

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	9
CAPÍTULO 1.	
LA EMPRESA	15
1.1. Qué percibe el cliente de nuestra empresa	17
1.2. La imagen	18
1.2.1. Imagen objetiva	19
1.2.2. Imagen subjetiva	19
1.3. Calidad del servicio	20
1.3.1. Los cinco elementos de la atención al cliente	21
1.4. Atención al cliente	22
1.4.1. El cliente	22
1.4.2. Escala de valoración que el cliente hace cuando se acerca a nosotros	23
1.4.3. El cliente del siglo XXI	25
1.5. Ejercicio	26
CAPÍTULO 2.	
LA IMAGEN PROFESIONAL EN LA ATENCIÓN TELEFÓNICA	29
2.1. Competencias profesionales	31
2.2. Competencias emocionales	32
2.3. Actitudes y motivación	35
2.4. Cuestionario	40

CAPÍTULO 3.

EL PROCESO DE LA COMUNICACIÓN	43
3.1. Elementos de la comunicación	45
3.2. Factores que refuerzan la comunicación	45
3.3. Barreras de la comunicación	46
3.4. Analicemos un ejemplo de distorsión de una comunicación	46
3.5. Habilidades de comunicación	48
3.6. Ejercicio	51

CAPÍTULO 4.

LA COMUNICACIÓN TELEFÓNICA	55
4.1. El teléfono como herramienta de comunicación	57
4.1.1. El proceso de la comunicación telefónica	60
4.1.2. Ventajas e inconvenientes	62
4.2. Componentes de la comunicación telefónica	63
4.2.1. La voz	63
4.2.2. Los tonos	64
4.2.3. El lenguaje	65
4.2.4. El silencio	66
4.2.5. La sonrisa	67
4.3. Proceso en la recepción / emisión de llamadas	68
4.4. Ofrecer una imagen positiva a través del teléfono	71
4.5. El contestador automático, el teléfono móvil	74
4.6. Cuestionarios de evaluación	79

CAPÍTULO 5.	
LA ATENCIÓN AL CLIENTE	83
5.1. Los clientes	85
5.2. Las Reglas del Buen Servicio	91
5.3. Gestión de quejas y reclamaciones	93
5.3.1. Las reclamaciones / las quejas	94
5.3.2. Atención e intención	97
5.3.3. Las objeciones	98
5.3.4. Técnicas para rebatir objeciones	98
5.3.5. Saber argumentar	100
5.3.6. Las palabras	100
5.3.7. Ejercicio	103
 CAPÍTULO 6.	
UNA REFLEXIÓN PARA TERMINAR	107
 CAPÍTULO 7.	
UNA PRUEBA FINAL	111
 CAPÍTULO 8.	
SOLUCIONES A LOS EJERCICIOS	119