



Compromiso
de Calidad Turística

Módulo 9

Claves de la atención al cliente. Atención presencial.

Este material formativo forma parte del Sistema Integral de Calidad Turística Española en Destinos ([SICTED](#)) de la [Secretaría de Estado de Turismo de España](#) y se distribuye bajo una [licencia de Creative Commons Reconocimiento-Compartir Igual 4.0 Internacional](#).



SECRETARÍA DE ESTADO
DE TURISMO

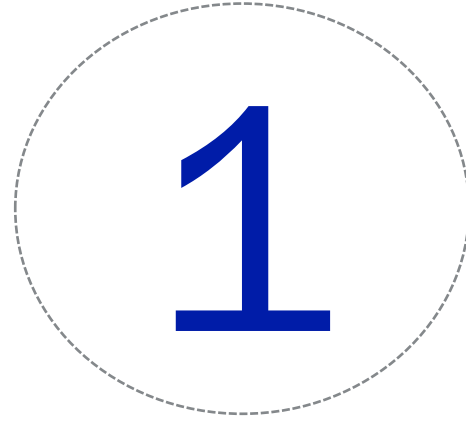


26-05-2021

Índice

- Objetivos
- Beneficios
- Conocer al cliente
- Pautas generales de atención al cliente
- Gestión de clientes difíciles
- Clientes con necesidades especiales
- Casos prácticos
- Conclusiones





Objetivos



1 Objetivos

El objetivo del módulo **Claves de la atención al cliente. Atención presencial** es:

- › Transmitir la importancia de una adecuada atención al cliente.
- › Identificar los diversos tipos de clientela.
- › Dar a conocer las pautas básicas para gestionar la relación con los clientes de manera presencial y adaptar nuestra atención a sus necesidades.
- › Reconocer a un cliente difícil y pautas especiales para atenderle.



Beneficios



2 Beneficios

Los beneficios que percibe el cliente en las empresas/servicios turísticos que aplican los conocimientos del presente módulo de **Claves de la atención al cliente. Atención presencial**, son:

- › Que la empresa tiene pautas para identificar y tratar de manera eficaz a diferentes tipos de clientes.
- › Que la empresa dispone de herramientas para interactuar con clientes difíciles.



Conocer al cliente



3. Conocer al cliente

Todos los clientes son diferentes y les mueven expectativas y motivaciones diferentes que los hacen únicos.

Pese a ello, se puede agrupar a los clientes en diversas tipologías para estudiar sus comportamientos y reacciones y definir una pauta base de atención al cliente.

3. Conocer al cliente

Tipología de clientes

Los clientes pueden ser categorizados en función de diferentes criterios: religión, edad, nacionalidad, estatus, estado de ánimo, motivación, etc.

Entre los criterios más comunes destacan:

- **Actitudes**
- **Características intrínsecas al cliente**

3. Conocer al cliente

3.1 Tipología de clientes. Actitudes

En función de sus actitudes, un cliente puede ser:

- Objetivo
- Afable
- Grosero
- Taciturno
- Pretencioso
- Indeciso

3. Conocer al cliente

3.1. Tipología de clientes. Actitudes

En función de sus actitudes, un cliente puede ser:

INTERLOCUTOR	DESCRIPCIÓN	CONTACTO NORMAL	CONTACTO DIFÍCIL
OBJETIVO	Pocas palabras Va al grano Da datos precisos Sabe y conoce lo que quiere	Preguntas precisas Preguntas bien formuladas	Deje hablar Respuestas precisas Solución rápida Dar idea de actividad
AFABLE	Habla mucho Sonríe Trato agradable Acepta soluciones	Preguntas adecuadas para devolverlo al tema	Mantener la iniciativa Obtener rápidamente la información Evitar caer en su tema de conversación

3. Conocer al cliente

3.1. Tipología de clientes. Actitudes

En función de sus actitudes un cliente puede ser:

INTERLOCUTOR	DESCRIPCIÓN	CONTACTO NORMAL	CONTACTO DIFÍCIL
GROSERO	Grita Exige desde el principio con malos modos	Silencio, dejar que se desahogue Calma, mostrarle el contraste siendo amable Hablar bajo, con amabilidad	Hacer reflexionar Rogar que se calme Concretar su objetivo Ofrecer ventajas extra Presionar para que acepte la solución Si lo pide, dar el nombre
TACITURNO	Reservado Inseguro No habla o lo hace en voz baja	Muchas preguntas Concretas Cerradas	No dejar nada de su mano Dar explicaciones precisas Transmitirle seguridad, paciencia

3. Conocer al cliente

3.1. Tipología de clientes. Actitudes

En función de sus actitudes un cliente puede ser:

INTERLOCUTOR	DESCRIPCIÓN	CONTACTO NORMAL	CONTACTO DIFÍCIL
PRETENCIOSO	Lo sabe todo No deja hablar No acepta explicaciones Impone su criterio	Dejarle hablar y no contradecirle Aparentar que la solución viene de él	Hacerle reflexionar Concretar su objetivo o alternativa Ofrecerle todo lo factible Presionar para que acepte la solución
INDECISO	No sabe qué hacer Inseguro Confundido	Descubrir su objetivo Dar información escueta y clara	No dejar nada de su mano Explicaciones precisas (sin riqueza de detalles) Transmitir seguridad, paciencia

3. Conocer al cliente

3.2 Tipología de clientes. Características intrínsecas al cliente

Pueden ser múltiples y variadas, entre las que destacan:

- Características culturales: occidental, oriental, etc.
- Grupos familiares
- Edad del cliente
- Negocio / ocio
- Etc.



Pautas generales de atención presencial al cliente

4. Pautas generales de atención presencial al cliente

4.1 La relación con el cliente

LA INTERACCIÓN CON EL CLIENTE VIENE DADA POR **DOS VARIABLES:**

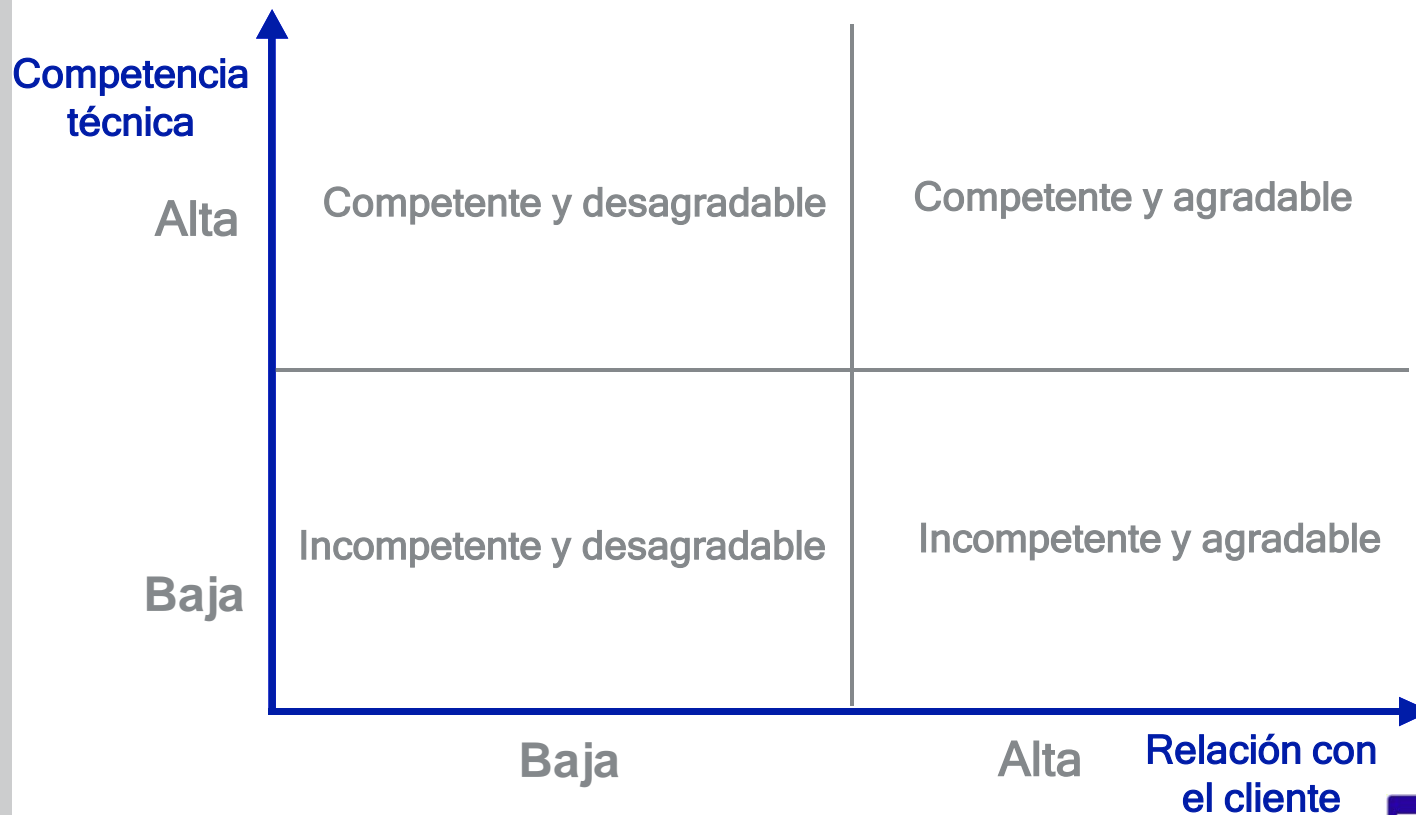
OPERATIVA Y CONOCIMIENTOS: Conjunto de procedimientos, fases, medios y competencia técnica que utilizamos para prestar el servicio al cliente y/o entregarle nuestros productos.

RELACIÓN CON EL CLIENTE: Las conductas que emitimos para relacionarnos con el cliente, lo que decimos y cómo se lo decimos y, en general, qué tipo de relación se mantiene con él.

4. Pautas generales de atención presencial al cliente

4.1 La relación con el cliente

La conjunción de estas dos variables da lugar a la siguiente matriz:



4. Pautas generales de atención presencial al cliente

4.1 La relación con el cliente

**EL CLIENTE SE CONVIERTE EN EL
PUNTO MÁS IMPORTANTE PARA QUE LA
EMPRESA CUMPLA CON SU OBJETIVO**

4. Pautas generales de atención presencial al cliente

4.2 Fases de la interacción presencial con el cliente

La interacción con el cliente se articula en 4 fases:



4. Pautas generales de atención presencial al cliente

4.2 Fases de la interacción presencial con el cliente

4.2.1 La acogida. Aspectos a tener en cuenta:

LA ACOGIDA

- Atender sin demora
- Saludar
- Presentarse
- Sonreír
- Mostrarse accesible

Importante: Crear un clima de confianza

4. Pautas generales de atención presencial al cliente

4.2 Fases de la interacción presencial con el cliente

4.2.2 El trato continuado. Aspectos a tener en cuenta:

EL TRATO CONTINUADO

- Escuchar
- Preguntar
- Reformular
- Transmitir con claridad
- Resolver con agilidad
- Personalizar

Importante: Resolver con agilidad

4. Pautas generales de atención presencial al cliente

4.2 Fases de la interacción presencial con el cliente

4.2.3 La comprobación. Aspectos a tener en cuenta:

LA COMPROBACIÓN

- Informar al cliente interno
- Informar al cliente externo
- Informar a los compañeros

Importante: Evitar rupturas y falta de información

4. Pautas generales de atención presencial al cliente

4.2 Fases de la interacción presencial con el cliente

4.2.4 La despedida. Aspectos a tener en cuenta:

LA DESPEDIDA

- Seguir interesados hasta el final
- Sintetizar
- Llamarle por su nombre (cuando se sepa)
- Saludar
- Sonreír

Importante: Estar disponible hasta el final

4. Pautas generales de atención presencial al cliente

4.3 Aspectos de la atención presencial al cliente

- Imagen
- Comunicación verbal
- Comunicación no verbal

4. Pautas generales de atención presencial al cliente

4.3. Aspectos de la atención presencial al cliente

4.3.1 Imagen

Tres aspectos a tener en cuenta:

- Señales corporativas: colores, formas, estilos, etc.
- Uniformidad.
- Imagen personal.

4. Pautas generales de atención presencial al cliente

4.3. Aspectos de la atención presencial al cliente

4.3.2 Comunicación verbal

Elementos que intervienen en la comunicación verbal:

- **La voz:** entonación, articulación
- **El lenguaje:** positivo, negativo
- **El silencio**

4. Pautas generales de atención presencial al cliente

4.3. Aspectos de la atención presencial al cliente

4.3.2 Comunicación verbal

Elementos que intervienen en la comunicación verbal. La voz.

- **La entonación:**
 - Utilizar un tono medio, no gritar ni susurrar.
 - Cambiar de tono para evitar transmitir monotonía.
 - Es importante adaptar el tono a las distintas circunstancias en la conversación.
- **La articulación:**
 - Es necesario vocalizar bien y no comerse las palabras.
 - La velocidad excesiva provoca ansiedad.
 - La lentitud provoca aburrimiento.

4. Pautas generales de atención presencial al cliente

4.3. Aspectos de la atención presencial al cliente

4.3.2 Comunicación verbal

Elementos que intervienen en la comunicación verbal. El lenguaje.

- **El lenguaje negativo.** Hay que evitar las siguientes expresiones:
- **Palabras negras:**
 - “¿Hay sitio?”
 - “No hay ningún problema” **NO**
 - “Hay suficientes habitaciones libres” **SÍ**
- **Negaciones:**
 - “¿Hay algún problema de disponibilidad?”
 - “No, de momento no hay problema” **NO**
 - “De momento hay disponibilidad” **SÍ**
- **Excesivamente familiares:** “Hola, ¿qué hay?”, “oye”...
- **Verbos coloquiales:** Ver, mirar, coger, buscar, poner, quitar...

4. Pautas generales de atención presencial al cliente

4.3. Aspectos de la atención presencial al cliente

4.3.2 Comunicación verbal

Elementos que intervienen en la comunicación verbal. El lenguaje.

- **El lenguaje negativo.** Hay que evitar las siguientes expresiones:
- **Excesivamente técnicas:**
 - “La mayoría tiene un plazo de 3 días para confirmar” NO
 - “Necesitan que dé su conformidad antes de 3 días” SÍ
- **Coletillas:**
 - “Bueno, esto..., a ver, en fin... pues...” NO
 - “En estos casos de pérdida de ropa de clientes...” SÍ
- **Expresiones dubitativas:**
 - “Puede ser que el comedor esté ya abierto” NO
 - “De momento Sr. están montando el comedor, si lo desea puede pasar a la cafetería” SÍ

4. Pautas generales de atención presencial al cliente

4.3. Aspectos de la atención presencial al cliente

4.3.2 Comunicación verbal

Elementos que intervienen en la comunicación verbal. El lenguaje.

- **El lenguaje positivo.** Utilizar el lenguaje positivo provoca ideas positivas:
- **Hablar en presente:**
 - “Yo le informaría si supiera algo” NO
 - “En cuanto recibamos alguna noticia le informamos” SÍ
- **Utilizar un vocabulario claro y preciso:** La palabrería provoca desconfianza.
- **Utilizar expresiones motoras:** Hacer dinámicas las frases: “ahora mismo”, “hoy”, “en breve” ...

4. Pautas generales de atención presencial al cliente

4.3. Aspectos de la atención presencial al cliente

4.3.2 Comunicación verbal

Elementos que intervienen en la comunicación verbal. El lenguaje.

- **El Silencio.** Sirve para demostrar al visitante que le estamos escuchando:
- **Positivo:**
 - Hacer preguntas si no se está seguro de haber entendido
 - No hablar demasiado
 - No terminar las frases del cliente
 - No interrumpir
 - Apoyarnos en expresiones como “Sí, le entiendo”, “por supuesto”...
- **Negativo:**
 - Abandonar al cliente sin dar explicaciones: Mantener un silencio prolongado mientras se gestiona su consulta, sin explicarle lo que se está haciendo para solventarla

4. Pautas generales de atención presencial al cliente

4.3. Aspectos de la atención presencial al cliente

4.3.2 Comunicación verbal

¿Qué hay que hacer para comunicar bien?

- Estudiar y conocer al interlocutor
- Observar el ambiente
- Ser educado y no perder nunca la calma
- Ser preciso
- Ser claro, concreto, decidido y estar preparado
- Saber reaccionar ante imprevistos
- Ser consciente de lo que ocurre en el entorno

4. Pautas generales de atención presencial al cliente

4.3. Aspectos de la atención presencial al cliente

4.3.3 Comunicación no verbal

Elementos de la comunicación no verbal:

- La mirada
- La sonrisa
- Los brazos y manos
- La cabeza y el tronco

4. Pautas generales de atención presencial al cliente

4.3. Aspectos de la atención presencial al cliente

4.3.3 Comunicación no verbal

Elementos de la comunicación no verbal. La mirada.

Cuando no existe mirada, la comunicación “se rompe”.

TIPOS DE MIRADA:

- **Mirada cálida y directa** (tipo “qué puedo hacer por usted”)
- **Mirada concentrada** (tipo “le escucho”, “le entiendo”)
- **Mirada desviada** (tipo “lo mismo es usted que otro visitante, no más”)
- **Mirada desafiante** (tipo “contésteme correctamente porque si no, no puedo hacer mi trabajo”)

El cliente solo acepta la ausencia de mirada cuando nuestra vista se dirige a la pantalla, a un listado o a cualquier otro elemento incluido en la realización eficaz de nuestro trabajo.

4. Pautas generales de atención presencial al cliente

4.3. Aspectos de la atención presencial al cliente

4.3.3 Comunicación no verbal

Elementos de la comunicación no verbal. La sonrisa.

TIPOS DE SONRISA:

- **Sonrisa cálida** (una pequeña sonrisa contenida)
- **Sonrisa abierta** (usada adecuadamente, permite reforzar el estilo colaborador)
- **Sonrisa forzada** (es mejor no sonreír)
- **Sonrisa desafiante** (implica un estilo despectivo y desafiante)

4. Pautas generales de atención presencial al cliente

4.3. Aspectos de la atención presencial al cliente

4.3.3 Comunicación no verbal

Elementos de la comunicación no verbal. Los brazos.

- **Brazos escondidos** (transmite lejanía, genera desconfianza)
- **Brazos cruzados sobre el tórax** (transmite lejanía, aburrimiento y cansancio, y actitud defensiva)
- **Brazos cruzados encima de la mesa** (transmite que no se tiene nada que hacer)
- **Brazos ligeramente extendidos en el mostrador** (es la situación ideal)

4. Pautas generales de atención presencial al cliente

4.3. Aspectos de la atención presencial al cliente

4.3.3 Comunicación no verbal

Elementos de la comunicación no verbal. Las manos.

- La situación ideal es mantenerlas ligeramente abiertas
- Se utilizan con eficacia en las siguientes situaciones:
 - Entrega, recogida de cualquier elemento
 - Mostrar determinados puntos

4. Pautas generales de atención presencial al cliente

4.3. Aspectos de la atención presencial al cliente

4.3.3 Comunicación no verbal

Elementos de la comunicación no verbal. La cabeza.

- **Cabeza acodada** (transmite aburrimiento, cansancio, desmotivación y desinterés)
- **Cabeza girada** (transmite rutina)
- **Cabeza erguida:**
 - Nos permite mirar directamente al visitante
 - Sonreírle
 - Cumplir con el estilo excelente

4. Pautas generales de atención presencial al cliente

4.4. Pautas para una comunicación excelente

- SONREÍR
- MIRAR AL CLIENTE A LOS OJOS
- UNA ACOGIDA CORRECTA
- EL TONO DE VOZ ADECUADO
- UTILIZAR FÓRMULAS DE AMABILIDAD
- ESCUCHAR Y DEMOSTRAR QUE SE ESCUCHA
- VIGILAR EL PARLOTEO
- PERSONALIZAR
- EL FINAL CORRECTO

5

Gestión de clientes difíciles

5. Gestión de clientes difíciles

5.1 ¿Qué es un cliente difícil?

Un cliente difícil es aquel que pone a prueba nuestra capacidad de adaptación. Un cliente difícil aporta tensión a nuestro trabajo en un momento determinado.

Cliente difícil = Reto / Oportunidad



5. Gestión de clientes difíciles

5.2 Por qué hay hoy más clientes difíciles

El cliente actual tiene:

- › Más información, a través de Internet.
- › Más experiencia, ha viajado más.
- › Más oportunidades para pasar el tiempo libre.
- › Más opiniones, y las comparte más.

Cada día es más difícil satisfacer al cliente dado que sus expectativas son más altas y personalizadas.

5. Gestión de clientes difíciles

5.2 Por qué hay hoy más clientes difíciles

Toda empresa y/o servicio tiene clientes difíciles; si somos capaces de satisfacer sus expectativas, estaremos asegurando la satisfacción del resto de los clientes.

Los clientes difíciles pueden formar parte de nuestros clientes clave, ya que sus aportaciones ponen en alerta nuestra calidad en el servicio.

Gestionar clientes difíciles es un oportunidad para mejorar nuestro negocio.

5. Gestión de clientes difíciles

5.3 Cómo identificar clientes difíciles

Un cliente difícil suele:

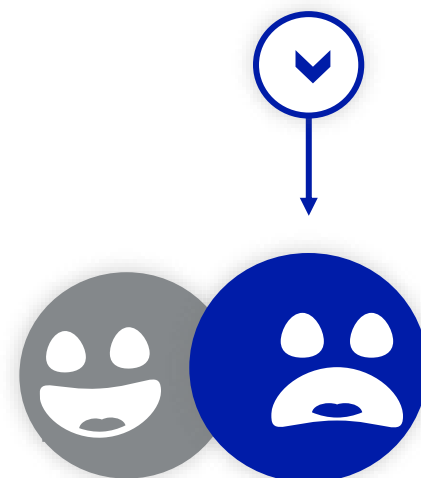
- › Utilizar quejas y reclamaciones para intentar satisfacer sus demandas no cumplidas.
- › Buscar el reconocimiento y la aceptación del error por parte del trabajador y/o la empresa o servicio.
- › Exigir un producto/servicio que se ajuste a sus expectativas en base a su experiencia y conocimiento.

5. Gestión de clientes difíciles

5.3 Cómo identificar clientes difíciles

Ciertas actitudes ayudan a identificar al cliente difícil y el estado en el que se encuentra frente al incidente:

- › Sinceridad.
- › Actitud defensiva.
- › Atención/concentración.
- › Desconfianza.
- › Tensión/frustración.
- › Confianza en sí mismo.

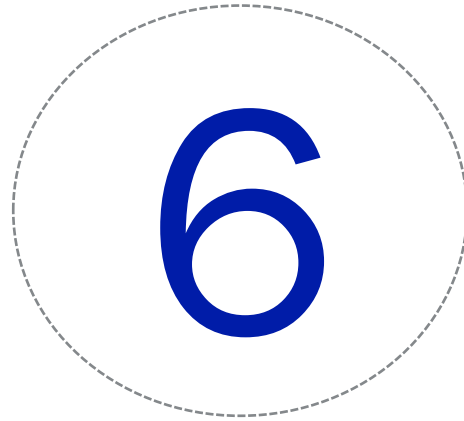


5. Gestión de clientes difíciles

5.4 Cómo actuar ante situaciones difíciles

Llegado el caso de un cliente difícil que genera una situación igualmente difícil, se propone seguir los siguientes pasos:

1. Cuidar la comunicación no verbal
2. Escuchar activamente
3. Admitir el error y pedir disculpas
4. Buscar una solución satisfactoria
5. Documentar el incidente



Cientes con necesidades especiales

6. Clientes con necesidades especiales

6.1 ¿Qué son los clientes con necesidades especiales?

Clientes que por su condición permanente o circunstancial se ven limitados para el ejercicio de algunas funciones o requieren de apoyos técnicos o humanos para ejecutarlas

6. Clientes con necesidades especiales

6.2 Tipologías de clientes con necesidades especiales

- **Diversidad biológica.** Capacidad física y/o intelectual (discapacidad), género, raza, edad...
- **Diversidad cultural.** Cultura, origen, idioma, nacionalidad, religión.
- **Diversidad personal.** Experiencias, carácter y personalidad, estilos de comunicación, prejuicios y modelos mentales, creencias religiosas/espirituales, valores personales...
- **Diversidad funcional, sensorial, intelectual.**
- Etc.

6. Clientes con necesidades especiales

6.3 Cómo tratarles. Pautas generales

- ✓ No subestimar
- ✓ Dejarles que hagan por sí mismos todo lo que puedan y no ayudarles nunca sin proponérselo antes
- ✓ Ayudar a la persona discretamente, con naturalidad y sin llamar la atención de las personas del entorno
- ✓ No dirigirse al acompañante
- ✓ Demostrar en todo momento comprensión y tolerancia
- ✓ Ser paciente con una persona a la que le cueste hablar o actuar
- ✓ Tratarla como a cualquier otra, con respeto pero no con condescendencia
- ✓ No tratarlos como niños
- ✓ No pronunciar frases compasivas sobre su estado



Casos prácticos

7. Caso práctico 1

Role-play sobre atención al cliente



7. Caso práctico 2

Análisis de la situación





8

Conclusiones

8 Conclusiones

- › Es conveniente conocer el tipo de cliente que tenemos para poder atenderle mejor.
- › Los clientes se pueden agrupar en muchas tipologías, entre las que destacan: en función de sus **actitudes** y en función de sus **motivaciones** o **necesidades**.
- › Para atender adecuadamente a un cliente se debe prestar atención a **la imagen, la comunicación verbal y la comunicación no verbal**.
- › La comunicación excelente se sustenta, sobre todo, en la sonrisa, el tono adecuado de voz, la buena acogida y cierre, en escuchar y demostrar que se escucha, ser amable, mirar a los ojos, hablar lo justo y ser amable.
- › Un cliente difícil es un reto/oportunidad para mejorar.
- › Una mala gestión de un cliente difícil puede provocar situaciones muy graves.
- › Los clientes con necesidades especiales tienen pautas específicas de atención.

www.calidadendestino.es

sicted@soportededestino.org



Compromiso
de **Calidad Turística**