

# ASESOR DE VENTAS DE SEGUROS

## MÓDULO 3 “ÉTICA Y ATENCIÓN AL CLIENTE”



Relator: Mauricio Araya N.

# CONTENIDO



- MÓDULO 1 “CONCEPTOS Y ELEMENTOS FUNDAMENTALES DEL SEGURO”
- MÓDULO 2 TIPOS DE SEGUROS
- MÓDULO 3 “ÉTICA Y ATENCIÓN AL CLIENTE”
- MÓDULO 4 VENTA CONSULTIVA.

# MÓDULO 3 ÉTICA Y ATENCIÓN AL CLIENTE



## 3.1. Ética

### 3.1.1. Concepto

### 3.1.2. Valores Humanos

### 3.1.3. Ética Profesional

### 3.1.4. Importancia de la ética en el trabajo.

### 3.1.5. Desarrollo de valores éticos en la industria de seguros

## 3.2. Atención al Cliente

### 3.2.1. Concepto

### 3.2.2. La importancia de la Atención al Cliente

### 3.2.3. La calidad total aplicada

## 3.1. Ética



### 3.1.1. Concepto

La ética es una disciplina filosófica que estudia la moral del hombre en sociedad.

Nos ilustra acerca del porqué de la conducta moral. Atiende a los problemas cotidianos calificándolos entre bueno o malo.

## 3.1. Ética

### 3.1.1. Concepto

a) Definición etimológica de la Ética:

- "Ethos" (griego):
  - ✓ Temperamento
  - ✓ Carácter
  - ✓ Hábito
  - ✓ Costumbre
  - ✓ Modo de ser.

## 3.1. Ética

### 3.1.1. Concepto

a) Definición etimológica de la Ética:

- "Mos" (latín):
  - ✓ Costumbre
  - ✓ Hábito (conjunto de normas o reglas aprendidas).

## 3.1. Ética

### 3.1.1. Concepto

b) Definición a partir de su objeto de estudio:

La ética es la disciplina filosófica que:

- Tiene como objeto de estudio la moral.
- Estudia el comportamiento moral del ser humano en la sociedad.

## 3.1. Ética

### 3.1.1. Concepto

b) Definición a partir de su objeto de estudio:

La ética concebida como ciencia posee dos planos:

- Plano teórico reflexiona críticamente sobre su objeto de estudio.
- Plano práctico su objeto de estudio pertenece a la praxis humana.

## 3.1. Ética

### 3.1.1. Concepto

c) Lo que no es la Ética:

- ▶ La ética no es algo dependiente de la religión
- ▶ La ética no puede reducirse a un conjunto de normas
- ▶ La ética no puede reducirse a un conjunto de prohibiciones
- ▶ La ética no es algo que pertenece sólo a la vida privada

## 3.1. Ética



### 3.1.1. Concepto

d) La división de la Ética:

La división de la ética puede darse en tres principales ramas:

- ▶ **Meta-ética:** busca darle validez a las proposiciones morales de la sociedad.
- ▶ **Ética Normativa:** las acciones humanas que se consideran adecuadas en el entorno social donde se habita.

## 3.1. Ética

### 3.1.1. Concepto

d) La división de la Ética:

La división de la ética puede darse en tres principales ramas:

► **Ética Aplicada:** se encarga de la implantación de valores morales mínimos y máximos dentro de las sociedades modernas.

## 3.1. Ética

### 3.1.1. Concepto

e) Ética y su relación con otras ciencias:

► Relación de la Ética con la Psicología:

Solo estudia el acto como objeto material, el por qué ocurre. La Ética en cambio estudia la bondad o maldad de dicho actos y dicta normas de cómo deben estos.

## 3.1. Ética

### 3.1.1. Concepto

e) Ética y su relación con otras ciencias:

▶ Relaciones entre la Ética y la Sociología:

Estudia el comportamiento del hombre en forma global, es una ciencia de hechos, mientras que la Ética es una ciencia de derechos.

## 3.1. Ética

### 3.1.1. Concepto

e) Ética y su relación con otras ciencias:

▶ Relaciones entre la Ética y el Derecho: Diferencias:

➤ Las normas de la Ética son autónomas y las del Derecho son heterónomas (las normas provienen de una autoridad diferente al individuo).

## 3.1. Ética

### 3.1.1. Concepto

e) Ética y su relación con otras ciencias:

▶ Relaciones entre la Ética y el Derecho: Diferencias:

- Las normas de la Ética rigen aspectos internos y las del Derecho externos.
- Las normas de la Ética son unilaterales y las del Derecho son bilaterales.

## 3.1. Ética

### 3.1.1. Concepto

e) Ética y su relación con otras ciencias:

▶ Relaciones entre la Ética y el Derecho: Diferencias:

➤ Las normas de la Ética son incoercibles (no conllevan un castigo) y las del Derecho son coercibles (tiene la facultad de exigir el cumplimiento de ellas).

## 3.1. Ética

### 3.1.1. Concepto

e) Ética y su relación con otras ciencias:

► Relaciones entre la Ética y la Economía:

- Su subsistencia
- Sus problemas pecuniarios
- Su lucha diaria por el alimento
- La vivienda y la ropa.

## 3.1. Ética

### 3.1.1. Concepto

e) Ética y su relación con otras ciencias:

► Relaciones entre la Ética y la Pedagogía:

La Ética dicta que es lo que hay que hacer, en tanto que la educación muestra el modo en que podemos lograr lo propuesto por la ética.

## 3.1. Ética

### 3.1.1. Concepto

e) Ética y su relación con otras ciencias:

▶ Relaciones entre la Ética y la Metafísica:

La Metafísica nos proporciona y explica nociones y conceptos indispensables para entender la Ética, tales como:

- Ser
- Bien
- Valor
- Acto.

## 3.1. Ética

### 3.1.1. Concepto

e) Ética y su relación con otras ciencias:

▶ Relaciones entre la Ética y la Metafísica:

La Metafísica nos proporciona y explica nociones y conceptos indispensables para entender la Ética, tales como:

- Potencia
- Sustancia
- Accidente
- Materia
- Forma, etc.

## 3.1. Ética

### 3.1.1. Concepto

e) Ética y su relación con otras ciencias:

► Relaciones entre la Ética y la Teología Moral:

La Ética última utiliza la razón como instrumentos de su estudio y la Teología Moral además de la razón utiliza los datos de la fe como la Biblia y fuentes afines.

## 3.1. Ética

### 3.1.1. Concepto

e) Ética y su relación con otras ciencias:

▶ Relaciones entre la Ética y la Religión:

La Ética se relaciona con la religión en la siguiente manera:

- Una persona que mantiene un contacto íntimo con Dios, normalmente obtiene en ese contacto la guía personal de su conducta correcta.

## 3.1. Ética

### 3.1.1. Concepto

e) Ética y su relación con otras ciencias:

► Relaciones entre la Ética y la Religión:

La Ética se relaciona con la religión en la siguiente manera:

- La Religión contiene una serie de preceptos con un alto valor moral, como son la caridad, la humildad, el sentido comunitario, la compasión, la piedad, etc.

## 3.1. Ética

### 3.1.1. Concepto

e) Ética y su relación con otras ciencias:

▶ Relaciones entre la Ética y la Religión:

La Ética se relaciona con la religión en la siguiente manera:

- La Ética científica y la filosófica procuran mantener su autonomía con respecto a las normas morales que pueden surgir a partir de la Religión.

## 3.1. Ética



### 3.1.1. Concepto

#### f) Ética y Globalización:

La ética juega un papel importante en la era actual caracterizada por los irresistibles procesos de globalización y sus consecuencias.

## 3.1. Ética

### 3.1.1. Concepto

#### f) Ética y Globalización:

El debate ético tiende a girar en torno a los siguientes temas:

- ▶ Ética de la responsabilidad solidaria.
- ▶ Ética universalista (exigencias de justicia y solidaridad).
- ▶ Una ética universalista de las instituciones.
- ▶ Una globalización éticamente fundada.

## 3.1. Ética



### 3.1.2. Valores humanos

#### 1. Honestidad:

Aprender a conocer sus debilidades y limitaciones y dedicarse a tratar de superarlas, solicitando el consejo de sus compañeros de mayor experiencia.

## 3.1. Ética



### 3.1.2. Valores humanos

#### **2. Integridad:**

Defender sus creencias y valores, rechazando la hipocresía y la inescrupulosidad, y no adoptar ni defender la filosofía de que el fin justifica los medios echando a un lado sus principios.

## 3.1. Ética



### 3.1.2. Valores humanos

#### **3. Compromiso:**

Mantener sus promesas y cumplir con sus obligaciones y no justificar un incumplimiento o rehuir una responsabilidad.

## 3.1. Ética



### 3.1.2. Valores humanos

#### 4. Lealtad:

Actuar honesta y sinceramente al ofrecer su apoyo, especialmente en la adversidad y rechazar las influencias indebidas y conflictos de interés.

## 3.1. Ética



### 3.1.2. Valores humanos

#### 5. Ecuanimidad:

Ser imparcial, justo, y ofrecer trato igual a los demás. Mantener la mente abierta, aceptar cambios y admitir los errores cuando se entiende que se ha equivocado.

## 3.1. Ética



### 3.1.2. Valores humanos

#### **6. Dedicación:**

Estar dispuesto a entregarse sin condición al cumplimiento del deber para con los demás con atención, cortesía y servicio.

## 3.1. Ética



### 3.1.2. Valores humanos

#### **7. Respeto:**

Demostrar respeto a la dignidad humana, la intimidad y el derecho a la libre determinación.

## 3.1. Ética



### 3.1.2. Valores humanos

#### **8. Responsabilidad ciudadana:**

Respetar, obedecer las leyes y tener conciencia social.

#### **9. Excelencia:**

Ser diligentes, emprendedores y estar bien preparados para ejercer su labor con responsabilidad y eficacia.

## 3.1. Ética



### 3.1.2. Valores humanos

#### **10. Ejemplo:**

Ser modelo de honestidad y moral ética al asumir responsabilidades y al defender la verdad ante todo.

#### **11. Conducta intachable:**

La confianza de otros descansa en el ejemplo de conducta moral y ética irreprochable.

## 3.1. Ética



### 3.1.3. La ética del profesional

#### a) Principios Básicos del profesional:

1. Todo ser humano posee un valor único, lo que justifica la consideración moral hacia cada persona.
2. Cada individuo tiene derecho a la autorrealización y tiene la obligación de contribuir al bienestar de la sociedad.

## 3.1. Ética



### 3.1.3. La ética del profesional

a) Principios Básicos del profesional:

3. Cada sociedad debe funcionar de manera que proporcione los máximos beneficios a todos sus miembros.

4. Los trabajadores profesionales tienen un compromiso con los principios de la justicia social.

## 3.1. Ética



### 3.1.3. La ética del profesional

a) Principios Básicos del profesional:

5. Los trabajadores profesionales tienen la responsabilidad de dedicar sus conocimientos y técnicas, a ayudar a los individuos.

6. Los trabajadores profesionales deberán proporcionar la mejor atención posible a todos aquellos que soliciten su ayuda.

## 3.1. Ética



### 3.1.3. La ética del profesional

a) Principios Básicos del profesional:

7. Los trabajadores profesionales respetan los derechos humanos fundamentales de los individuos.

8. Los trabajadores profesionales tienen en cuenta los principios de derecho a la intimidad y confidencialidad.

## 3.1. Ética



### 3.1.3. La ética del profesional

a) Principios Básicos del profesional:

9. Los trabajadores profesionales deben trabajar en estrecha colaboración con los clientes y usuarios.

10. El trabajo es incompatible con el apoyo, directo o indirecto, a los individuos, grupos, fuerzas políticas o de poder.

## 3.1. Ética



### 3.1.3. La ética del profesional

b) Criterios generales de conducta ética profesional:

- Tratar de comprender a cada cliente individual y su entorno, así como los elementos que afectan su conducta y el servicio requerido.

## 3.1. Ética



### 3.1.3. La ética del profesional

b) Criterios generales de conducta ética profesional:

- Mantener y defender los valores, conocimientos y metodología de la profesión, absteniéndose de cualquier comportamiento que perjudique el desarrollo de la misma.

## 3.1. Ética



### 3.1.3. La ética del profesional

b) Criterios generales de conducta ética profesional:

- Reconocer las limitaciones profesionales y personales.
- Promover la utilidad, a través de los canales adecuados, de forma responsable.

## 3.1. Ética



### 3.1.3. La ética del profesional

b) Criterios generales de conducta ética profesional:

- Promover y compartir las oportunidades de conocimientos, experiencia e ideas con todos los colegas, profesionales de otras disciplinas y voluntarios, con el propósito de beneficiarse mutuamente.

## 3.1. Ética



### 3.1.3. La ética del profesional

b) Criterios generales de conducta ética profesional:

- Llamar la atención de los organismos adecuados, dentro y fuera de la profesión, en los casos de violación de los principios y criterios éticos profesionales, asegurándose de que los clientes afectados sean adecuadamente involucrados.

## 3.1. Ética



### 3.1.3. La ética del profesional

b) Criterios generales de conducta ética profesional:

- Llamar la atención de los organismos adecuados en los casos de violación de los principios y criterios éticos profesionales, asegurándose de que los clientes afectados sean adecuadamente involucrados.
- Defender a los colegas contra actuaciones injustas.

## 3.1. Ética



### 3.1.4. Importancia de la ética en el trabajo

Para que su empresa sea atractiva para sus clientes o futuros clientes, su personal debe ser honesto e inspirar confianza.

El cliente confía en la información que le está brindando el trabajador de su empresa y en su asesoramiento.

## 3.1. Ética



### 3.1.4. Importancia de la ética en el trabajo

El trabajo en equipo es importante, uno solo no puede sacar adelante una empresa, es el equipo el que finalmente hará que se pueda entregar un trabajo de calidad o brindar un servicio de calidad y siempre respetándose entre compañeros de trabajo y colaborando cuando se requiera.

## 3.1. Ética



### 3.1.4. Importancia de la ética en el trabajo

La ética en el trabajo y el profesionalismo son fundamentales para un buen entorno y desarrollo de una pequeña empresa.

Tener ética en el trabajo significa ser cortés, honesto y responsable, entre su entorno laboral y con los clientes.

## 3.1. Ética



### 3.1.4. Importancia de la ética en el trabajo

#### **¿Como lograr que un trabajador se sienta motivado?**

Se sentirá motivado cuando la empresa en la que labora:

- Le da un buen trato
- Trabaja en un entorno laboral amigable
- Es bien recompensado.

## 3.1. Ética



### 3.1.5. Desarrollo de valores éticos en la industria de seguros

#### a) Definición de Conducta de Mercado y alcances:

Se entenderá por conducta de mercado, las mejores prácticas que deben considerar en el mercado de seguros los diversos agentes que participan en él, tendientes a la protección de los derechos de los asegurados y público en general.

## 3.1. Ética



### 3.1.5. Desarrollo de valores éticos en la industria de seguros

b) Principios Básicos de Supervisión de Conducta de Mercado:

1. Trato justo a los clientes:

- Actuar con idoneidad, cuidado y diligencia hacia los clientes.
- Desarrollar productos/servicios según necesidades.
- Promocionar productos/servicios de manera clara y justa.

## 3.1. Ética



### 3.1.5. Desarrollo de valores éticos en la industria de seguros

b) Principios Básicos de Supervisión de Conducta de Mercado:

1. Trato justo a los clientes:

- Brindar asesoría de calidad antes, durante y después.
- El cumplimiento de las obligaciones de las aseguradoras, debe efectuarse en forma justa, transparente y oportuna.

## 3.1. Ética



### 3.1.5. Desarrollo de valores éticos en la industria de seguros

#### 2. Gestión de conflictos de interés:

Se producen cuando existe algún incentivo de una aseguradora, intermediario, liquidador de siniestros o asesor previsional, o de las personas que los representan, y se tome un curso de acción que afecte negativamente el cumplimiento de las obligaciones con sus asegurados o clientes en general.

## 3.1. Ética



### 3.1.5. Desarrollo de valores éticos en la industria de seguros

#### 2. Gestión de conflictos de interés:

Informar y transparentar al potencial asegurado la existencia del conflicto de interés, antes de brindarle asesoría o venderle un producto, o cuando ocurre posteriormente.

## 3.1. Ética



### 3.1.5. Desarrollo de valores éticos en la industria de seguros

#### 3. Protección de la información de los clientes:

Para ello, deberían desarrollar adecuadas políticas y procedimientos de:

- Resguardo de la información
- Capacitar al personal
- Implementar controles internos
- Contar con tecnología adecuada.

## 3.1. Ética



### 3.1.5. Desarrollo de valores éticos en la industria de seguros

#### 3. Protección de la información de los clientes:

Para ello, deberían desarrollar adecuadas políticas y procedimientos de:

- Identificar y manejar los riesgos y amenazas a la seguridad e integridad de la información
- Contar con planes de contingencia que permitan mitigar los riesgos y el impacto de cualquier filtración o uso indebido.

## 3.1. Ética



### 3.1.5. Desarrollo de valores éticos en la industria de seguros

4. Promoción del desarrollo del mercado a través de la transparencia, la contribución a la educación financiera y el acceso al seguro.

## 3.2. Atención al Cliente



### 3.2.1. Concepto

Se entiende por servicio al cliente o servicio de atención al cliente a los métodos que emplea una empresa para ponerse en contacto con su clientela, para garantizar entre otras cosas que el bien o servicio ofrecido llegue a sus consumidores y sea empleado de manera correcta.

## 3.2. Atención al Cliente



### 3.2.1. Concepto

La atención al cliente suele estudiarse en base a ciclos de servicio, es decir, cadenas de acciones puestas en marcha ante el requerimiento del consumidor o ante determinadas épocas, y que comprenden los siguientes procesos:

## 3.2. Atención al Cliente



### 3.2.1. Concepto

a) Planificaciones temporales del servicio:

En el caso del turismo:

Se acentúa durante la época vacacional y disminuye sin desaparecer el resto del año.

## 3.2. Atención al Cliente



### 3.2.1. Concepto

b) Renovación de las necesidades del cliente:

Otro tipo de servicios suelen darse de manera renovable, de modo que cada cierto tiempo requieren de atención al cliente para su comprobación, como suscripciones a revistas.

## 3.2. Atención al Cliente



### 3.2.1. Concepto

#### c) Feedback del cliente:

Es clave para definir las estrategias de atención que más le conviene y que mejor le resultan, para lo cual pueden emplearse diversos tipos de encuestas o de evaluaciones.

## 3.2. Atención al Cliente



### 3.2.2. La importancia de la Atención al Cliente

Un servicio adecuado al cliente puede significar la diferencia por encima de la competencia para cualquier empresa, y puede ser una herramienta promocional tanto o más poderosa que el marketing, la publicidad o la venta personal.

## 3.2. Atención al Cliente



### 3.2.2. La importancia de la Atención al Cliente

Hoy en día, la clientela demanda atención de parte de sus empresas, en un proceso recíproco llamado “fidelización”, en que el consumo se personaliza y se vuelve parte de la identidad social del consumidor.

## 3.2. Atención al Cliente



### 3.2.2. La importancia de la Atención al Cliente

#### a) Técnicas de Servicio al Cliente:

- **Técnicas de explicación:**

Deberían responder a la fórmula: problema-solución-beneficio, de modo que se conduzca al cliente hacia la fórmula recomendada para satisfacerlo.

## 3.2. Atención al Cliente



### 3.2.2. La importancia de la Atención al Cliente

#### a) Técnicas de Servicio al Cliente:

- **Técnicas de empatía:**

Suelen ser muy exitosas, pero requieren de mayor inversión de tiempo por operador, ya que se le brinda a cada caso una atención particular e individual.

## 3.2. Atención al Cliente



### 3.2.2. La importancia de la Atención al Cliente

#### a) Técnicas de Servicio al Cliente:

- **Técnicas de interrogación:**

Aplicar al cliente una serie de preguntas (de cuestionario o no) respecto a la materia de sus necesidades, para así brindarle una atención realmente especializada en la materia.

## 3.2. Atención al Cliente



### 3.2.2. La importancia de la Atención al Cliente

#### b) Elementos del servicio al cliente:

- Contacto cara a cara
- Relación clientelar
- Correspondencia
- Reclamos y cumplidos
- Instalaciones.

## 3.2. Atención al Cliente



### 3.2.3. La calidad total aplicada al Servicio al Cliente:

1. El cliente por encima de todo
2. No hay nada imposibles cuando se quiere
3. Cumple todo lo que prometas
4. Solo hay una forma de satisfacer al cliente, darle más de lo que espera.
5. Para el cliente tu marcas la diferencia

## 3.2. Atención al Cliente



### 3.2.3. La calidad total aplicada al Servicio al Cliente:

6. Fallar en un punto significa fallar en todo
7. Empleado insatisfecho genera clientes insatisfechos
8. El cliente hace juicio de la calidad
9. Un servicio siempre se puede mejorar
10. En la Satisfacción del cliente, Todos somos un equipo.

## 3.2. Atención al Cliente



### 3.2.3. La calidad total aplicada al Servicio al Cliente:

#### 1. El cliente por encima de todo:

En este caso es el cliente a quien debemos tener presente antes que nada.

## 3.2. Atención al Cliente



### 3.2.3. La calidad total aplicada al Servicio al Cliente:

#### **2. No hay nada imposible cuando se quiere:**

A pesar de que muchas veces los clientes solicitan cosas casi imposibles, con un poco de esfuerzo y ganas de atenderlo muy bien, se puede conseguir lo que él desea.

## 3.2. Atención al Cliente



### 3.2.3. La calidad total aplicada al Servicio al Cliente:

#### **3. Cumple todo lo que prometas:**

Este sí que se incumple, son muchas las empresas que tratan, a partir de engaños, de efectuar ventas o retener clientes, pero ¿qué pasa cuando el cliente se da cuenta?.

## 3.2. Atención al Cliente



### 3.2.3. La calidad total aplicada al Servicio al Cliente:

**4. Solo hay una forma de satisfacer al cliente, darle más de lo que espera:**

¿Cómo lograrlo? conociendo muy bien a nuestros clientes y enfocándonos en sus necesidades y deseos.

## 3.2. Atención al Cliente



### 3.2.3. La calidad total aplicada al Servicio al Cliente:

#### 5. Para el cliente, tú marcas la diferencia:

Las personas que tienen contacto directo con los clientes tienen una gran responsabilidad, pueden hacer que un cliente regrese o que jamás quiera volver, ellos hacen la diferencia.

## 3.2. Atención al Cliente



### 3.2.3. La calidad total aplicada al Servicio al Cliente:

#### **6. Fallar en un punto significa fallar en todo:**

Las experiencias de los consumidores deben ser totalmente satisfactorias.

## 3.2. Atención al Cliente



### 3.2.3. La calidad total aplicada al Servicio al Cliente:

#### **7. Un empleado insatisfecho genera clientes insatisfechos:**

Las políticas de recursos humanos deben ir de la mano de las estrategias de marketing.

## 3.2. Atención al Cliente



### 3.2.3. La calidad total aplicada al Servicio al Cliente:

#### **8. El juicio sobre la calidad de servicio lo hace el cliente:**

Son los clientes quienes califican la calidad, si es bueno vuelven y no regresan si no lo es.

## 3.2. Atención al Cliente



### 3.2.3. La calidad total aplicada al Servicio al Cliente:

**9. Por muy bueno que sea un servicio, siempre se puede mejorar:**

Aunque se hayan alcanzado las metas propuestas de servicio y satisfacción del consumidor, es necesario plantear nuevos objetivos.

## 3.2. Atención al Cliente



### 3.2.3. La calidad total aplicada al Servicio al Cliente:

**10. Cuando se trata de satisfacer al cliente, todos somos un equipo:**

Todas las personas de la organización deben estar dispuestas a trabajar en pro de la satisfacción del cliente, trátase de una queja, de una petición o de cualquier otro asunto.

## 3.2. Atención al Cliente



### 3.2.4. Tipología de Clientes:

#### ✓ El autosuficiente:

Creen conocer todas las respuestas, fans de las discusiones, tono sarcástico y agresivo, eternamente descontento.

No tomárselo como algo personal y dejar que hable, haciéndole preguntas.

Él Mismo dará la solución y cerrará la compra.

## 3.2. Atención al Cliente



### 3.2.4. Tipología de Clientes:

#### ✓ El distraído:

Parecen ausentes, como si no supieran qué están haciendo allí.

El vendedor tiene que demostrar interés y curiosidad por aquello que necesita.

Actuar con rapidez y elaborar un único argumento.

## 3.2. Atención al Cliente



### 3.2.4. Tipología de Clientes:

#### ✓ El reservado:

Persona impasible, muy desconfiada y tímida.

Ser amable, proponer distintas alternativas y repetir los argumentos bajo formas distintas.

Lo más conveniente es seguir su ritmo, no hay que presionarlo para que decida.

## 3.2. Atención al Cliente



### 3.2.4. Tipología de Clientes:

#### El hablador:

No pone objeciones de ventas, suele ser alguien desinteresado que no quiere comprar.

En otros casos, más interesada en hablar de sí mismos que en comprar.

Hay que atenderlos con simpatía, pero sin distracción e intentando centrar el tema comercial para descubrir si comprará o no.

## 3.2. Atención al Cliente



### 3.2.4. Tipología de Clientes:

#### ✓ El indeciso:

Incapaces de decidir por sí mismos.

Nunca debe dejarlo solo. Hay que apoyarlo, confirmar cada decisión por la que se vaya inclinando y no plantearle demasiadas alternativas.

Es recomendable ser muy rápido tanto en gestos, como en palabras.