

CONVERSANDO CON CLIENTES

CÓMO CONSTRUIR RELACIONES POSITIVAS CON EL CLIENTE A TRAVÉS DE CONVERSACIONES

Este documento describirá qué tipo de conversaciones debe y no debe tener con los clientes que atiende. Es decir, qué tipo de conversaciones mejoran la experiencia de nuestros clientes y qué conversaciones prefieren que los clientes no participen. Esta capacitación tiene como objetivo no solo mejorar la experiencia del cliente, sino también su experiencia como limpiador. Seguir este protocolo debería ayudarlo a establecer relaciones positivas con los clientes que atiende.

TENER CONVERSACIONES CON CLIENTES

Al conversar con un cliente, respete las siguientes pautas ...

Qué (de qué hablar o no hablar)

De qué hablar:

- Se le recomienda que discuta con los clientes cualquier tema que lo ayude a establecer una conexión o encontrar puntos en común con el cliente o los miembros de la familia del cliente. A menudo, esto incluirá cualquier cosa que tenga en común con el cliente, como intereses, pasatiempos, lugares que ha viajado, cosas que ha hecho, experiencias recientes o pasivas o neutrales. Esencialmente, cualquier tema que pueda conectarlo con el cliente en apositiveway.

De qué no hablar:

- Aunque queremos que se conecte con el cliente, queremos que lo haga de manera positiva. Evite temas que puedan hacer que el cliente se sienta incómodo, como los problemas personales de su familia o los problemas familiares de otras personas en la empresa. **Si bien alentamos a conocer a los clientes y les permitimos que lo conozcan, desalentamos en gran medida hablar sobre asuntos personales de la familia.**
- Además, **nunca inicie temas en torno a la religión o la política.** En Anderson Express Cleaners, somos políticos y religiosos neutrales. Si un cliente inicia una conversación con usted sobre política o religión, intente permanecer positivo y neutral. **Nunca menosprecies ninguna religión o punto de vista político.**

Quien (tenga en cuenta sus conversaciones sobre estas personas)

Sea particularmente cauteloso y constructivo cuando hable con los clientes sobre usted, su familia, otros asociados o líderes de nuestra compañía, o las familias de otros en nuestra compañía.

Cuando (específicamente, cuando recibe un teléfono de emergencia o cuando un cliente confía en usted)

Cuando tiene que tomar una llamada de emergencia y no puede esperar hasta después de su limpieza, llévela en privado, ya sea afuera o en su automóvil. Es posible que desee explicarle al cliente que es una llamada de emergencia si él o ella está en la habitación. Si el cliente pregunta por su llamada de emergencia, asegúrele que todo está bien y simplemente explique la naturaleza de la llamada (por ejemplo, "fue una llamada familiar", "fue una llamada de trabajo", etc.). No entre en demasiados detalles acerca de la llamada, ya que es probable que el cliente no aprecie que lo haga.

Cuando un cliente confía en usted sobre su vida personal (especialmente si siente que la confianza personal lo pone en una posición difícil o en un conflicto de intereses), simplemente escuche al cliente con empatía abierta. Escuche con empatía, pero asegúrese de permanecer siempre neutral; Mantén tus opiniones y sugerencias para ti mismo. Escuchar con empatía y neutralidad lo protegerá de los conflictos, pero le ayudará a fomentar su relación con el cliente. Cuando un cliente hable durante demasiado tiempo, simplemente siga escuchando mientras limpia; el cliente comprenderá y apreciará que intente cumplir con el horario y escuche activamente con empatía.

Como (como tener una conversación positiva con un cliente)

Sea consciente de hablar demasiado o de ofrecer demasiada información a un cliente.

Haga esto leyendo el lenguaje corporal del cliente: si el lenguaje corporal del cliente indica que tiene prisa, está distante o no le interesa, tendrá que terminar de hablar, continuar con la limpieza y dejar que o ella inicia una futura conversación.

Si el lenguaje corporal de un cliente está activo, presente y muestra interés, puede seguir conversando con él o ella (siempre que no esté en la lista mencionada de cosas de las que no debería hablar). **Asegúrese de seguir limpiando mientras habla para no atrasarse en su horario.**

Por Qué (por qué nuestras conversaciones con los clientes son tan importantes)

Queremos brindarles a nuestros clientes una experiencia positiva, y una experiencia positiva incluye más que un hogar limpio. Nuestras interacciones con nuestros clientes también afectan su experiencia con los limpiadores Anderson Express.

Ya que somos huéspedes en sus hogares y en sus vidas personales, los clientes son particularmente sensibles a nuestras interacciones con ellos. Debido a esto, pueden sentir fácilmente nuestra presencia como intrusiva.

Tener conversaciones negativas con los clientes hará que se sientan incómodos, entrometidos, inseguros y disgustados con nuestros servicios. Además, afectará tu relación personal con ellos. Cuando tenga una relación negativa con un cliente, su experiencia en el trabajo será negativa y su satisfacción laboral disminuirá.

Tener relaciones positivas con los clientes les ayudará a tener una experiencia mucho más positiva en nuestra empresa. También mejorará su relación con ellos, lo que mejorará su experiencia en el trabajo y su satisfacción laboral. También podremos mejorar la retención de nuestros clientes, y será más probable que obtengamos nuevas referencias de clientes (proporcionándoles a usted y sus compañeros de trabajo más oportunidades de trabajo, si lo desea).