



Tipos de Clientes



Victoria Ospina Orozco
Instructora Sena
2014



TIPOS DE CLIENTES - INTRODUCCIÓN

El saber identificar los diferentes tipos de clientes con los que se puede tratar es de total importancia, tanto para adquirir la habilidad de atenderlo basándose en las características y eligiendo el tratamiento adecuado para este.

A continuación se abordarán los diferentes tipos de clientes propuestos por los autores: Fernández, Quelch & Ash, en los cuales se describen las características y su posible tratamiento.



TIPOS DE CLIENTES

1. CLIENTES ACTUALES

- 1.1. Clientes Activos e Inactivos.
- 1.2. Clientes de compra frecuente, promedio y ocasional
- 1.3. Clientes de alto, promedio y bajo volumen de compras
- 1.4. Clientes Complacidos, Satisfechos e Insatisfechos
- 1.5. Clientes Influyentes

2. CLIENTES POTENCIALES

- 2.1. Clientes Potenciales Según su Posible Frecuencia de Compras
- 2.2. Clientes Potenciales Según su Posible Volumen de Compras
- 2.3. Clientes Potenciales Según su Grado de Influencia



SERVICIO NACIONAL
DE APRENDIZAJE

www.sena.edu.co

- Autores como Quelch & Ash, (1981), describen los siguiente tipos de clientes



DISCUTIDOR



Regularmente este tipo de cliente son agresivos por naturaleza y seguramente no estarán de acuerdo o discutan cada cosa que digamos.

No hay que caer en la trampa!!!

¿Cómo tratarlo?

- Solicitarle su opinión
- Hablar suavemente pero firme
- Concentrar la conversación en los puntos en que se esta de acuerdo.
- Contar hasta diez..... o más.



ENOJADO



Cuando se trata este tipo de clientes no hay que negar su enojo y decirle, "No hay motivo para enojarse". Esto lo enojará más.

¿Cómo tratarlo?

- Ver mas allá del enojo
- No ponerse a la defensiva
- No involucrarse en las emociones
- No provocar situaciones mas irritantes
- Calmar el enojo
- No hay que prometer lo que no se puede cumplir
- Analizar a fondo el problema
- Hay que ser solidario (empatía)
- Negociar una solución



CONVERSADOR



Estas personas pueden ocupar mucho de nuestro tiempo. Además de entrar a comprar algo, nos cuentan la historia de su vida.

Aprovecha la ocasión para acaparar la atención, saliéndose del tema y haciendo perder tiempo precioso para atender a otros clientes.

¿Cómo tratarlo?

No hay que tratar de sacárselo de encima de un plumazo, se debe demostrar interés y tener un poco de paciencia, ya que el motivo real de su comportamiento es que se encuentran solos.



OFENSIVO

Con razón o sin ella, pasa al campo de la grosería, de los insultos y a los intentos de humillación.

Carácter fuerte, irritable, Malhumorado, impaciente, apresurado, rudo, Ceño fruncido, tono golpeado.

Su agresividad puede deberse a algún comportamiento inadecuado por parte de alguna persona de la empresa o problemas personales

¿Cómo tratarlo?

Lo mejor es ser amables, excepcionalmente amables. Esto los hace bajar el nivel de confrontación.





INFELIZ

Entran en un negocio y hacen esta afirmación: "Estoy seguro que no tienen lo que busco". Estas personas no necesariamente tienen un problema con nosotros o con la empresa, su conflicto es con la vida en general.

¿Cómo tratarlo?

No hay que intentar cambiarlos, se debe procurar mejorar la situación, mostrarse amable y comprensivo, tratando de colaborar y satisfacer lo que están buscando.



QUEJAMBROSO

No hay nada que le guste. El servicio es malo, los precios son caros, etc. etc. Hay que asumir que es parte de su personalidad.

Se queja del servicio, del producto o de la empresa.

Regaña a diestra y siniestra.

Se aferra a “detallitos” para atacar de diferentes maneras.

¿Cómo tratarlo?

Se debe intentar separar las quejas reales de las falsas. Dejarlo hablar y una vez que se desahogue encarrilar la solución teniendo en cuenta el tema principal.



EXIGENTE

- Es el que interrumpe y pide atención inmediata. Esta reacción nace de individuos que se sienten inseguros y de esta forma creen tener más control.

¿Cómo tratarlos?

Hay que tratarlos con respeto, pero no acceder a sus demandas.





COQUETEADOR

- Las insinuaciones, comentarios en doble sentido con implicancias sexuales, pueden provenir tanto de hombres como de mujeres.

¿Cómo tratarlo?

Se debe mantener una actitud calma, ubicada y de tipo profesional en todo momento. Ayudarles a encontrar lo que buscan y así se van lo más rápido posible.



EL QUE NO HABLA E INDECISO

- Hay que tener paciencia, ayudarlos, no hacerles preguntas donde su respuesta tiene que ser muy elaborada. Sugerirles alternativas y colaborar en la decisión.



PROPUESTOS POR FERNANDEZ (1997)

EQUIVOCADO



Mal informado o desacertado: Se trata de aquel cliente que adquiere un producto o servicio con el que sabemos de antemano que no va a quedar satisfecho y somos capaces de anticipar una incidencia o, lo que es peor, una insatisfacción de la que nunca tendremos noticia.

¿Cómo tratarlos?

Darles la información detalladamente para asegurarnos que saben exactamente lo que compran. Debemos anticiparnos a su insatisfacción, con preguntas insistentes para que nos afirme o reafirme que está todo correcto

MALAS PAGA

- Se trata de clientes morosos, que prometen pagar pero nunca lo hacen.

Cómo tratarlos: Aclarar de forma detallada en contratos, protocolos y normas de actuación detallada las formas de cobro.



ABUSIVOS



Dan un perfil similar a otros que abusan, roban, presentan reclamaciones falsas o inventadas, etc.

Podemos conocerlos mediante datos y conocimientos basados en la experiencia de vendedores y personas de contacto.

Cómo tratarlos: Prestar especial atención a sus actuaciones, lo cual puede ser caro y llevarnos a la siguiente situación (clientes con excesivos costes de atención)

COSTOSOS

- Se trata de clientes que, en el trato cotidiano, generan más coste de atención y servicio que rentabilidad dan.



Cómo tratarlos: Precios extravagantes; servicio predefinido, haciéndoles pagar suplementos de servicio a partir del cual generan pérdidas.

ADICTOS A LAS PROMOCIONES Y OFERTAS

- Hay clientes que solo compran el producto que están en oferta, tratamos de captarlo vía ofertas, pero terminada ésta, se va con ella o permanece inactivo hasta la siguiente.

¿Cómo tratarlos?

Intentar con ofertas que lo hagan rentable, sabiendo que compran BBB.



DE RIESGO

- "Las compañías de seguros de salud no aceptan clientes muy mayores porque cuestan más de lo que aportan."

¿Cómo tratarlos?

Precio extravagantes. Barreras como exámenes y controles para poder formar parte de la clientela de la compañía.

DE MALA IMAGEN

- Presentan una imagen desacorde con el posicionamiento de la compañía, a otros clientes.

Cómo tratarlos: Precios extravagantes.



COPIONES

- Existen clientes que quieren, en realidad, copiar el producto o el proceso de prestación del servicio para plantear una competencia directa, o indirecta a nuestra empresa.

¿Cómo tratarlos?

Si tenemos la más mínima sospecha, rechazar la venta con precios exagerados, evitando en lo posible facilitar información.



...GRACIAS...

