

Atención telefónica

El objetivo para este módulo es que conozcan las particularidades de la atención telefónica, su función habitual dentro de las organizaciones, y las prácticas y técnicas que se deben utilizar, así como las consecuencias del uso de prácticas incorrectas, siempre con el fin de lograr un servicio de calidad en este tipo de atención brindada al cliente.

En principio queremos contarles que para muchas organizaciones la atención telefónica es un pilar fundamental en la percepción que el cliente construye de la imagen y de la reputación de la empresa, ya sea porque se trate del primer contacto y sabemos que, como dice el refrán, la primera impresión es lo que cuenta, o porque la mayor parte de los contactos que tenga el cliente con nosotros puede ser por esta vía indirecta de comunicación.

Hoy, la atención telefónica se integra dentro de un ecosistema omnicanal, junto con chats en línea, correo electrónico, redes sociales y mensajería instantánea. Sin embargo, las habilidades comunicacionales y de escucha que se practican en el teléfono continúan siendo la base de toda atención profesional.

Existen tres elementos fundamentales en la atención telefónica. El primero es que la comunicación tiene que ser homogénea, ya sea que estemos hablando de un área o un sector específico, o de una llamada que cualquier integrante de la organización atiende eventualmente. Tiene que existir una homogeneidad, una uniformidad en las metodologías y en los procedimientos que utilicen las personas en la atención telefónica.

El segundo elemento es que la empresa debe tener conciencia del uso del teléfono como herramienta comercial, y que como tal, debe ser utilizado profesionalmente con técnicas adecuadas y no como algo accesorio o secundario.

El tercer elemento a tener en cuenta es que algunas áreas o departamentos de la empresa se desarrollan en un cien por cien mediante la atención telefónica, lo que nos lleva a pensar nuevamente que este tipo de comunicación debe estar sostenida en procesos preestablecidos y técnicas, por lo que no puede dejarse librado al azar o resolverse informalmente.

Además, muchas organizaciones utilizan hoy sistemas de gestión (CRM) para registrar cada interacción telefónica, dar seguimiento a consultas y mantener la trazabilidad del servicio. Esto mejora la continuidad y permite analizar los indicadores de satisfacción.