

UNIDAD 1: Asesoramiento en el punto de venta

ACTIVIDADES-PÁG.11

1. La empresa KSOL de Alicante, dedicada a la instalación de calderas de gas natural, tiene incluido como garantías las exigidas por la ley, pero quiere ampliarlas con garantías comerciales para este próximo año, ya que la competencia ahora es más fuerte y no quiere perder clientes. Propón a la empresa KSOL algunas ideas que puede incluir como garantía comercial para ofrecerlas a sus clientes.

Respuesta abierta de alumno. Como propuesta de solución se ofrece:

- Aumento del tiempo de la garantía que ofrece a las piezas de repuesto cuando se ha realizado el mantenimiento de la caldera.
- Facilidad en el pago del servicio de mantenimiento fragmentando la cantidad anual en cuotas trimestrales o mensuales sin ningún tipo de intereses.
- Servicio 24 h. sin coste adicional (no se incluye el reemplazo de piezas)
- Consolidación.

ACTIVIDADES-PÁG.15

2. Juan Gracia Sáez, con domicilio en la calle Túnez, 8, de Cádiz, ha recibido, el día 7 de enero, procedente de una compra realizada a Almacenes Coímbra a través de su página web, dos edredones de plumón por un importe de 325 € cada uno, en azul y amarillo, respectivamente, y dos fundas de almohada a 75 €/unidad, en los mismos colores. El día 20 de enero, no muy convencido por la compra, decide devolver un edredón y una almohada amarilla. ¿Es posible realizar la devolución? ¿Cómo recibirá el importe de la devolución? Simula el proceso de devolución cumplimentando los documentos que sean necesarios por cualquiera de las partes.

Sí procede la devolución al haberse realizado la venta a través de la web, el establecimiento está legalmente obligado a aceptar la devolución. A pesar de ello, lo habitual es que se especifique en la política de devoluciones de la empresa que aparecerá en su web. El importe de la devolución se realizará del mismo modo en el que se hizo el abono de la compra.

El cliente remitirá junto con la mercancía que devuelve un formulario de devolución o desistimiento.

ALMACENES COIMBRA

SOLICITUD DE CAMBIO O DEVOLUCIÓN

(Imprime, relléneme en mayúsculas e inclúyeme en el paquete. Gracias)

NOMBRE: JUAN

APELLIDOS: GARCÍA SÁEZ

E-MAIL Y TLF: juangarcia.saez@gmail.com 65478988

Nº DE PEDIDO A DEVOLVER: 7

Dirección para la nueva entrega, en caso de cambio

Persona de contacto: _____

Calle, n.º, piso, puerta, esc.: _____

CP, ciudad y provincia: _____

País: _____

MOTIVOS:

1. Cambio de opinión
2. Me queda muy grande
3. Me queda muy pequeño
4. No me gusta cómo me sienta
5. No es lo que esperaba
6. Tara
7. Artículo incorrecto

Artículos para cambio o devolución

Nombre o Ref.	Color	Talla	Cantidad	Precio	Motivo nº
Edredón plumón	Amarillo	120 x 75	1	235	1
Almohada plumón	Amarillo	50 x 50	1	75	1

Nuevos artículos a recibir

Nombre o Ref.	Color	Talla	Cantidad	Precio

En el caso de solicitar devolución indícanos, por favor, la cuenta bancaria para recibir el importe:

Nombre del Banco: Banco BBVA

IBAN: ES45 0120 76 00001234567890

CONDICIONES DE CAMBIO O DEVOLUCIÓN

No se admitirán cambios ni devoluciones de artículos con señales de haber sido usados o lavados, ni artículos sin su etiquetado interno y externo original completo, ni sin su envase original. Tampoco se aceptarán cambios ni devoluciones fuera de plazo ni aquellos que no incluyan rellena esta Solicitud de Cambio o Devolución.

Es normal que las imágenes mostradas puedan diferir sensiblemente del artículo recibido, debido a condiciones particulares de luz. Especialmente en aquellos productos con procesos artesanales podría haber una mínima diferencia en el acabado. ¡Esto es lo que nos hace únicos! No se considerarán taras estos aspectos.

Wildreamers se reserva el derecho de rechazar cambios y devoluciones que no se encuentren en las mismas condiciones en las que fueron recibidos ni cumplan estas condiciones. Los cambios y devoluciones rechazados por Wildreamers quedarán a disposición de los remitentes durante el plazo de 7 días.

Sólo entregamos artículos en perfecto estado, si excepcionalmente recibe un producto con tara o incorrecto, por favor, contáctenos en info@wildreamers.com

PROCEDIMIENTO. Dentro del plazo de 1 MES desde la fecha de recepción de tu pedido, entrégnanos por un medio de transporte que te permita obtener posterior justificante de entrega firmado o correo certificado, a la dirección: A/ª LAURA CARRANCO, WILDREAMERS, C/TOLEDO 19, 4º DERECHA, 28005, MADRID, ESPAÑA; tu producto para ser cambiado o devuelto, INCLUYENDO esta Solicitud de Cambio o Devolución que será atendida conforme a los Términos y Condiciones de Wildreamers.com. NO SE ACEPTAN ENTREGAS POR OTROS MEDIOS.

Fecha de la devolución: 20 de enero de 20XX

Firma:



ACTIVIDADES-PÁG.22

3. Identifica cada uno de los servicios que se relacionan a continuación con el tipo de prestación del servicio posventa que ofrece la empresa INFORMATIC S. A., de Logroño.

a) Curso de formación para usuarios de la nueva versión del programa de gestión de nóminas: formación en el manejo de los usuarios del producto o servicio contratado.

b) Establecimiento de un periodo máximo de 24 h en la respuesta de reclamaciones y quejas: gestión eficiente de las reclamaciones y sugerencias realizadas por el cliente.

c) Garantía comercial de 3 años en todo tipo de hardware adquirido en el establecimiento: garantía de los productos o servicios.

d) Seguro adicional de rotura para el hardware adquirido desde enero a marzo del año 20XX: instalación, reparaciones y mantenimiento necesarios.

e) Instalación gratuita del sistema operativo en los equipos adquiridos en el establecimiento: instalación, reparaciones y mantenimiento necesarios.

f) Concurso de ideas sobre la mejora del servicio de mantenimiento de equipos para clientes: gestión eficiente de las reclamaciones y sugerencias realizadas por el cliente.

ACTIVIDADES-PÁG.24

4. ¿Con qué dos actividades está especialmente relacionado el uso del teléfono en las empresas?

Telemarketing o captación de clientes vía telefónica y el **servicio posventa** en la recepción de quejas, reclamaciones y sugerencias o en la comunicación de cualquier otra incidencia.

5. ¿Qué reflejamos al atender el teléfono de la empresa?

Es importante cuidar la atención telefónica en el trato con los clientes, ya que con ella mostramos la imagen de la empresa al exterior.

6. ¿Por qué no se debe tapar el auricular del teléfono con la mano?

Por que la persona que está al otro lado del teléfono puede oír la conversación que mantenemos y también las que mantienen personas cercanas a nosotros con otros clientes.

7. Imagina que se recibe una llamada en la conserjería de tu instituto. ¿Cómo responderías a esa llamada?

Buenos días, (nombre del instituto), ¿en qué puedo ayudarle?

8. ¿Qué frase utilizarías con tu interlocutor si mientras le estás atendiendo recibes otra llamada?

Disculpe un momento por favor en seguida le atiendo, gracias.

9. ¿Qué datos debes comunicar a un superior si le pasas una llamada?

El nombre de la persona que ha efectuado la llamada y el motivo de la llamada.

10. ¿Qué expresión utilizarías en vez de «no me has entendido»?

Disculpe, no me he debido explicar adecuadamente.

11. ¿Qué le dirías a una persona que te está dando datos equivocados por teléfono?

Disculpe por favor, creo que se trata de un malentendido los datos de los que nosotros disponemos...

EVALÚA TUS CONOCIMIENTOS-PÁG.26

1. El proceso de Atención al Cliente se define como:

- a) Actividades orientadas a satisfacer las necesidades de los clientes.

2. ¿Qué técnica usa un comercial que ofrece a su cliente un producto en el que puede obtener una reposición, reparación y/o reembolso?:

c) Técnica de las tres R.

3. Son consideradas aspectos de la garantía legal:

a) Plazo de 2 años para solicitar responsabilidad a la empresa vendedora de fallos en el producto.

4. Está excluido de la garantía:

a) Los daños ocasionados por manipulación del producto.

5. Es obligatorio expedir factura:

d) Todas las respuestas anteriores son correctas.

6. Las indicaciones que el cliente manifiesta cuando no está convencido de los beneficios del producto a adquirir o tiene información insuficiente son:

b) Objeciones reales.

7. Un cliente es considerado ocasional cuando:

c) Adquiere los productos de la empresa de forma poco frecuente.

8. El plazo legal del que dispone una empresa para devolver el importe a un cliente que solicitó una devolución de una compra realizada a través de la web es de:

d) 14 días naturales.

9. ¿Qué nombre recibe el conjunto de aspectos que una empresa ofrece a sus clientes para realizar las devoluciones de sus productos?

b) Política de devoluciones.

10. Son expresiones utilizadas para mostrar que se presta atención al interlocutor en una comunicación telefónica:

d) Las respuestas a y c son correctas.

ACTIVIDADES FINALES-PÁG.27

1. ¿Qué diferencia hay entre un cambio y una devolución de un producto?

Se considera devolución la acción de entregar al vendedor un producto adquirido previamente, a cambio del reembolso del dinero que se había pagado por él, sin ningún cargo y en la misma forma en la que se hizo el abono, mientras que cuando se realiza un cambio el vendedor reemplaza el producto que el cliente devuelve por otro igual o diferente sin realizar ningún tipo de reembolso monetario.

2. ¿Qué se entiende por proceso de atención al cliente?

Es posible definirlo como el conjunto de actividades, relacionadas entre sí, desarrolladas por la empresa vendedora y orientadas a satisfacer las necesidades de los clientes, identificando tanto sus necesidades actuales como futuras para que puedan ser satisfechas.

3. Las fases del proceso de atención al cliente que se muestran a continuación se encuentran desordenadas. Ordénalas e indica de forma breve qué actividades se realizan en cada una de ellas:

a) Entrega del pedido.

b) Inicio.

c) Posventa.

d) Gestión.

e) Obtención de información.

- Inicio.
- Obtención de información.
- Gestión.
- Entrega de pedido.
- Posventa.

4. Indica los motivos que con mayor frecuencia son causas de exclusión de la garantía de un producto.

- Que el artículo no se encuentre en el domicilio declarado en el contrato en el momento de la avería.
- Los daños relativos a la manipulación.
- Aquellos provocados por humedad, líquidos, vertidos, etc.
- La apertura o manipulación de los precintos de garantía.

5. ¿Qué medios utilizan las empresas para recoger información sobre el trato ofrecido a un cliente y el seguimiento en el proceso de venta?

- Encuestas telefónicas o en papel.
- Informes de ventas.
- Entrevistas con comerciales.
- Otros medios.

6. ¿Qué documentos deben enviarse al proveedor cuando se va a gestionar una devolución de productos comprados a través de una página web?

Un formulario de devolución o desistimiento.

7. ¿Qué tipos de garantías puede establecer un establecimiento a sus clientes?

Garantía legal y garantía comercial.

8. ¿Qué diferencias encuentras entre los dos tipos de garantías que puede ofrecer un establecimiento?

- La primera y fundamental es el tipo de obligatoriedad que existe en cuanto a su cumplimiento, la garantía legal es obligatoria según establece la ley, mientras que la garantía comercial es ofrecida de forma voluntaria y adicional a la garantía legal.
- La segunda diferencia estriba en los plazos, que en la garantía legal vienen marcados por la ley, mientras que en la garantía comercial son establecidos por el propio fabricante o comerciante.

- En tercer lugar, las cláusulas de la garantía comercial deben estar contenidas en el tique o factura de compra, para el conocimiento del consumidor, mientras que no es necesario en el caso de la garantía legal ya que el contenido viene establecido por ley.

9. Luis adquirió una plancha de vapor para viajes en la tienda Electrodomésticos TODOBIEN de su localidad. Transcurridos cinco días desde que la adquirió y sin haber llegado a utilizarla, decide que quiere cambiarla porque no le convence demasiado la utilidad que va a darle. Luis se acerca al establecimiento y comenta su decisión. El encargado le dice que si no tiene ningún desperfecto no puede realizar la devolución. ¿Es esto correcto? Una de sus amigas compró el mismo modelo a través de la web de este establecimiento y después de 10 días le devolvieron el importe. ¿Puede ser esto posible? Argumenta tus respuestas.

El establecimiento donde adquirió Luis la plancha ha actuado de forma correcta, legalmente no está obligado a efectuar la devolución de un producto si este no está en mal estado salvo que en su política de devoluciones se muestre lo contrario. Si la adquisición se realizó no de forma presencial como es el caso de su amiga, que se realizó a través de la web el establecimiento está obligado a efectuar la devolución con independencia del estado del producto en un plazo de 14 días naturales desde su recepción (derecho de desistimiento).

10. Sergio, dependiente en la empresa Electrox, atiende a un cliente que quiere realizar la devolución de un secador que adquirió hace dos días. El cliente cuenta que solo funciona la opción de aire frío. Sergio le atiende muy educadamente y le indica que le extiende un vale por el importe del secador. Pero el cliente quiere que le devuelva el importe pagado y no un vale. ¿Qué posición tiene la razón en este conflicto? Razona tu respuesta.

El cliente tiene derecho a que se le devuelva el importe cobrado por el artículo porque en este caso el producto que ha adquirido se encuentra defectuoso.

11. ¿Por qué crees que es importante guardar los documentos que justifican la realización de una compra?

Es importante guardar los documentos que justifican la realización de una compra (facturas completas, simplificadas) en el caso de que sea necesario realizar una devolución o reclamación de cualquier tipo. Justifican la fecha en la que se realizó la operación, el importe que se ha pagado por el artículo o servicio y la forma en la que se ha efectuado el pago, además del producto o servicio que se ha adquirido y la cantidad, en algunos casos incluyen las características de los mismos.

12. ¿Cuáles son las razones por las que algunos establecimientos realizan vales de devolución?

Lo realizan de forma voluntaria cuando el cliente ha optado por devolver el artículo sin causa justificada. De esta forma el cliente se compromete a adquirir en otro momento otro artículo en el mismo establecimiento por dicho importe.

13. Raquel es comercial en una inmobiliaria, y para ofrecer a sus clientes una visión más dinámica y real de los locales y pisos que tiene la empresa a la venta, utiliza presentaciones en 3D y, en el caso de vivienda nueva, maquetas que les ha facilitado la constructora. ¿Qué tipo de técnica de venta utiliza Raquel para realizar su trabajo?

Técnica de la demostración.

14. Copia en tu cuaderno, de la siguiente relación, el contenido mínimo de las facturas que indica la normativa vigente:

a) Número de serie.

b) Forma de pago.

c) Lugar y fecha de emisión.

d) Lugar de entrega.

e) Cuota de IVA.

f) Tipo impositivo.

g) Datos del emisor.

h) Datos del comercial que realiza la operación.

i) Descripción de la operación efectuada.

j) Forma de envío.

k) Contraprestación total.

15. Carmen está interesada en la compra de un disco duro de 2 T, para lo que visita el establecimiento Informática GG de su localidad. Es atendida por un comercial, que le explica las características de varios discos duros. Este le pregunta si está interesada en alguno de ellos y Carmen le responde que tendría que preguntar a su hijo si realmente necesita esa capacidad. ¿Es una objeción la respuesta de Carmen? En caso afirmativo, ¿de qué tipo sería?

Sí, la respuesta de Carmen es una objeción, el tipo de objeción es catalogada como excusa.

16. ¿Por qué crees que es importante conocer a los clientes potenciales a los que van dirigidos nuestros productos?

De este modo podrá ofrecerles una atención personalizada, adaptarse a sus necesidades y buscar la rentabilidad, centrándose en aquellos clientes que le resulten más interesantes.

17. La segmentación de clientes se utiliza en distintos departamentos y actividades de una empresa: ventas, marketing, desarrollo de productos, servicio de atención al cliente, RR.HH., finanzas, etc. En cada uno de ellos se estudia desde perspectivas diferentes. Investiga porqué sería importante y cómo afectaría a cada departamento la segmentación de clientes realizada en una empresa de compraventa de utensilios de cocina al por mayor.

Ventas: el departamento conocerá mejor las necesidades de sus clientes ofreciéndole productos que se adapten mejor a ellas y de esta manera aumentar sus ventas.

Marketing: si conoce los gustos de sus clientes, dónde viven, cómo piensan y cuáles son sus hábitos, la publicidad que la empresa haga de sus productos irá orientada en ese sentido, no pierde esfuerzos ni dinero en realizar campañas que no interesan a sus verdaderos clientes.

Desarrollo de productos: al conocer las necesidades de sus clientes, intentará innovar desarrollando materiales y productos que sus clientes esperan y necesitan. Nuevos usos para los utensilios, materiales más resistentes al lavavajillas, asas ergonómicas, etc.

Servicio de atención al cliente: adaptan los mensajes que lanzan a los clientes realmente a su forma de pensar, los conocen y hacen que el cliente quiera formar parte de la organización.

RRHH: buscan personal que se adapte a la filosofía del segmento de clientes que tiene la empresa de esta forma pueden empatizar con ellos.

Finanzas: los tipos de financiación que les ofrecen a sus clientes está totalmente adaptada porque conocen las necesidades que tienen y como viven en su día a día

18. Indica el tipo de objeción al que hacen referencia los siguientes enunciados:

- a) Yo compro la marca XX y no creo que esta otra marca sea mejor. Prejuicios.
- b) ¿Sabe si es posible lavarlo con detergente líquido? Objeciones reales.
- c) El precio del artículo es de 15 € más que el ofrecido por la competencia. ¿Ofrecen algo más que ellos? Prejuicios.
- d) El precio es muy elevado. Excusa.
- e) No tenemos suficiente presupuesto para adquirirlo. Objeciones reales.
- f) Tengo que consultar con la dirección si es posible realizar la compra. Excusa.
- g) ¿Podrían enviarlo a otra localidad distinta a esta? Objeciones reales.

19. Martina Gracia Romero adquirió unos zapatos en Zapaterías Don Tacón de Alicante por importe de 45 €, pero pasados 15 días quiere devolverlos. Cuando Martina llega al establecimiento observa que hay publicado, en un lugar muy visible, un cartel donde el establecimiento anuncia su política de cambios.

política de devoluciones:

Plazo: 30 días.

Imprescindible embalaje original.

Las devoluciones se hacen a través de vales sin fecha de caducidad.

- a) ¿Es una política de devoluciones adecuada a la normativa vigente?

Sí para aquellos casos que la devolución no sea por encontrar defectos en el producto.

- b) Confecciona el vale de devolución que la zapatería emitiría a doña Martina.

<p style="text-align: right;">Número:1</p> <p>Sra. MARTINA GARCÍA ROMERO</p> <p>VALE POR: cuarenta y cinco euros sin fecha de caducidad</p> <p>Zapaterías D. Tacón </p> <p>5 de enero de 20XX</p>	<p style="text-align: right;">Número: 1</p> <p>Sra. MARTINA GARCÍA ROMERO</p> <hr/> <p>VALE POR: CUARENTA Y CINCO EUROS SIN FECHA DE CADUCIDAD-----</p> <p>-----</p> <p> Zapaterías D. Tacón</p> <p style="text-align: right;">Alicante, 5 de enero de 20XX</p>
--	---

20. Juan García ha comprado una lavadora nueva en Electrodomésticos MMM, de Bilbao. Tres meses después de la compra, observa que el programa de lavado para prendas delicadas no funciona correctamente, ya que al utilizarlo ha estropeado una prenda. Él no ha sido consciente de este defecto antes, ya que hasta este momento no había utilizado ese programa y el resto de programas de lavado funcionaban correctamente, por lo que decide realizar una reclamación en el establecimiento donde adquirió la lavadora.

a) ¿Es posible que transcurridos tres meses cambien el electrodoméstico a Juan?

Sí el cliente tiene de dos años de garantía en productos nuevos por defectos

b) ¿Qué acciones puede considerar la tienda al amparo de la ley, además de la opción de cambiar el electrodoméstico?

Podría devolver el dinero al cliente o la reparación del electrodoméstico ampliando la garantía desde la fecha de la reparación

c) ¿Se hará responsable el establecimiento de la prenda que ha estropeado la lavadora?

Sí

21. Recupera una factura simplificada, pégala en tu cuaderno e identifica su contenido mínimo.

Respuesta abierta.

22. Investiga, utilizando diferentes fuentes (internet, periódicos, revistas, etc.), sobre establecimientos que utilicen en la comercialización de distintos productos las siguientes técnicas de venta: técnica del obsequio, técnica de la pregunta, técnica de la demostración y técnica de la venta personal.

Técnica del obsequio: revista *Cosmopolitan* regala gafas de sol.

Técnica de la pregunta: Jazztel en los *stands* de venta que tiene en centros comerciales.

Técnica de la demostración: la empresa de productos de belleza Mary Kay, realiza demostraciones de los productos en casa de los clientes, añadiendo a esta técnica otra que es la recomendación ya que las personas que asisten son recomendadas por el cliente anfitrión.

Técnica de la venta personal: cualquier establecimiento que tenga venta personal directa.



23. Investiga sobre los programas de fidelización de clientes y selecciona un ejemplo de un programa de puntos y otro de un programa de creación de tarjetas de clientes. Responde después a las siguientes preguntas:

Programas de fidelización	¿A qué tipo de clientes va dirigido?	¿Cuál es su principal objetivo?	¿Qué ofrece al cliente?	Explica el funcionamiento de cada programa.
Tarjeta Renfe	A todos los usuarios de Renfe que realicen viajes de larga distancia y media distancia.	Que los usuarios registrados utilicen sus servicios antes que otros de la competencia.	El cliente acumula puntos que puede canjear por viajes, además de ventajas como utilizar la sala de espera VIP en sus traslados.	Cada vez que el usuario registrado adquiere un billete de tren <i>online</i> o en la estación, se le adjudican una serie de puntos en función del importe de la compra. Cuando este importe llega a un mínimo puede canjearlo por trayectos gratis. El tipo de trayecto va en función de la cantidad de puntos acumulados.
Tarjeta tiendas Sergent Major	Usuarios que adquieran habitualmente ropa de niños de 0 a 15 años	Que los clientes adquieran los productos que ofrece este establecimiento antes que los de la competencia.	Descuentos promocionales, venta anticipada en rebajas, precios promocionales especiales para los clientes registrados.	El cliente no paga cuotas, es totalmente gratuita por ser socio del establecimiento y ofrece precios especiales y condiciones más ventajosas que para el resto de los clientes, y prioridad para las compras en periodos fijados por el establecimiento.

24. ¿Qué departamento se encarga de recabar información de los clientes?

El Departamento de Atención al Cliente es el encargado de recabar la información sobre los clientes y de resolver las incidencias que se puedan plantear. Las incidencias son una oportunidad de atender de manera eficaz las necesidades del cliente.

25. ¿Es posible que la garantía comercial que ofrece un establecimiento contradiga lo que estipula la garantía legal? Razona tu respuesta.

No nunca, la garantía comercial la ofrece voluntariamente el vendedor de manera adicional a la garantía legal pero nunca puede ser inferior o contraria a esta-

26. Señala el tipo de garantía al que se están refiriendo los siguientes enunciados:

- a) El concesionario Renault ofrece dos revisiones gratuitas en los dos años siguientes a la compra. G. Comercial.
- b) Almacenes Alcor tiene estipulado en dos años el periodo de devolución por defectos en el producto nuevo. G. Legal.
- c) Zara responde, en las devoluciones de un producto, sin objetar la razón con la devolución del dinero cobrado. G. Comercial.
- d) Fructosa tiene estipulado realizar las reparaciones técnicas que sean necesarias en los equipos de segunda mano que vende, durante el año siguiente a la compra. G. Legal.

e) Fructosa ofrece un servicio de puesta a punto en el domicilio del cliente para los equipos que vende. G. Comercial.

27. Teniendo en cuenta los datos que se indican en la siguiente tabla, identifica cada tipo de cliente con las características que lo definen:

TIPOS DE CLIENTES		
<p>La compañía Ikebana, domiciliada en Toledo, es una empresa comercial de mobiliario de oficina de estilo actual fabricado con materiales reciclados en diferentes colores. Sus productos van dirigidos a minoristas y mayoristas de muebles de oficina, ubicados en la península y en las islas, ya que aún no realiza operaciones internacionales.</p> <p>Actualmente cuenta con diferentes clientes con hábitos de compra muy distintos.</p>		
CLIENTE HABITUAL	CLIENTE POTENCIAL	CLIENTE OCASIONAL
<p>Acasa es una empresa minorista de Cuenca que todas las temporadas adquiere los muebles que ofrece Ikebana para la posterior venta a sus clientes.</p>	<p>Nunca han adquirido los productos de Ikebana, pero la organización sabe que se ajustan al perfil de público objetivo y que pueden llegar a ser clientes en un futuro.</p>	<p>Aurtur S.A. es una empresa minorista dedicada a la compraventa de muebles de oficina y ubicada en Logroño. Su proveedor habitual no puede servir un pedido de 250 estanterías y ha contactado con Ikebana para la adquisición.</p>

28. Martín Marín Alonso, con domicilio en Avda. Las Eras, 9 de Granada con DNI 60.987.765T compró utilizando la web de Deportes Neón S. L. con domicilio en C/ La Estación,8 de Toledo, CIF B-45 0098886 los siguientes productos:

- Rfa: 5678 A 2 pares de Zapatillas Neón plus número 42 PVP 75 €
- Rfa:9877Y 1 Pantalón corto deporte Neón azul talla M PVP 35 €

El pago lo realizó mediante transferencia bancaria y el plazo de entrega estaba fijado en 15 días.

Junto con la mercancía, Martín ha recibido la factura nº 56 de fecha 7 de enero 20XX.

El transporte se contrata con la Agencia Los Soles.

Revísala e identifica si es correcta, en caso contrario señala los fallos descubiertos y modifícalos por datos correctos teniendo en cuenta la información del enunciado.

EMITIDA POR:



Deportes Neón S.L.
C/ La Estación,8
45099 Toledo

N.I.F.: B-45 0098886

FACTURA N.º 33

Pedido n.º: 12

Albarán n.º: 55

Envío por: Agencia Los Soles

Forma de pago: Transferencia

Observaciones: Plazo de entrega mercancía 15 días desde la recepción de la nota de pedido.

DESTINATARIO:

Martin Marin Alonso
Avda. Las Eras, 9
18010 Granada
N.I.F.: 60.987.765T

FECHA 02- febrero- 20XX

CÓDIGO	CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	PRECIO unitario	I.V.A	R.E.	DIPORTE
Rfa: 5678 A	2	Zapatillas Neón plus número 32	75 €	10		125
Rfa: 9877Y	1	Pantalón largo deporte Neón azul talla M	35 €	21		35
I.V.A.	10%	21%	%	%	%	
R.E.						
Base Imponible.	125	35				160
Importe Impuesto.	12,5	7,31				19,81
TOTAL FRA.						179,81

FICHA DE TRABAJO 1-PÁG.30

Observa el gráfico y responde a las cuestiones que se plantean:

- 1) ¿Cuál es el porcentaje de los encuestados que siempre adquiere la misma marca? **12,2%**
- 2) ¿Qué porcentaje de encuestados, aunque prefiere una marca, en ocasiones adquiere otras? **20,7%**



- 3) ¿Qué significan las siglas NS/NC? **No sabe / no contesta** ¿Cuál es el porcentaje de los que han respondido de esta manera? **1,3%**
- 4) ¿Cuál es el porcentaje de clientes a los que les gustan varias marcas y las van alternando? **25,3%**
- 5) ¿Cuál es el porcentaje de encuestados que compran cualquier marca porque no tienen ninguna concreta? **40,5%**

1) Localiza en internet la información que se solicita para cumplimentar la siguiente tabla:

Establecimiento	Ofrece tarjeta y es gratuita	Ofrece descuentos exclusivos a sus clientes	Disponen de gasolineras (o de acuerdos) y ofrecen ventajas en ellas	Ofrecen un servicio de financiación
DÍA	<input checked="" type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No	<input checked="" type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No	<input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No	<input checked="" type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No
ALCAMPO	<input checked="" type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No	<input checked="" type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No	<input checked="" type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No	<input checked="" type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No
CARREFOUR	<input checked="" type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No	<input checked="" type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No	<input checked="" type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No	<input checked="" type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No
EL CORTE INGLÉS	<input checked="" type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No	<input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No	<input checked="" type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No	<input checked="" type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No
FNAC	<input checked="" type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No	<input checked="" type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No	<input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No	<input checked="" type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No
MERCADONA	<input checked="" type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No	<input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No	<input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No	<input checked="" type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No

2) Indica para cada una de las empresas en qué consisten las ventajas de disponer de la tarjeta de fidelización que ofrecen a sus clientes.

Día (<https://clubdia.dia.es/club-dia-que-es>). Dispone de un club día, que ofrece hasta el 50 % en descuentos, ofertas personalizadas, cupones exclusivos de la web y la opción de ir a la tienda sin dinero.

Alcampo (<https://www.alcampo.es/empresa/servicios/tarjeta-alcampo>). Con su tarjeta sus clientes pueden obtener descuentos exclusivos, pueden solicitar financiación de sus compras, elegir cómo pagar y repostar en sus gasolineras con mejores precios.

Carrefour (<https://www.carrefour.es/clubcarrefour/ventajas/>). Promociones especiales, 1 % de descuento en las compras, posibilidad de repostar de manera más económica en sus gasolineras y en otras concertadas, descuentos en seguros, compañías de energía, móviles y ópticas.

El Corte Inglés (<https://www.elcorteingles.es/nuestra-tarjeta/>). Facilidades de pago y crédito, financiación de determinadas promociones y bonificación de compras en Repsol, Campsa y Petronor. También ofrecen cupones descuento.

FNAC (https://www.fnac.es/ventajas_socios). Descuentos permanentes en compras, envíos gratuitos, eventos exclusivos para socios, invitaciones y entradas, descuentos y promociones especiales, financiaciones especiales y club Kids.

MERCADONA (<https://info.mercadona.es/es/servicios/tarjeta-mercadona>). Ofrece una tarjeta con la que sus clientes pueden realizar el pago (diario o mensual) de las compras que realicen en el supermercado.

3) Una de las tendencias actuales es la utilización del móvil en la realización y pago de las compras, ¿disponen las empresas analizadas de apps de este tipo? En caso afirmativo, ¿cuál crees que es la ventaja o ventajas para los clientes?

Actualmente los móviles se utilizan, además de como medio de comunicación, como pequeños portátiles desde los que podemos realizar cualquier tipo de operación, entre ellas las del pago de las compras que se realizan. Por ello, las empresas están incluyendo también al móvil como herramienta para fidelizar a los clientes, estos los llevan casi siempre con ellos y por lo tanto es otra forma de facilitarles las compras en sus establecimientos. Ya no es necesario, en algunos casos, acudir con dinero o tarjetas de crédito al supermercado, toda la información que se necesita está disponible en el móvil, se puede pagar con él.

4) Posiblemente tú, o alguno de tus familiares disponéis de tarjetas de fidelización. Explica a tus compañeros cuáles son y la ventajas de su uso.

Respuesta libre.

5) Piensa en algún producto que consumas de manera habitual y responde a las siguientes cuestiones:

a) Según el gráfico, qué tipo de comportamiento tienes tú respecto a la marca en la que has pensado. Argumenta tu respuesta.

Respuesta libre

b) ¿Qué podría ofrecerte una empresa para que te mantuviese fiel a su marca?

Respuesta libre, basada en los conocimientos adquiridos en la unidad.

FICHA DE TRABAJO 2-PÁG.31

1. Indica los principios de atención al cliente que se han incumplido en este caso.

- Falta de credibilidad de los clientes.
- Adaptabilidad a los clientes.
- Mala gestión en la resolución del problema.

2. Describe el proceso completo de la reclamación (indica los pasos y documentos que habrías cumplimentado tú ante esta situación).

El usuario acude a la agencia de viajes donde contrató la reserva y allí interpone una reclamación ante el Departamento de Atención al Cliente. Le responden, en menos de 48 horas, comunicándole que atenderán su petición lo antes posible y que en el plazo de una semana le darán una solución.

3. En el caso de que el usuario no esté conforme con la solución dada por la empresa, ¿podrá acudir al sistema arbitral de consumo?

Si, ya que la agencia de viajes está adherida al sistema arbitral de consumo.

Contesta a las siguientes cuestiones en relación con la atención telefónica que realiza Eduardo:

1. Suena el teléfono, pero en ese momento Eduardo está atendiendo a otro cliente. ¿Cómo debe disculparse con el otro cliente que está atendiendo en este momento para no dejar sonar el teléfono demasiado tiempo?

Al primer interlocutor Eduardo le debe decir: - Disculpe un momento, por favor, Sr. López.

2. Concluida la llamada anterior, el recepcionista ya puede atender la llamada entrante ¿Qué debe decir Eduardo a su nuevo interlocutor?

Buenos días/tardes le atiende Eduardo Martínez de MMN S. L. ¿En qué puedo ayudarle?

3. El cliente explica a Eduardo, que quiere conocer los detalles del nuevo modelo de bicicleta de montaña que la empresa MMN, S. L. ha lanzado al mercado. Eduardo ha anotado todo lo que dice el cliente, pero no ha entendido bien algunos datos ¿cómo debe preguntar al interlocutor por lo que no ha entendido?

- Disculpe ¿Le importaría repetirme en qué tipo de ruedas está Vd. interesado?

4. El cliente no se ha identificado. ¿Qué expresión usaría Eduardo para saber quién llama?

- ¿Me podría indicar su nombre para poder dirigirme a usted?

5. El cliente le dice a Eduardo que se llama Enrique y es el dueño de una tienda de bicicletas de Madrid llamada «La Bicicletería». Eduardo le indica que va a transferir la llamada al Departamento de Ventas donde Roberto, un experto en bicicletas de montaña, le va a explicar todos los detalles del nuevo modelo. Antes de hacerlo se despide de él cortésmente, ¿cómo?

- Voy a transferir la llamada al departamento de Ventas donde Roberto, que es experto en bicicletas de montaña, le explicará todos los detalles del nuevo modelo de bicicleta de montaña. Que tenga un buen día/buenas tardes.

6. El recepcionista transfiere la llamada al Departamento de Ventas ¿Cómo le cuenta toda esta información a Roberto?

En este caso se trata de una comunicación interna, aun así, se deben guardar las normas de educación y cortesía. Además, se debe seguir un orden para que Roberto pueda entender mejor qué información necesita el cliente. Por ejemplo, Eduardo puede decir:

- Buenos días/Tardes Roberto, tengo al teléfono a Enrique de la Bicerletería que quiere información sobre el nuevo modelo de bicicleta de montaña que hemos sacado al mercado hace poco, está especialmente interesado en aspectos técnicos como el tipo de frenos, el tipo de suspensión trasera y delantera, y si dispone de versión de ruedas *tubeless*.

¿Lo puedes atender en este momento? ... Te transfiero la llamada. Un saludo.