, utilízalos cuando sea estrictamente necesario y sólo uno.
13. No grite. Los mensajes con letras mayúsculas son difíciles de leer y resultan irritantes.

DECÁLOGO DEL SÚPER VENDEDOR

1. Indague con el cliente el tipo de comunicación que prefiere, para saber el nivel tecnológico y manejar la relación de acuerdo a ello.
2. No postergue citas, reuniones o encuentros. No deje las cosas para después.
3. Llegue puntual a los encuentros.
4. Nunca muestre prisa al cliente.
5. Apague su celular o póngalo en modo “silencio”.
6. Si está en una comida de negocios, evite las bebidas alcohólicas.
7. Invierta suficiente tiempo para recibir retroalimentación del cliente.
8. Despídase siempre de mano y evite los besos.
9. Prometa solo lo que pueda cumplir.
10. No le diga a los clientes lo que piensa, dígales lo que usted sabe con certeza. No especule.

¡El saludo, la mirada y hasta una sonrisa pueden decir más que mil palabras!

**Usted es lo que escribe, habla, proyecta y actúa.
Todo esto indica el tipo de persona que es.**

Paola Rueda López
Socia Directora
ECO - SciTech
Inteligencia Competitiva
paola.rueda@agenciastm.com
Móvil: (57) 315 498-60-23
Twitter: @paolaruedalopez
www.agenciastm.com