

PRIMERA PARTE

INTRODUCCION Y PRINCIPIOS GENERALES DE SERVICIO AL CLIENTE

Normalmente los clientes buscan artesanías oaxaqueñas primeramente para tener recuerdos de su visita a Oaxaca. La “nueva normalidad” impide viajar, por lo tanto, tenemos que trasladar los talleres a las casas de las personas, a través de fotos, vídeos y narrativa en medios digitales como Facebook, Instagram o Whatsapp. Al decir “nueva normalidad” nos referimos a las nuevas adaptaciones que debemos hacer, debido a la pandemia para incrementar las ventas de nuestro negocio. Ahora los clientes quieren apoyar por la crisis que estamos viviendo, entonces es importante mostrar lo que se está produciendo, así los clientes se involucrarán en nuestro trabajo. Por ello es importante tener un buen servicio al cliente de manera digital.

Debemos empezar a interactuar en inglés ya que son los compradores más preocupados, pero también podemos apostar por un mercado nacional. Tenemos que contar al consumidor la historia del producto y de nuestra técnica, captando la atención, conservando el interés, provocando un deseo de obtención de la pieza (compra). La presentación del mensaje de ventas debe ser adaptada a las necesidades y deseos de los clientes en perspectiva o los clientes que ya tenemos, es decir, ahora debemos usar medios digitales para comunicarnos con nuestros clientes frecuentes y posibles clientes. La nueva normalidad nos hace girar a promover una participación de los clientes a través de la interacción en redes sociales, debemos preguntar y evaluar su plena satisfacción con el producto adquirido, es decir, no solo debemos vender el producto y olvidarnos del cliente, también hay que preguntar si llegó en buen estado, que haya sido una buena experiencia de empaque, sin necesidad de estar presentes.

Principios generales de servicio al cliente

¿Cuáles son las reglas para atender a los clientes en el taller?

Pues lo mismo que hacemos de manera presencial, lo debemos hacer de manera digital, para ello es importante seguir las siguientes recomendaciones:

1. Revisar por lo menos una vez al día nuestro correo electrónico, redes sociales comerciales y WhatsApp para responder a los clientes que nos han escrito. Se puede dar esa tarea a alguien en específico del taller o de la familia. Si los mensajes están escritos en otro idioma, podemos utilizar la herramienta Google Traductor (gratuito) para saber lo que dicen y la manera en la que podemos responder.

2. Saludar al escribir un correo, llamar por teléfono, escribir por redes sociales (Whatsapp, Facebook o Instagram). (Ver la hoja #3 para más información.)

3. Si la comunicación será vía WhatsApp y todo por escrito, recuerda utilizar Google Traductor si es que tu cliente habla inglés. Dependerá de cómo se comuniquen contigo para que tu sepas qué medio utilizar. Si un cliente que solo habla en inglés se comunica contigo por llamada telefónica, podrías decirle que prefieres hacerlo por mensaje para poder traducirlo todo y entenderse mejor.
4. Responder oportunamente a las necesidades y preguntas de los clientes. No hacer que el cliente espere demasiado tiempo en recibir una respuesta. Hacer que el cliente se sienta cómodo sin presionarlo, y hacerlo sentir muy importante, como si fuera nuestro único cliente.
5. Ofrecer variedad de productos en precio y dimensiones. Si observamos que el cliente nos responde con una negativa, diciendo que el precio es muy elevado, debemos ofrecer otro producto con un menor precio, pero de un estilo parecido al que le gustó a nuestro cliente. Esto demuestra interés por vender y por la persona interesada en nuestro trabajo.
6. Conocer las necesidades y expectativas del cliente preguntando qué le gustaría, cómo lo quiere, qué presupuesto tiene, ofreciendo diferentes productos a través de buenas fotos tomadas con nuestros dispositivos móviles. Para esto, debemos hacer que la pieza se vea sin nada en la parte de atrás, ni abajo, que se vean claras y estén bien enfocadas. (Ver hoja #2)
7. Resolver las necesidades del cliente. Si el cliente pregunta cuánto cuesta el envío, debemos hacer la cotización con diferentes compañías para ofrecerle opciones y así pueda decidir. Debemos preguntar si es que tiene cuenta con algún servicio de paquetería para que así sea más barato para el cliente.
8. Aceptar los consejos y comentarios de los clientes para mejorar nuestro producto. Si el cliente pide algún cambio de color o de medida, podemos decirle que eso sería un pedido y que puede pagar un 50% de anticipo para empezar con la producción. Debemos ofrecer las opciones más sencillas, sin esperar a que el cliente nos resuelva todo, por ejemplo, compartir nuestra cuenta para que pueda depositar o transferir ahí, antes de que el cliente lo pida.
9. Ganar la preferencia de los clientes a través de la calidad de nuestros productos y su presentación, además del servicio al cliente que ofrecemos. Esto se logra a través de enviarle buenas fotos de nuestros productos y siendo amables, además de poner atención a sus peticiones.
10. *TRATAR COMO QUIERO QUE ME TRATEN CUANDO ADQUIERES UN PRODUCTO O SERVICIO.*
11. Debemos dejar la impresión en cada cliente de: *“Usted nos interesa y queremos que vuelva a comprar.”*
12. Si la venta no concluye, es decir, el cliente no compró el producto, debemos hacerle saber que estamos dispuestos a volver a saber de él o ella, y preguntar si



es posible enviarle nuestras promociones o nuevos productos con costos de venta y medidas.

13. Registrar los datos del cliente potencial en algún lugar que podamos consultar después, para poder enviarle fotos de productos nuevos y alguna tarjeta de saludo o felicitación.
14. En caso de que la venta haya concluido, es decir, el cliente si compró el producto, debemos pedirle su dirección de envío y nombre, así como solicitar el comprobante de pago para poder hacer el envío.
15. Preguntar a la compañía de envío cómo rastrear nuestro paquete (solicitar número de guía) y una vez que haya llegado al destino final, preguntar al cliente si el producto es de su agrado.

Proceso de venta a través de redes sociales

Cuando te contactan vía remota, es decir, a través de Whatsapp, Facebook o Instagram, debemos asumir que es un cliente potencial y que quiere la pieza que vio en fotografía, por ello es tan importante subir buenas fotos de nuestros productos.

Para un buen procedimiento, podemos hacer lo siguiente:

1. Saludar y presentarse. Se puede compartir un poco del “storytelling personal”. Si el cliente habla inglés, podemos hacer uso de Google Traductor, una herramienta gratuita que nos ayuda a traducir lo que queremos decir en español al inglés. Lo ideal es, pedir al cliente que se comuniquen con nosotros de manera escrita para poder hacer las traducciones simultáneamente, y así no tenga que esperar.
<https://www.google.com/search?q=google+translator&oq=google+&aqs=chrome.1.69i57j69i59j35i39j69i60l3j69i65l2.2637j0j7&sourceid=chrome&ie=UTF-8>
2. Informarle sobre la pieza que pregunta, con la descripción de la pieza, costo y medidas, especificando si se está cobrando en pesos mexicanos o alguna otra moneda, como dólares americanos. En esta liga podemos hacer la conversión:
<https://www.google.com/search?q=dolares+a+pesos&oq=dolares+a+pesos&aqs=chrome.0.0l8.1602j1j7&sourceid=chrome&ie=UTF-8>
3. Enviar otra foto de los detalles de la pieza, para que tenga seguridad de que recibirá lo que está pidiendo. Explicar cómo fue hecha y los materiales que se utilizaron.
4. Solicitar la dirección completa para poder cotizar el envío de la pieza. (Ver parte de envíos)
5. Enviar nuestro número de cuenta de banco o si es un pago internacional, nuestro nombre completo y dirección para que haga el pago vía Western Union. Le

podemos pedir que nos pague la pieza junto con el envío, y una vez que haya mandado el comprobante de pago podemos hacer el envío.

6. Hay algunos clientes que no confían y podrían pedirnos depositar el 50% y una vez entregada la pieza pagarán el resto. Recomendamos tener una relación de confianza con ese cliente **antes** de ofrecer esta opción. Lo mejor es solicitar el pago total de la pieza para poder hacer el envío.
7. Como servicio al cliente, debemos preguntar cómo llegó la pieza, si ha sido del agrado del cliente y si es posible que nos manden una foto de cómo quedó dispuesta la pieza para usar en nuestras redes sociales, sería lo mejor.

Inglés básico para interactuar con el cliente

Es importante poder tener un lenguaje básico de interacción con clientes internacionales. Es importante subir las fotos de nuestros productos con el precio y especificar que son pesos mexicanos, con un: MN que significa moneda nacional es suficiente, por ejemplo: \$340.00 MN

Para ello, creamos esta simulación de conversación con un cliente potencial, pueden copiar y pegarlo para su uso:

- *Cliente: Hola! Do you speak English?*
- Artesano: How can I help you? I don't speak English but if you want to, we can continue this conversation through Whatsapp. You can help me out by writing everything down, and that way I can translate everything.
- *Cliente: Great! I would like to buy the piece that you published on Instagram*
- Artesano: Sure! It costs _____ and if you give me your zip code, I can check how much it would be for the shipping.
- *Cliente: My zip code is _____*
- Artesano: It will be a total of _____, you can transfer a percentage into this account/Western Unión/transferwire or Paypal account.



Seguimiento con clientes

Una de las claves más importantes para el crecimiento del negocio es el seguimiento a nuestros clientes frecuentes. Llevar una agenda de las personas que nos han comprado y los clientes potenciales, así podemos enviar tarjetas publicitarias, de saludo o incluso las nuevas creaciones.

Los servicios de posventa (después de que la venta fue hecha) pueden incluir todas o algunas de las siguientes actividades:

1. Verificar que se cumplan los tiempos y condiciones de envío.
2. Enviar en el empaque de envío junto con la pieza, los impresos de la historia de nuestro trabajo: quiénes somos, qué hacemos y desde cuándo, en resumen: nuestro “storytelling” o historia personal.
3. Que ese mismo empaque, contenga la explicación de la técnica del producto, es decir, cómo fue hecho y cómo cuidarlo.
4. Si la pieza es muy especial, deberá también tener un certificado con un logotipo y una foto de quién lo realizó. Se podrá incluir, si se prefiere, una sugerencia de instalación o cómo se usa, podemos incluso dar un asesoramiento para un uso apropiado o informar cómo se usa en mi comunidad, si es algo muy tradicional, explicando entonces el significado de la iconografía o diseño, o en qué ocasión se utiliza.
5. Dar garantía en caso de falla o de que se rompa el producto, o se destiña, dependiendo el caso. Si es un producto teñido con tintes naturales, debemos especificar cuáles tintes son, y también debemos decir que el uso y exposición, hace que los colores vayan siendo más tenues con el tiempo.
6. Servicio posventa, esto sería preguntar al cliente si está satisfecho con su producto y si es que ha llegado todo bien y lo está disfrutando.
7. Ofrecer descuentos especiales para compras futuras.
8. Enviar mensajes de saludos, de descuentos o de felicitación por fechas especiales como Navidad o Guelaguetza.