

RELACIONES CON LOS CLIENTES – FAG

Dado que en nuestro proyecto de empresa nuestro objetivo es transmitir ilusión a los clientes potenciales, el hacer que estos se sientan cómodos y comunicativos es imprescindible. Para alcanzar este objetivo he llegado a la conclusión de que se debe seguir un método estándar para cada cliente, y más tarde profundizar en la personalidad y los problemas de cada uno de ellos para ser capaces de ofrecer una atención completamente personalizada para cada uno de ellos. En este primer documento me centraré en el aspecto unipersonal y no de grupo de los servicios que planeamos ofrecer en la empresa.

BLOQUE UNO

1. FASE UNO: PRIMER CONTACTO CON EL CLIENTE

Suponiendo que este cliente hipotético visite la oficina por primera vez, será necesario informarle de nuestro objetivo de empresa, así como advertirle de que no se trata de ayuda psicológica o psiquiátrica, sino una experiencia destinada a aumentar sus niveles de ilusión de forma duradera en su vida diaria. Inmediatamente después, mediante un tiempo de conversación con uno de nuestros especialistas, seríamos capaces de obtener información del cliente mediante una serie de preguntas estándar, de las cuales serían ejemplo: “¿Cree usted que tiene ilusión? ¿Cuál es su concepto de ilusión? ¿Cree que mantiene la ilusión? y de no ser así; ¿Cuándo cree usted que la perdió? ¿Qué elementos le ilusionan o motivan de su vida?” El objetivo de estas preguntas es averiguar los niveles de ilusión del cliente, y a partir de esa averiguación, intentar comprender el tipo de servicio que necesita ese cliente en particular

2. FASE DOS: ENTREVISTA PERSONALIZADA

En este taller se llevarían a cabo diversas actividades para saber lo que realmente ilusiona al cliente, ya que esto nos será sumamente útil a la hora de proponerle actividades para mejorar sus niveles de ilusión. Esta actividad consistiría en una serie de preguntas de un carácter más personal basadas en la entrevista anterior, dado que gracias a sus respuestas sabremos qué tipo de persona es nuestro cliente.

Estas preguntas estarán orientadas a averiguar el día a día del cliente; su oficio, las relaciones laborales, familiares, de amistad; si su trabajo le gusta y por qué...

Una vez concluida esta fase, se pasaría a llevar a cabo otro tipo de actividades que se centrarán en aumentar la ilusión del cliente.