

1. [El cliente](#)
2. [Las necesidades de los clientes](#)
3. [¿Por qué compran los clientes?](#)
4. [¿Cómo compran los clientes?](#)
5. [El departamento de Atención al cliente](#)
6. [El proceso de atención al cliente](#)
7. [El contacto con el público](#)

[En resumen](#)

1. El cliente



El cliente

Es aquel individuo que, mediante una transacción financiera, adquiere un producto o servicio de cualquier tipo para satisfacer sus necesidades mediante el uso o disfrute de este.

LOS ROLES EN EL PROCESO DE COMPRA

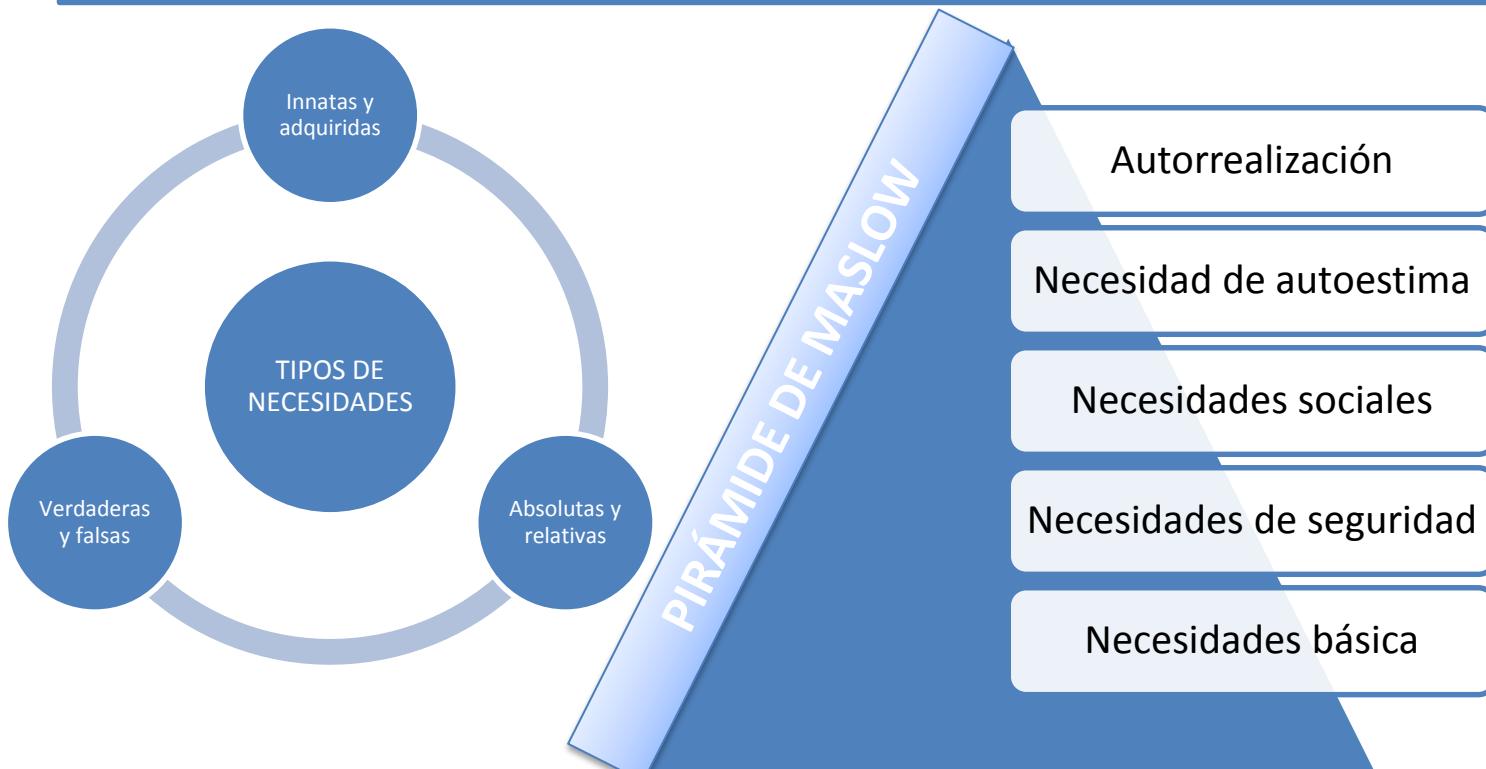
- Iniciador
- Prescriptor
- Decisor
- Comprador
- Usuario

TIPOS DE CLIENTES

- Clientes indecisos
- Clientes racionales
- Clientes decididos
- Clientes grupales

El proceso de compraventa

- En primer lugar surge la **NECESIDAD**
- Tras la necesidad surge el **DESEO**
- La satisfacción se lleva a cabo mediante la **DEMANDA**



3. ¿Por qué compran los clientes?

Las motivaciones del comprador

Ante la necesidad de satisfacer los deseos, el comprador tiene que estar motivado por alguna variables al acometer el proceso de compra





Los factores en la compra

El cliente ante la compra va a atender a una serie de factores que determinan qué va a adquirir y cuándo lo va a realizar

FACTORES INTERNOS

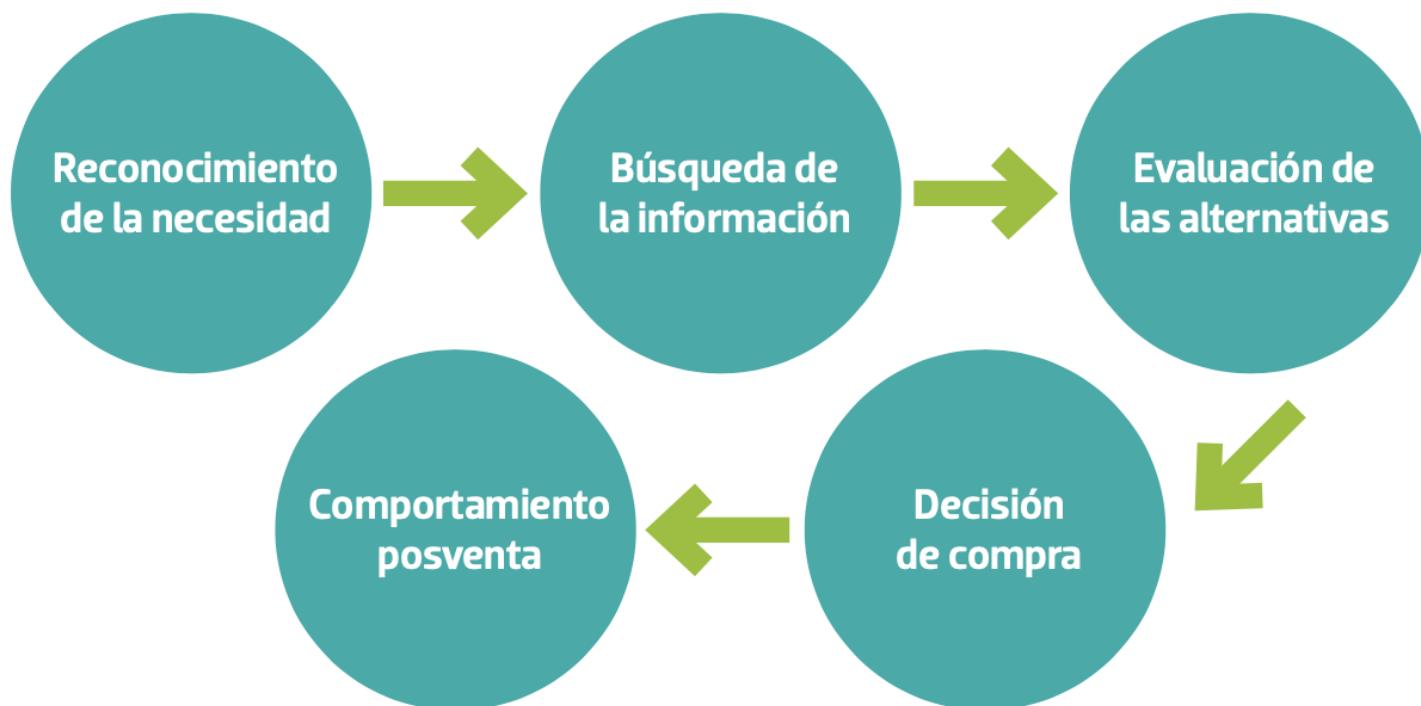
- Motivación
- Percepción
- Aprendizaje
- Estilo de vida

FACTORES EXTERNOS

- Cultura
- Grupo social
- Familia

El proceso de la compra

Es el conjunto de actividades que llevan a cabo las personas cuando tratan de comprar un producto y/o servicio





El departamento de Atención al cliente

Se encarga de observar el comportamiento del cliente, manteniendo una relación directa con él para, así, poder resolver dudas, reclamaciones o incidencias que puedan surgir.

FUNCIONES

- Gestión de la información comercial
- Atención de problemas
- Servicio posventa

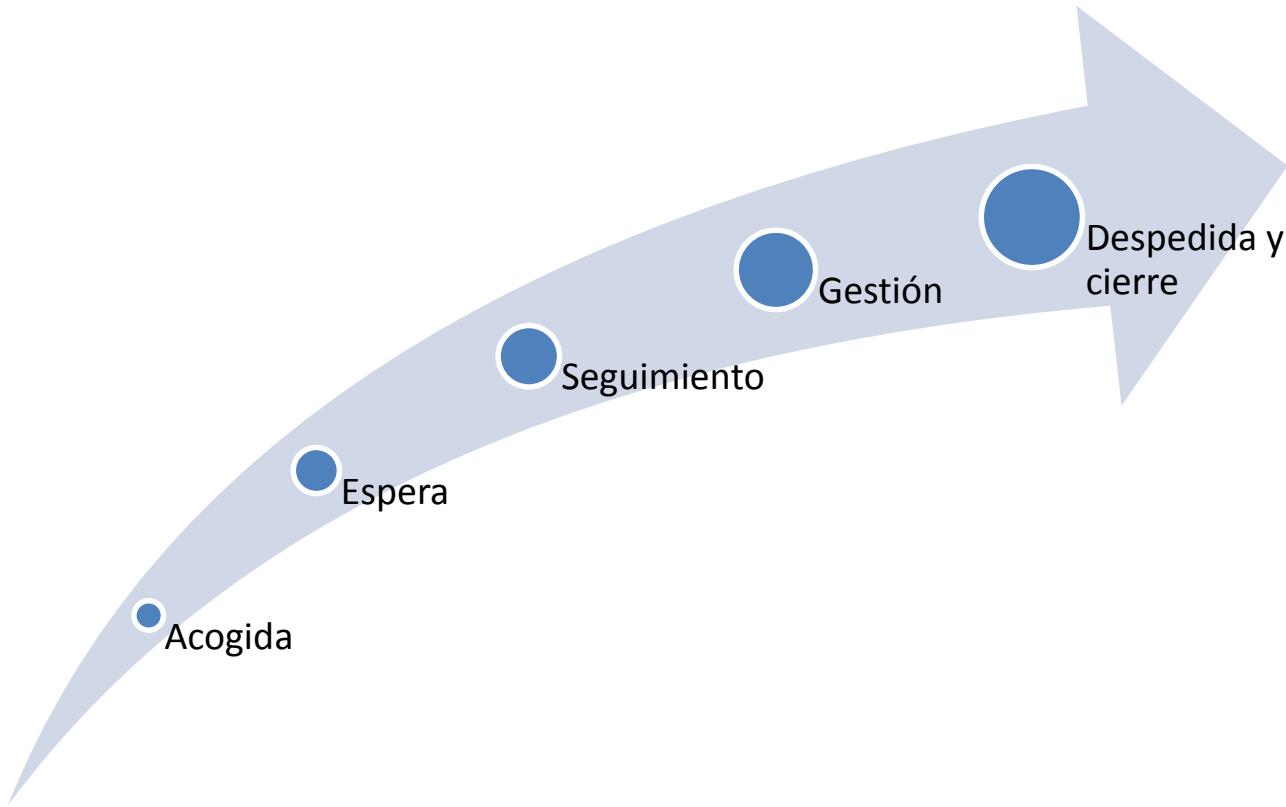
CALIDAD EN LA ATENCIÓN AL CLIENTE

- Buena relación interdepartamental
- Proceso rápido y fácil
- Atención telefónica gratuita y personal
- Prolongación de la experiencia positiva



El éxito de la atención al cliente

Radica en una buena comunicación por parte de la empresa y que el proceso comunicativo entre las partes sea efectivo y satisfactorio





El contacto con el público

Una atención al público de calidad puede suponer una gran ventaja competitiva. La fuerza de ventas y trabajadores que se encargan de la atención al público deben de cumplir con una serie de características.

Comprometerse a un servicio de calidad

Conocer el producto o servicio

Conocer a los clientes

Utilizar fórmulas de respeto y cortesía

Evitar la espera

Cumplir lo prometido

Confíe en el cliente

Lo importante es hacer clientes, no hacer ventas

Cerrar las ventas de una manera fácil

