



Blaque
III

IPRAM

Jenny Alejandra

Grómer Samayoa

Mayte Escobar

Mercadotecnia. III

Logo Admón.

Diagnosticar las
Causas de los Conflictos
Con los Demás

Tarea #2

23/07/24

Presentación.

Diagnosticar las causas de conflictos con los clientes, es un tema importante dentro de la empresa.

Diagnosticar las causas de los Conflictos con los Clientes...

1) Demociada Automatización...

Ha funcionado de maravilla para la industria de Servicio al cliente. Tiene el poder de agilizar los procesos, reducir costos y liberar agentes de chat para resolver problemas complejos para clientes de alto valor.

2) Largos tiempos de Espera...

La gente ahora espera que la comunicación sea instantánea y que los problemas se resuelvan rápido. Es importante responder rápidamente y evitar enviar a los clientes con diferentes miembros del equipo.

3) Personal Hostil...

Puede ser difícil no reflejar la ira o la frustración de un cliente, particularmente complicado, pero es importante que los agentes de chat mantengan un comportamiento tranquilo. Los clientes no son llevados cuando se tratan de compartir experiencias negativas con los representantes.

4) Negociación desordenada del Cliente...

La negociación de los clientes se vuelve más compleja a medida que la tecnología se desarrolla. Es vital planificar la negociación de los clientes y sus flujos de trabajo asociados para asegurarse de que está proporcionando la información que necesitan en cada etapa.

5) Atención post-venta...

Es fácil olvidar que los clientes aún necesitan incluso después de haber comprado de su producto o servicio. Sin embargo un proceso de post-venta deficiente puede hacer que los personas se sientan subestimadas e incluso hacer que busquen en otra parte la próxima vez que estén pensando en hacer una compra similar.

6) Problemas sin resolver...

A veces pasa: un cliente viene a ti con un problema tan complicado que realmente no tiene ni idea cómo resolverlo. Los clientes leales a menudo se pierden debido a este tiempo de experiencias frustradas. El personal bien capacitado y los procesos formales de escalamiento son cruciales cuando es necesario.

7) Descentralizar al Cliente...

Amenazado, el enfoque del equipo de administración puede dirigirse a aumentar las ventas en un lugar de explorar que se puede hacer para optimizar la experiencia del cliente.

8) Alguien más lo hace mejor...

En el mercado global de hoy, la competencia es feroz. Puede ser difícil mantenerse a la altura con la innovación constante que surge de los nuevos participantes, pero una cosa sobre la que su negocio tiene es el servicio al cliente.

9) Perder la empatía...

El personal debe estar capacitado para apropiarse de clientes individuales o grupales. Cuando esto sucede los clientes pueden desarrollar una conexión con el agente de chat.

10) No valorar al Cliente...

A medida que la lealtad se vuelve más digital de comprar, las grandes experiencias de servicio al cliente que superan las expectativas son cada vez más importantes. Haga que sus clientes se alejen de la interacción sintiéndose satisfechos con el resultado.

Criterio.

Es muy importante tener en cuenta cada una de estas cosas para no tener problemas en nuestra empresa.