

Comunicación Telefónica

Es muy usual que las organizaciones empleen el teléfono para comunicarse con el cliente, así que para atender una llamada con el cliente se debe pasar por las siguientes fases:

Acogida



Sondeo



Confirmación



Asesoramiento



Despedida



(Gago Muñiz, 2017)



Comunicación Telefónica

A continuación se explica cada una de las fases:

1. **Saludo o acogida.** En esta primera fase es sumamente importante ser cordial y amable con el cliente para generar una excelente primera impresión.
2. **Sondeo.** Aquí se concentra en las necesidades del cliente y como es que se pueden solventar.
3. **Confirmación.** Se da el entendimiento acerca de lo que requiere y con nuestras palabras le explicamos al cliente su problemática para poder comprender si se ha captado correctamente la información.
4. **Asesoramiento.** Ya que se confirmó la necesidad principal del cliente, aquí; se le guía para exponerle las diferentes soluciones, información o propuestas.
5. **Despedida.** Se debe garantizar que el cliente se vaya con la mejor impresión de quien lo atendió y de la organización y/o empresa, para que siga adquiriendo los servicios (ya sea para comprar o contratar) que ofrece la empresa.



Comunicación Telefónica

Reglas al hablar por teléfono

Tono y volumen de la voz Nuestro tono de voz debe tener un volumen adecuado, ni muy alto ni muy bajo, para llegar a la persona que está detrás de la línea.

Velocidad al hablar No debemos hablar ni demasiado lento (que aburriríamos), ni demasiado rápido, porque el cliente no nos entendería. Ésta es una regla básica de cualquier comunicación oral.

Vocalización Es muy importante la correcta vocalización y si, además tenemos que comunicar al cliente alguna información complicada de escribir, debemos deletrearla. Al igual que ellos nos dan alguna palabra, debemos pedirle que nos la deletree.

Mostrar seguridad Hay que mostrar siempre seguridad al teléfono y eso se consigue no mostrándose dubitativo ante la queja o consulta que el cliente nos pueda hacer.

Escuchar al cliente Se debe de escuchar al cliente y no interrumpirlo (sólo en el caso de que se extendiera demasiado).

Ser breves El teléfono no es para largas conversaciones, pues aburriríamos al cliente al que hemos llamado (para vender, por ejemplo) o que nos ha llamado.

Comunicación Telefónica

Referencia

Gago Muñiz, M. (10 de 2017). *Manual. Comunicación, asertividad y escucha activa en la empresa*. Recuperado el 26 de 09 de 2018, de [books.google.com.mx:
https://books.google.com.mx/books/about/Manual_Comunicaci%C3%B3n_asertividad_y_escuc.html?id=LuxCDwAAQBAJ&redir_esc=y](https://books.google.com.mx/books/about/Manual_Comunicaci%C3%B3n_asertividad_y_escuc.html?id=LuxCDwAAQBAJ&redir_esc=y)

