



## Bloque 4

# Cómo generar empatía con tus clientes

Elaborado por El certamen de los Líderes en Servicio  
Sotto Tempo Advertising  
2016

# Bloque 4

## Cómo generar empatía con tus clientes



**¡Gracias por descargar nuestros Tips de Atención al Cliente!**

Estás ante el último de los 4 bloques formativos a modo de “tips” que Sotto Tempo Advertising ha creado para impulsar la **mejora de la calidad del servicio de atención al cliente** ofrecido, basándose en su experiencia en el certamen Elegido Servicio de Atención al Cliente del Año.

**Esperamos que lo hayas disfrutado**



**Blanca Gener**

Formadora & Coach Líderes en Servicio

# Bloque 4

## Cómo generar empatía con tus clientes



### CONTENIDO

Bloque 1. El poder de la escucha activa

Bloque 2. La gestión emocional en reclamaciones y quejas

Bloque 3. La transformación digital en atención al cliente

**Bloque 4. Cómo generar empatía con tus clientes**



## ÍNDICE DE CONTENIDOS

### LA GESTIÓN EMOCIONAL: RECLAMACIONES Y QUEJAS

1.	Definición	4
2.	La educación en la empatía	7
3.	Requisitos de la empatía	9
4.	Cómo fomentar la empatía	11
5.	Pasos para expresarla	12
6.	Ejercicio	16

## 1. Definición



### La empatía..

Habilidad fundamental en el servicio de atención al cliente

Consiste en darnos cuenta de lo que sienten los demás sin necesidad de que nos lo digan.

Ponernos en la piel de otro, a diferencia de la simpatía que es la inclinación afectiva entre personas generalmente espontánea y mutua.

A nivel práctico la simpatía no implica comprensión, tan solo afección y cercanía.

La empatía requiere distancia y comprensión, sin necesidad de compartir la forma de entender la vida, valores, creencias etc..

## 1. Definición

La empatía se manifiesta en diferentes grados

desde

capacidad de captar,  
identificar e interpretar  
emociones ajenas

hasta

percibir y responder a  
emociones no expresadas y  
comprender los problemas  
que se ocultan detrás de  
otros sentimientos.



Recientes investigaciones revelan que el elemento clave para comprender el universo emocional en el que se mueven los demás depende de lo familiarizados y avanzados que nos hallemos con el nuestro.

Es decir la base de la empatía es la capacidad de conocer y reconocer nuestras propias emociones y sus efectos.

## 1. Definición

La conciencia emocional es primordial para permitirnos registrar las señales corporales previas a las emociones.

Las emociones se comunican de un modo no verbal y se manifiestan a través del cuerpo.

*La empatía empieza por uno mismo*



más del **90%** de los mensajes emocionales es de naturaleza **no verbal** (tono de voz, posturas, movimientos corporales, gestos, muecas) y que estos mensajes suelen captarse de manera inconsciente.

Las habilidades que nos permiten desempeñar adecuadamente esta tarea de interpretación de las señales no verbales se aprenden de forma tácita, y desde la infancia.



## 2. La educación en la empatía

NO HAGAS SIEMPRE A LOS DEMÁS  
AQUELLO QUE DESEES PARA TI:

ELLOS PUEDEN TENER  
GUSTOS DISTINTOS

BERNARD SHAW



## 2. La educación en la empatía

Para educar la empatía es necesario trabajar la atención y la escucha y debe fomentarse desde la más tierna infancia.

¡SIN ESCUCHA NO HAY EMPATÍA!

### Es necesario...

**Que se tenga un importante autocontrol**, sentido de los límites y de respeto por la diversidad del tu cliente.

### Evitar la implicación emocional con el cliente.

Cuando nos implicamos, mezclamos experiencias y vivencias con las del otro perdiendo la distancia adecuada.





### 3. Requisitos de la empatía

NO HAGAS A LOS DEMÁS AQUELLO QUE NO QUIERAS QUE TE HAGAN A TI

ES UNO DE LOS PRINCIPIOS DE LA ÉTICA.

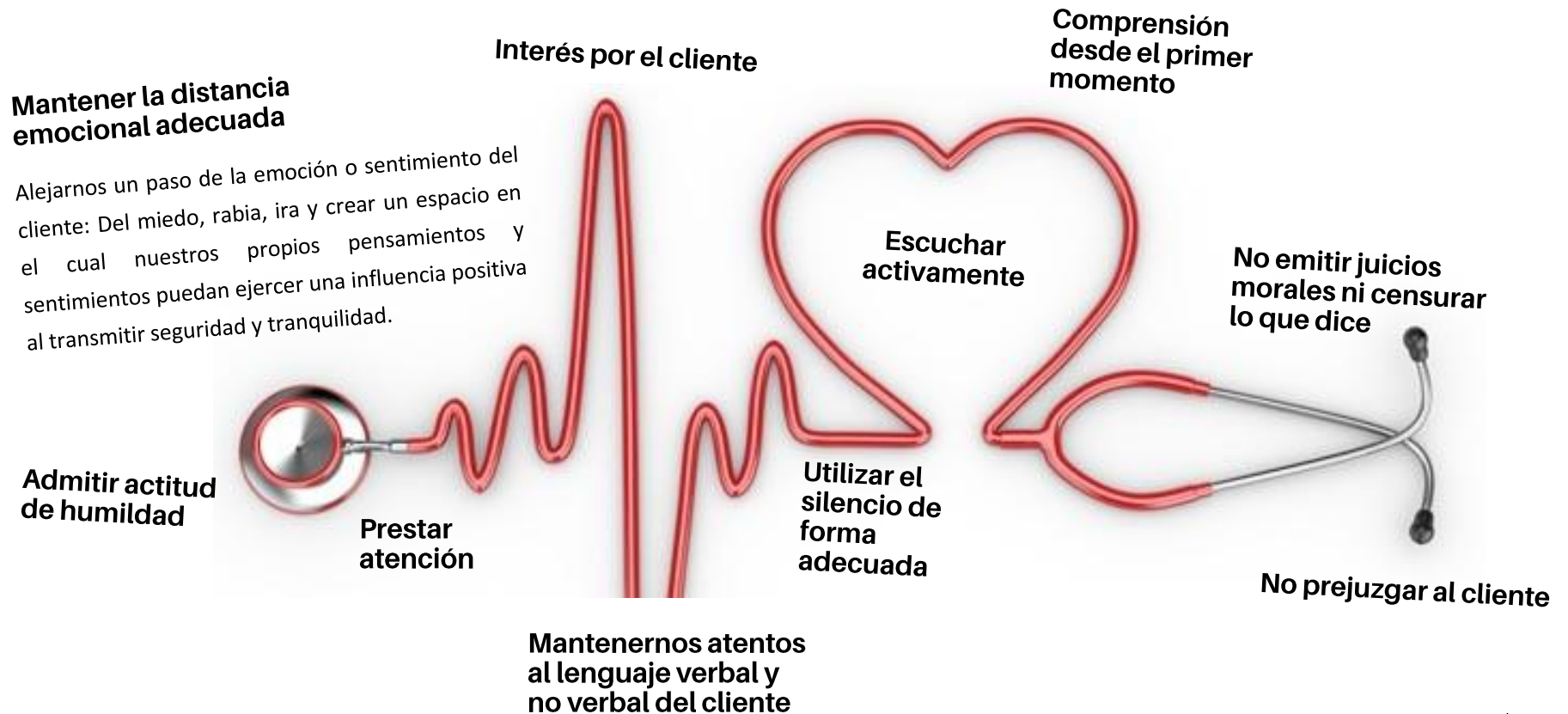
PERO ES IGUALMENTE JUSTIFICADO AFIRMAR:

TODO AQUELLO QUE HAGAS A LOS DEMÁS, TAMBIÉN TE LO HACES A TI MISMO.

ERICH FROMM

### 3. Requisitos de la empatía

Para mantener una relación empática con nuestros clientes deben cumplirse ciertos requisitos importantes:





## 4. Cómo fomentar la empatía

FORMULAR PREGUNTAS CON FINAL ABIERTO.

AVANZAR SUAVEMENTE.

EVITAR HACER JUICIOS.

CUIDAR EL LENGUAJE CORPORAL.

RESPECTAR EL RITMO

ESTABLECER LÍMITES.



## 5. Pasos para expresarla



**1** Las preguntas siempre pueden ayudar al cliente a avanzar desde un estado emocional hacia un territorio más racional.

*¿Qué cree que puedo hacer para mejorar la situación?*

*Y usted... ¿qué opina de ello?*

*¿Cómo siente en este momento de cambio?*

*¿Qué desea obtener con esto?*

*¿Hay algo que yo pueda hacer por usted?*

**2** Avanzar paso a paso

*Ayudar al cliente a tomar el tiempo que considere oportuno para comprender la experiencia que vive. En ocasiones es conveniente hacer un “parón” y “rebobinar” para analizar la situación y experiencia. Fomentar que el cliente se cuestione la situación evitando de esta forma contestar con nuestras respuestas propias a sus problemas. El avanzar paso a paso promueve y fomenta la reflexión.*



## 5. Pasos para expresarla

3

Evitar emitir juicios de valor

*Cuando utilizamos frases tipo: «Lo que te pasa es que... porque...», el cliente que las recibe y siente que se le está juzgando, y hasta condenando. Son comentarios que tienden a “etiquetar” nuestras conductas, a valorarlas e incluso llegando a encasillarlas. Hacen sentir al cliente como si fuera un número...”soy uno más” alejándonos de la personalización.*

*El poder de la empatía se manifiesta en el hecho de estar centrado en experiencias que se basan en el momento presente ( en el aquí y en el ahora).*



4

Cuidar el lenguaje corporal



*Cuando nos hallamos en un intercambio emocional con otra persona, nuestros sistemas nerviosos se comunican. Si nos relacionamos con gente agresiva o impulsiva, nuestras reacciones físicas tienden a parecerse (nuestra respiración se acelera, el corazón palpita más rápido, los músculos se tensan ) y empezamos a sentir los efectos de la ira: se ha producido un contagio emocional. **Las emociones se contagian***



## 5. Pasos para expresarla

### 4 Cuidar el lenguaje corporal

*Percibimos algunas interacciones como reparadoras o nutritoras y en cambio otras como tóxicas.*

*La buena noticia es que también se pueden contagiar los estados emocionales positivos: la alegría, el entusiasmo...*

*Nuestro cuerpo gracias a las neuronas espejo tiende a colocarse en sintonía o armonía emocional con el de los demás.*



La sonrisa es una de las expresiones de empatía más poderosas de la que disponemos los seres humanos. Cuando sonreímos la otra persona también experimenta un deseo automático, que en ocasiones puede resultar casi irresistible.

**La sonrisa es un elemento que no podemos olvidar en la interacción con nuestros clientes.**

## 5. Pasos para expresarla

### 5

#### Respetar el ritmo

*Cada uno de nuestros clientes sigue un ritmo propio en su relato y en su historia. Es necesario aprender a no forzar, ni mucho menos meter prisas, o apremiar deseando terminar la conversación.*



### 6

#### Establecer límites

*Compartir algo personal con nuestro cliente, sobre nosotros mismos, con la intención de cambiar el estado de nuestro cliente no siempre suele ser una estrategia acertada, ya que desvía la atención del cliente.*

*La empatía nos debe permitir entender sin prejuicios lo que quiere decir nuestro cliente sin necesidad de que este nos hable. Pero para poder hacerlo es necesario establecer límites afectivos y cognitivos entre él y nosotros.*





## 6. Ejercicio

Este ejercicio ayuda a desarrollar y fomentar la empatía con nuestros clientes. Conviene realizarlo y aplicarlo cada vez que encuentres un cliente que no te agrada y tengas dificultades de relación.



### IDENTIFICAR UN CLIENTE O PERSONA QUE NOS DISGUSTE.

Cuanto mas cercanía y conocimiento tengamos sobre esa persona y más implicación emocional exista entre ambos, mejor para el propósito del ejercicio.



### ENUMERAR AQUELLAS ACTITUDES Y CONDUCTAS QUE NOS DESAGRADAN DE ELLA



### BUSCAR LA INTENCIÓN POSITIVA DE SU CONDUCTA

Sin juicio ni crítica por tu parte.



### IDENTIFICAR Y DESCRIBIR UN COMPORTAMIENTO TUYO

Que sea parecido a aquel que te disgusta de la persona en cuestión .Es importante que sea capaz de mirarte con espíritu de auto-crítica.



Sotto Tempo Advertising  
+34 93 205 85 80 | [media@sottotempo.com](mailto:media@sottotempo.com)