

SOLUCIONES

Fundamentos de comunicación y fidelización con el cliente



COMT045PO



Servicios
socioculturales y
a la comunidad



14 horas de
formación

editorial **cep**



**SOLUCIONES
TEST**

Soluciones Tema 1

El cliente

1. c) Clientes calientes
2. a) Grupos de disonancia
3. d) De marketing
4. c) De autorrealización
5. b) General objetivo

Soluciones Tema 2

Fidelización

1. b) Descuentos
2. a) Especies
3. a) Que recomiendan el uso de un producto o servicio
4. a) Deseado
5. a) Con una comunicación masiva

Soluciones Tema 3


El proceso de comunicación con el cliente

1. c) Se puede ir adaptando el mensaje
2. d) El paralenguaje
3. a) Feedback
4. c) Regulador
5. b) Técnica del disco rayado

Soluciones Tema 4

Situaciones conflictivas

1. b) Decir no a las peticiones que no le podemos dar, sin miedo
2. c) El cliente acabará insatisfecho, pudiéndose ir a la competencia
3. c) Porque la empresa cometa un error o el cliente esté equivocado
4. b) Nunca debemos ser nosotros agresivos
5. b) Ser agresivos



**SOLUCIONES
ACTIVIDADES**

Soluciones Tema 1

El cliente

1.

1. Variable de marketing
2. Variable externa
3. Variable de marketing
4. Variable interna
5. Variable externa

2.

1. Variable de marketing: distribución o producto
2. Variable externa: influencias personales
3. Variable de marketing: promoción
4. Variable interna: percepción
5. Variable externa: influencias personales, la familia

3.

1. Criterio general y objetivo: geográfico
2. Criterio general y objetivo: demográfico
3. Criterio específico y objetivo: compra

4.

1. Búsqueda de información
2. Consumo y autoevaluación
3. Reconocimiento del problema
4. Decisión y acto de compra

5.

Evaluación de alternativas

Sería una necesidad:

- Normal
- Particular
- Rígida
- Material
- Vital

6.

Lo más recomendable sería que Luis le hiciera preguntas para conocer qué color/colores son los que más le gustan a ella y a su marido y ayudarle en su elección mostrándole solo 2 o 3 colores, por ejemplo, los que más estén a la moda en esa temporada.

Soluciones Tema 2

Fidelización

1.

Está basada en el precio y podríamos decir que la herramienta es la del vale descuento, aunque el formato no sea en papel, sino que se trata de un código que el cliente tendrá que meter en Internet para beneficiarse de un descuento en el producto que elija.

2.

Es una promoción basada en especie porque consiste en dar un producto adicional por comprar otros (se compran 2 productos y te llevas uno más).

Es una forma de fidelización porque con estas acciones el establecimiento consigue que los clientes vuelvan a la tienda en la búsqueda de otro tipo de promociones. Ayuda especialmente a repetir la compra.

3.

Luís está muy satisfecho con el servicio porque lo que ha recibido, en general es más de lo que esperaba.

Por un lado, se ha cumplido con el **servicio esperado**: que le limpiaran el coche

Por otro lado, se ha superado el **servicio deseado**: que lo dejen muy limpio y encima, le han dado un regalo de un ambientador y un descuento para la próxima limpieza.

Por último, aunque han tardado más en la limpieza, de lo que le dijeron, podemos considerar que el retraso se encuentra dentro de la **zona de tolerancia** del cliente

Soluciones Tema 3

El proceso de comunicación con el cliente

1.

Emisor: Luisa y Rubén son emisores, porque ambos papeles se intercambian en la conversación, cada vez que cada uno de ellos habla actúa como emisor.

Receptor: ocurre como en el caso del emisor, las dos personas hacen de receptores cuando el otro habla.

Canal: sería el teléfono porque Luisa llama por teléfono a Rubén.

Mensaje: hay distintos mensajes, uno, el que le dice Luisa a Rubén, que necesita el informe para esa mañana, otro, el que le dice Rubén, que lo tendrá.

Código: sería la lengua española.

2.

1. Barrera del emisor
2. Barrera externa
3. Barrera del receptor

3.

Es un tipo de comunicación escrita.

Su ventaja:

El receptor puede volver a leerla cuando lo desee, porque si no la eliminado, queda registrada. Podría recurrir a ella si ha olvidado el día en que llega el paquete.

Inconvenientes:

- No se puede producir feedback
- Se tienen que conocer las normas de ortografía para escribir con corrección.

Es más formal y no se puede adaptar al receptor

4.

Se ha utilizado una palabra negativa: avería. Podría sustituirse por *incidencia* que posee una connotación menos negativa.

- No se usa el tiempo verbal en presente: *tendrá* internet...este futuro indica inseguridad. Lo mejor es usarlo en presente, *mañana* tiene Internet.
- Se usa una palabra o expresión dubitativa: *quizá en dos horas*.
- Se usan palabras vacías: *Somos la mejor empresa, con el mejor servicio. Son palabras que ya no aportan nada. Se podrían sustituir por expresiones como, nuestra empresa trata de poner solución a nuestras incidencias lo antes posible, tenemos un equipo de técnicos muy preparados para dar respuesta a estas situaciones...o simplemente, no decir nada.*

5.

- Asunto: *Tu pedido ha salido el día...*
- Contacto: *Venca*
- Saludo: *Hola Marta*
- Cuerpo del mensaje: desde *Tu pedido*, hasta *www.mondialrelay.es*
- Despedida: *¡Disfruta de tu compra!*
- Firma: *Lidia Navarro*

Servicio al Cliente

6.

1. Ofertas y promociones
2. Entretenimiento
3. Concursos

Soluciones Tema 4

Situaciones conflictivas

1.

Al igual que cuando se produce un error o fallo, la empresa debe avisar a los clientes antes de que perciban ellos mismos que la tienda no está operativa. Así, la empresa debería avisar a sus clientes a través de la misma web (el día antes o unos días antes) o del correo electrónico, que durante el día de mañana en el horario xxx, la tienda no estará operativa por servicios de mantenimiento y pedirle disculpas por las molestias. De esta forma, los clientes ya están avisados y no les cogerá de sorpresa que no puedan hacer un pedido, lo que podría cabrearles.

