

Trabajar con personas es una labor compleja; habrá ocasiones en las que las cosas no salgan como nosotros lo planeamos y de pronto llegan las quejas, los gritos y hasta las discusiones. Hay a quienes la situación termina por salirse de control y para otras personas al parecer es un don el “arreglar” conflictos.

En este tema te daremos cuatro puntos importantísimos para solucionar de la mejor manera posible esas situaciones que nadie quiere que aparezcan; se le conoce como proceso CEDA; es un acrónimo.

Calmarlo, escucharlo: primero se “maneja” a la persona y después el asunto. La técnica de interrogación es una buena manera de hacerlo. Se trata de pedirle sinceramente al cliente que explique su problema en detalle, sin emitir juicio alguno. Usa preguntas de seguimiento para obtener una imagen clara de la situación.

Esta sencilla técnica mata dos pájaros de un tiro. En primer lugar, ser escuchado activamente hará que el cliente se sienta tomado en serio. Esto, por sí solo, reducirá su estado de ánimo combativo.

En segundo lugar, el acto de hablar y explicar redirige la mente de tu cliente a un estado racional. No es posible comunicarse con precisión cuando se está enardecido; tu cliente se calmará automáticamente mientras da una explicación.

Empatizar: ¿empatía? Ponerse en los zapatos del otro, en este caso del cliente. En algunas ocasiones ni el mismo cliente tiene conciencia de lo que necesita o desea. Algunas veces porque su estado emocional no se lo permite, o porque no lo sabe en realidad. En estos

casos el acto de empatía radica en poder identificar por nuestros propios medios dichos requerimientos y orientar de mejor manera posible a un cliente.

Hay que reconocer el estado emocional del cliente. Esto significa lograr comprender, cuál emoción está presente en el cliente. Tiene odio, frustración, temor, enojo, felicidad, etc. Para lograr ello el servidor de la empresa deberá preguntarse a sí mismo: “qué estará pasando en la mente de este cliente” o “porque se comporta así”.

Disculpase: un representante de servicio al cliente es la cara de la compañía. Cuando habla, lo hace como un representante de la empresa. Así que, si tú estuviste involucrado o no en lo que causó la incomodidad del cliente, es un asunto irrelevante. Si el cliente no escucha una disculpa tuya, no la escuchará de nadie.

¿Esto significa que siempre debes disculparte con cualquier cliente enojado? Sí, pero con una nota importante.

Un cliente puede estar enojado porque tu empresa cometió un error. En ese caso, lo correcto es dar una disculpa en nombre de la empresa. Pero a veces, la ira del cliente está fuera de lugar. Un cliente puede estar furioso porque su nuevo smartphone no sobrevivió un viaje a la lavadora. Sin embargo, es obvio que esto no es culpa de la compañía. En este caso, una disculpa podría ser así:

Lamento el hecho de que tu teléfono haya dejado de funcionar. Puedo entender que estés molesto.

Te disculpas por la situación, pero no aceptas la culpa.

Actuar: una vez resueltos los puntos anteriores; ¡Manos a la obra! Se debe llevar a cabo los puntos prometidos durante tu trato con el cliente. Por ello es de suma importancia, no prometer cosas que no puedan cumplirse y más si hablamos de entrega de mercancía o algún servicio.

Iría muy bien que, una vez finalizada la charla con el cliente, envíes un email reiterando los puntos acordados. Y lo más importante, recordarle que estás para ayudarlo.

Referencia:

Userlike, P. (2018). Cómo tratar con clientes enojados. 4 consejos de psicología. Recuperado de:

<https://www.userlike.com/es/blog/clientes-enojados>