

# Tipos de clientes

**Tipos de clientes.** -Externos/Internos -Actuales/Potenciales -Activos/Inactivos -Frecuentes/Ocasionales -Satisfechos/Insatisfechos -Grandes consumidores/Pequeños consumidores **Enumera los factores de motivación de un cliente.** -Factores personales -Factores psicológicos - Factores sociales -Factores culturales **Consideraciones a tener en cuenta con los clientes externos (son 4).** \*Las empresas privadas con flotas de vehículos: \*Los medios de comunicación del entorno: \*Los organismos oficiales: \*Los organismos sin ánimo de lucro: **Enumera los factores de motivación de un cliente** -factores personales -psicológicos - sociales -culturales **Pon tres ejemplos de factores de índole personal que se generan en un cliente.** -Edad - Profesión-Situación económica -Estilo de vida -Personalidad **Nombra los aspectos positivos que nos ayudarán a la captación de un cliente.** -Ser honesto. -Admitir errores. -Tener capacidad para resolver problemas. -Mostrarse flexible. -Estar bien preparado y formado. -Ser paciente. **Enumera los motivos, con su porcentaje, por los que un cliente deja de serlo.** -1% Por fallecimiento. -3% Porque se ha cambiado a la persona que les atendía. -5% Porque se dirigen a talleres de sus amigos o conocidos. -9% Por mejores precios de la competencia. -14% Sin justificación.. **Actitudes a tener en cuenta durante la captación o confirmación de un cliente para nuestra empresa.** -Satisfacer a todos y cada uno de los clientes. -Dejar los problemas personales en la puerta. -En la venta y el servicio lo más importante de todo es el cliente. -Todo cliente que entra en nuestro taller debe ser recibido de alguna manera, a veces alcanza con un simple saludo de bienvenida. -No prejuizar a los clientes, no debe afectar a la atención y el trato con ellos. **Piensa la respuesta y realiza una lista de aspectos positivos de nuestra imagen personal que debemos emitir a un cliente.** -Contacto físico (estrechar la mano). -Distancia, próxima que facilite el contacto. -Posición correcta del cuerpo. -Piernas relajadas. . **Piensa la respuesta y nombra cinco aspectos negativos que no debemos emitir.** -Ausencia de contacto. -Más de 1,5 metros es totalmente desaconsejable. -Cuerpo inclinado hacia atrás, o encorvado. -Brazos cruzados o manos entrelazadas sobre el escritorio. **¿Qué son los aspectos comunicativos?** El uso correcto del lenguaje -El estilo comunicativo - El tono de voz - El lenguaje corporal **Nombra cinco aspectos que expresa el estilo comunicativo.** Sensibilidad -Impacto a las personas. -El habla y la escucha de una comunicación. -La comunicación entre personas. -Personalidad.**En referencia a la pregunta anterior, por lo tanto, ¿qué aspectos lingüísticos negativos no debemos emitir?** -Mantenerse en silencio para asentir o gruñir -Usar un tono monótono, sarcástico e irritado -Usar expresiones malsonantes -Hablar mal de la empresa -Tutear-Tener errores al hablar y no intentar evitarlos ni corregirlos **Pon tres ejemplos en los que las manos indican la situación en la que se encuentra el cliente.** -Dar la mano firmemente significa que el cliente es una persona que goza de confianza y seguridad en sí mismo. -La mano en el mentón suele significar que tenemos delante a una persona con actitud resolutiva y decisión. -Las manos en el bolsillo indican que este cliente muestra cierto grado de ocultación, reserva o encubrimiento, de modo *a priori* no hay una predisposición a establecer una gran relación comunicativa. **¿Cómo podemos obtener información complementaria para conocer a un cliente?** -Entrevistas. -Encuestas..Cuestionarios. -Observación del cliente. -Registros. -Bases de datos. **¿Cómo se evalúan los grados de satisfacción de un cliente?** -Atender al cliente aparte y conversar con él informalmente. -Entrevistarle formalmente para que pueda expresar su opinión. -Realizar un seguimiento telefónico. -Encuesta telefónica. -Cuestionario por correo postal o email.