



Comunicació presencial en l'atenció al client

Carlos i Laura, companys de feina, xerraran durant el descans. Laura confia estar preocupada per una pròxima presentació que ha de realitzar sobre les reclamacions dels clients a l'empresa. Està nerviosa, tement que els assistents no mostrin interès en el tema.

Carlos, amb ànim d'ajudar, li suggereix incloure exemples reals per captar l'atenció de l'audiència i practicar amb algú de confiança per sentir-se més segura. A més, li recorda que el tema de la seva presentació, centrat a millorar les relacions amb els clients, és crucial per a l'empresa. També li assegura que ella té un ampli coneixement sobre l'assumpte, cosa que serà evident per a tothom.

Les paraules de Carlos reconforten Laura, qui somriu amb agraïment.

—Tens tota la raó, gràcies per recordar-me'l. Espero poder transmetre el meu missatge de forma clara i despertar l'interès de tots —respon amb determinació.

- a) De quina manera hauries de preparar-te per a la teva presentació?**
- b) Com hauria de ser la teva exposició?**
- c) Com ha de ser la teva comunicació verbal i no verbal per presentar-te?**
- d) Com has de cuidar la teva imatge personal per ocupar aquest lloc?**

a) De quina manera hauries de preparar-te per a la teva presentació?

Preparant un guió senzill, incloent exemples reals, assajant diverses vegades (millor amb algú de confiança) i organitzant bé la informació per transmetre seguretat.

b) Com hauria de ser la teva exposició?

Clara, estructurada i dinàmica. Ha d'explicar l'essencial sense allargar massa, recolzant-se en exemples i mantenint un ritme natural perquè el públic mantingui l'interès.

c) Com ha de ser la teva comunicació verbal i no verbal?

Verbal: Parlar amb veu ferma, pausada i clara.

No verbal: Mantenir contacte visual, postura oberta, gestos naturals i evitar moviments nerviosos.

d) Com has de cuidar la teva imatge personal per ocupar aquest lloc?

Mostrant una aparença professional: roba adequada a l'entorn de treball, higiene acurada, ordre en el teu material i una actitud segura i respectuosa.



Activitats

1. Dels mitjans següents, quins són mitjans de comunicació i quins d'informació?

- a) Periòdic:** Mitjà d'informació (unidireccional).
- b) Telèfon:** Mitjà de comunicació (bidireccional).
- c) Contestador automàtic:** mitjà d'informació (unidireccional).
- d) Correu electrònic:** Mitjà de comunicació (bidireccional).
- e) Videoconferència:** Mitjà de comunicació (bidireccional).
- f) Tanca publicitària:** Mitjà d'informació (unidireccional).

2. Intenta transmetre un missatge a un company que tinguis a prop. Quins senyals us proporciona aquest per saber si el missatge us ha arribat i us ha entès?

Els senyals que pot proporcionar el company per indicar que ha rebut i entès el missatge inclouen:

- Assentiments amb el cap
- Contacte visual
- Expressions facials de comprensió
- Respostes verbals confirmant la recepció del missatge
- Preguntes per aclarir dubtes
- Parafraseig del missatge rebut
- Gestos afirmatius amb les mans

3. Posa exemples reals o de la teva invenció per a cadascun dels elements de la comunicació en un entorn empresarial.

- ****Emissor****: El director de recursos humans que envia un comunicat sobre nous horaris laborals.



Comunicació presencial en l'atenció al client

- ****Receptor****: Els empleats que reben el comunicat.
- ****Missatge****: "A partir del proper mes, s'implementarà un horari flexible per millorar la conciliació laboral".
- ****Canal****: Correu electrònic corporatiu o intranet de l'empresa.
- ****Codi****: Idioma espanyol formal amb terminologia empresarial.
- ****Feedback****: Respostes dels empleats amb dubtes o confirmant la recepció.
- ****Interferències****: Problemes tècnics a la xarxa que impedeixen que alguns empleats rebin el correu.

4. Júlia Medina treballa com a tècnica d'activitats comercials al taulell d'atenció al client d'una gran superfície comercial i rep un client que sol·licita informació sobre la garantia d'un producte. Determina els elements que intervenen en aquest procés de comunicació.

- ****Emissor****: El client que sol·licita informació.
- ****Receptor****: Júlia Medina, tècnica d'activitats comercials.
- ****Missatge****: Consulta sobre la garantia d'un producte.
- ****Canal****: Comunicació oral presencial al taulell.
- ****Codi****: Llenguatge verbal (idioma espanyol) i no verbal (gestos, expressions facials).
- ****Context****: Taulell d'atenció al client d'una gran superfície comercial.
- ****Feedback****: La resposta de la Júlia sobre la garantia i possibles preguntes addicionals del client.
- ****Interferències****: Possible soroll ambiental de la botiga, altres clients esperant, etc.

5. Descriu tres possibles barreres de comunicació en una empresa i planteja solucions per superar-les.

1. ****Barrera ambiental: Soroll excessiu a l'oficina****
 - ****Solució****: Implementar zones de silenci, utilitzar materials acústics per reduir el soroll, establir sales de reunions insonoritzades.
2. ****Barrera verbal: Ús d'argot tècnic amb persones no especialitzades****



Comunicació presencial en l'atenció al client

- ****Solució****: Adaptar el llenguatge al receptor, utilitzar explicacions senzilles, proporcionar glossaris de termes tècnics, verificar la comprensió mitjançant preguntes.

3. ****Barrera interpersonal: Prejudicis entre departaments****

- ****Solució****: Organitzar activitats d'integració entre departaments, implementar projectes col·laboratius, fomentar la rotació temporal de llocs per entendre el treball d'altres equips, establir canals de comunicació oberts.

6. Observa un breu vídeo d'una situació comunicativa en una empresa (per exemple, una reunió, una atenció telefònica o una entrevista). Identifica en una taula els elements de la comunicació presents (emissor, receptor, canal, codi, missatge, context) i comenta si la comunicació ha estat eficaç o no, justificant-ne la resposta.

Nota: Aquesta activitat requereix observar un vídeo específic. A continuació es presenta un exemple de com es podria completar la taula i l'anàlisi.

Element	Descripció
-----	-----
Emissor	Gerent de vendes presentant resultats trimestrals
Receptor	Equip de vendes (8 persones)
Canal	Presentació presencial amb suport de diapositives
Codi	Llenguatge verbal formal amb terminologia de vendes i gràfics visuals
Missatge	"Hem superat els objectius del trimestre un 15% gràcies a la nova estratègia"
Context	Sala de reunions de l'empresa, ambient formal però distès

****Anàlisi d'eficàcia****: La comunicació va ser eficaç perquè l'emissor va utilitzar un llenguatge clar i adaptat a la seva audiència, va complementar la informació verbal amb suport visual, va mantenir contacte visual amb els receptors i van mostrar senyals de comprensió mitjançant assentiments i preguntes pertinents. El missatge va ser rebut correctament com ho demostren les intervencions posteriors dels membres de l'equip.



Comunicació presencial en l'atenció al client

7. Elabora un exemple de feedback implícit i un altre de feedback explícit que podrien donar-se en una reunió de treball.

****Feedback implícit****: Durant la presentació d'un projecte, diversos membres de l'equip assenteixen amb el cap, somriuen i prenen notes detallades, mostrant interès i aprovació sense expressar-ho verbalment.

****Feedback explícit****: En finalitzar la presentació, un membre de l'equip diu: "Em sembla una proposta molt completa. Estic d'acord amb els objectius plantejats, encara que suggeriria revisar el cronograma per ajustar els terminis de lliurament".

8. Descriu les cinc etapes del procés de comunicació amb un exemple pràctic en un entorn laboral.

****Exemple****: Un supervisor ha de comunicar al vostre equip un canvi en el procediment d'atenció al client.

1. ****Elaboració del missatge****: El supervisor organitza les seves idees sobre el nou procediment, identificant els punts clau que ha de transmetre i anticipant possibles dubtes.
2. ****Codificació del missatge****: Prepara una presentació amb diapositives clares i un document escrit amb instruccions pas a pas, utilitzant un llenguatge tècnic però comprensible per al vostre equip.
3. ****Elecció del canal****: Decideix convocar una reunió presencial per explicar els canvis, complementada amb l'enviament posterior del document per correu electrònic.
4. ****Decodificació del missatge****: Durant la reunió, els membres de l'equip escolten l'explicació, observen les diapositives i prenen notes interpretant la informació segons la seva experiència prèvia.



Comunicació presencial en l'atenció al client

5. ****Resposta o feedback****: Els empleats fan preguntes específiques sobre el nou procediment, comparteixen inquietuds i confirmen la seva comprensió, permetent al supervisor aclarir dubtes i reforçar aspectes importants.

9. Creus que el procés de comunicació finalitza quan el receptor rep el missatge? Raona la teva resposta.

No, el procés de comunicació no finalitza quan el receptor rep el missatge, sinó quan es completa el cicle amb la resposta o el feedback del receptor. La comunicació és un procés bidireccional que requereix intercanvi d'informació en ambdós sentits per ser efectiva.

Quan el receptor proporciona feedback (verbal o no verbal), l'emissor original pot verificar si el vostre missatge va ser comprès correctament i, si cal, aclarir malentesos o ampliar la informació. Aquest intercanvi continu és allò que distingeix la comunicació de la simple transmissió d'informació.

A més, sense feedback, l'emissor no pot saber si el missatge va ser rebut, interpretat correctament o si va generar l'efecte desitjat. Per tant, el procés de comunicació només es completa quan hi ha aquesta retroalimentació, convertint el receptor en emissor i viceversa en un cicle dinàmic.

10. Per parelles, interpreteu a classe una escena de comunicació on s'observin les diferents etapes del procés de comunicació.

***Nota:** Aquesta activitat requereix una interpretació presencial. A continuació es presenta un guió que es podria utilitzar per a la interpretació.*

****Escena: Entrevista de treball****

****Etapa 1: Elaboració del missatge****

***Entrevistador pensa*:** "Necessito conèixer l'experiència del candidat en atenció al client i la seva capacitat per resoldre problemes."

****Etapa 2: Codificació del missatge****



Comunicació presencial en l'atenció al client

Entrevistador: "Bon dia, gràcies per venir. M'agradaria que m'expliqués sobre alguna situació difícil amb un client i com la va resoldre."

****Etapa 3: Elecció del canal****

La comunicació es realitza cara a cara en un despatx, amb contacte visual i to professional però proper.

****Etapa 4: Descodificació del missatge****

Candidat escolta atentament, assenteix i reflexiona breument sobre la pregunta.

****Etapa 5: Resposta o feedback****

Candidat: "En la meua feina anterior, vaig haver de gestionar la reclamació d'un client molt insatisfet perquè la seva comanda va arribar amb retard. Vaig escoltar atentament les seves queixes, em vaig disculpar sincerament i li vaig oferir un descompte en la seva propera compra, a més d'assegurar-li que prendrem mesures perquè no tornés a passar. El client va agrair la meua atenció."

Entrevistador assenteix i pren notes, mostrant interès en la resposta.

11. Analitza un procés de comunicació real o simulat i identifica cadascuna de les etapes, possibles interferències i el tipus de feedback rebut.

****Situació****: Reunió departamental per presentar un nou programari de gestió de projectes.

a) ****Descripció de la situació****: El director de tecnologia presenta al seu equip un nou programari que hauran d'implementar les properes setmanes. La reunió es fa a la sala de conferències amb 12 assistents.

b) ****Emissor****: Director de tecnologia

****Missatge****: Informació sobre el nou programari, les seves funcionalitats i el cronograma d'implementació

****Canal****: Presentació oral amb suport de diapositives i demostració en viu del programari



Comunicació presencial en l'atenció al client

c) ****Interferències identificades****:

- Soroll ambiental: Obres a l'edifici contigu que dificulten escoltar clarament
- Barrera tècnica: Fallada momentània en la connexió durant la demostració del programari
- Barrera de coneixement: Alguns membres de l'equip no estan familiaritzats amb la terminologia tècnica utilitzada

d) ****Feedback rebut****:

- Feedback implícit: Alguns membres de l'equip mostren expressions de confusió durant l'explicació tècnica, d'altres assenten i prenen notes detallades.
- Feedback explícit: En finalitzar la presentació, diversos empleats fan preguntes específiques sobre la implementació i un expressa preocupació per la corba d'aprenentatge.

La comunicació va ser parcialment eficaç. Tot i que el missatge principal va ser transmès, les interferències tècniques i de coneixement van limitar la comprensió completa per part de tot l'equip. El director va identificar aquestes dificultats gràcies al feedback rebut i va programar sessions addicionals de formació personalitzada.

12. Realitza un debat sobre com canvien les barreres de comunicació quan s'interactua amb persones de diferents cultures. Reflexiona sobre com els prejudicis i la percepció afecten el procés comunicatiu.

Nota: Aquesta activitat requereix un debat grupal. A continuació es presenten alguns punts clau que es podrien abordar en aquest debat.

****Punts per al debat sobre barreres de comunicació intercultural:****

1. **Barreres lingüístiques**:

- Diferències al domini de l'idioma comú
- Expressions idiomàtiques que no tenen traducció directa
- Malentesos per pronunciació o accents diferents



Comunicació presencial en l'atenció al client

2. ****Barreres no verbals****:

- Gestos amb significats diferents segons la cultura (ex. assentir amb el cap)
- Diferències en la distància personal acceptable
- Interpretació del contacte visual (senyal de respecte o desafiament)

3. ****Barreres de percepció****:

- Estereotips culturals que condicionen la interpretació dels missatges
- Diferents marcs de referència per interpretar situacions
- Valors culturals que influeixen en la priorització de la informació

4. ****Impacte dels prejudicis****:

- Tendència a avaluar negativament comportaments diferents dels propis
- Filtratge selectiu d'informació que confirma estereotips preexistents
- Resistència a modificar percepcions inicials

5. ****Estratègies per superar aquestes barreres****:

- Desenvolupar consciència cultural i obertura a la diversitat
- Practicar l'escolta activa i verificar-ne la comprensió
- Adaptar l'estil comunicatiu segons el context cultural
- Buscar punts en comú com a base per a la comunicació

13. Realitza una cerca d'informació a Internet sobre les barreres de comunicació que sorgeixen a l'entorn digital, especialment a la feina remota i en videoconferències. Elabora un informe on expliquis les barreres identificades i les millors pràctiques per superar-les.

INFORME: BARRERES DE COMUNICACIÓ EN ENTORNS DIGITALS

1. Introducció

L'auge del treball remot i les videoconferències ha transformat la manera com ens comuniquem professionalment, introduint noves barreres que poden afectar



Comunicació presencial en l'atenció al client

l'eficàcia de la comunicació. Aquest informe analitza les principals barreres identificades i proposa estratègies per superar-les.

2. Barreres tècniques

2.1. Problemes de connectivitat

- Connexions inestables que provoquen talls a la comunicació
- Diferències a la qualitat d'internet entre participants
- Limitacions d'ample de banda que afecten la qualitat audiovisual

2.2. Errors a les plataformes

- Incompatibilitats entre dispositius i programari
- Problemes d'àudio (eco, retroalimentació, soroll de fons)
- Dificultats amb la compartició de pantalla o documents

3. Barreres relacionades amb l'entorn físic

3.1. Distraccions domèstiques

- Interrupcions per familiars o mascotes
- Sorolls ambientals no controlables
- Espais de treball inadequats

3.2. Fatiga digital

- "Zoom fatigue" o cansament per videoconferències perllongades
- Sobrecàrrega d'informació per múltiples canals digitals
- Dificultat per desconnectar del treball

4. Barreres de comunicació no verbal

4.1. Limitacions visuals

- Pèrdua de llenguatge corporal complet (només es veu rostre i espatlles)



Comunicació presencial en l'atenció al client

- Dificultat per interpretar expressions facials en baixa resolució
- Impossibilitat d'establir contacte visual directe

4.2. Absència de senyals socials

- Pèrdua de converses informals pre/post reunió
- Dificultat per detectar reaccions emocionals
- Problemes per gestionar els torns de paraula

5. Millors pràctiques per superar aquestes barreres

5.1. Optimització tècnica

- Realitzar proves tècniques prèvies a reunions importants
- Invertir en equipament adequat (auriculars, càmera, il·luminació)
- Tenir plans alternatius en cas de fallades (números de telèfon, plataformes alternatives)

5.2. Estructuració de la comunicació

- Establir agendes clares i compartir-les amb antelació
- Designar un moderador per a reunions amb múltiples participants
- Implementar protocols per sol·licitar torn de paraula

5.3. Foment de la participació

- Realitzar comprovacions periòdiques de comprensió
- Utilitzar eines interactives (enquestes, pissarres virtuals)
- Alternar presentacions amb discussions en petits grups

5.4. Compensació de la manca de comunicació informal

- Programar espais virtuals per a socialització
- Fomentar canals de comunicació asíncrona per a temes no urgents
- Realitzar check-ins personals a l'inici de les reunions



Comunicació presencial en l'atenció al client

6. Conclusió

Les barreres de comunicació en entorns digitals requereixen un enfocament conscient i estratègic. Combinant solucions tècniques amb adaptacions als protocols de comunicació, és possible crear un entorn digital que faciliti una comunicació efectiva i mantingui la cohesió dels equips remots.

14. Selecciona un exemple d'un problema de comunicació dins una empresa (pot ser un cas real o fictici) i analitza quines barreres de comunicació hi eren. Exposa com es podrien haver superat aquestes barreres.

ANÀLISI DE CAS: PROBLEMA DE COMUNICACIÓ EN EMPRESA TECNOLÒGICA

Descripció del cas

L'empresa "TechSolutions" va experimentar un greu problema quan va llançar una actualització del seu principal programari que contenia errors crítics. Tot i que diversos desenvolupadors júnior havien detectat aquests problemes durant les proves, la informació no va arribar adequadament als responsables d'aprovar el llançament. Com a resultat, milers de clients se'n van veure afectats, l'empresa va haver d'emetre disculpes públiques i treballar durant un cap de setmana complet per corregir els errors.

Barreres de comunicació identificades

1. Barrera jeràrquica

Els desenvolupadors júnior no es van sentir còmodes comunicant directament les seves preocupacions als directors del projecte, seguint un protocol que requeria informar primer els supervisors immediats.

2. Barrera de percepció

Els supervisors de nivell mitjà van interpretar els problemes reportats com a "detalls menors" que podien solucionar-se en futures actualitzacions, subestimant el seu impacte real en els usuaris.



Comunicació presencial en l'atenció al client

3. Barrera de sobrecàrrega informativa

Els informes d'errors es van enviar per correu electrònic juntament amb desenes d'altres missatges diaris, diluint-ne la importància i la visibilitat.

4. Barrera de temps

La pressió per complir amb la data límit de llançament va fer que es prioritzés la velocitat sobre la verificació exhaustiva dels informes d'errors.

5. Barrera de canal inadequat

La comunicació de problemes tècnics complexos es va realitzar principalment per escrit, sense reunions presencials que permetessin explicacions detallades.

Solucions proposades

1. Per superar la barrera jeràrquica

- Implementar un sistema d'alerta vermella que permeti a qualsevol empleat assenyalar problemes crítics directament als responsables de presa de decisions.
- Crear una cultura de comunicació oberta on es valori el feedback de tots els nivells.

2. Per superar la barrera de percepció

- Establir criteris objectius per classificar la gravetat dels errors.
- Implementar revisions creuades on diferents equips avaluin els problemes reportats.

3. Per superar la barrera de sobrecàrrega informativa

- Crear un canal específic per reportar errors crítics, separat del correu electrònic general.
- Utilitzar un sistema de gestió de projectes amb etiquetes de prioritat visibles.

4. Per superar la barrera de temps

- Incorporar "períodes de contingència" als cronogrames de projecte.



Comunicació presencial en l'atenció al client

- Establir que la qualitat és un requisit no negociable, fins i tot si implica endarrerir llançaments.

5. Per superar la barrera de canal inadequat

- Programar reunions breus diàries on es puguin discutir problemes tècnics cara a cara.
- Utilitzar demostracions visuals dels errors per facilitar-ne la comprensió.

Conclusió

Aquest cas il·lustra com múltiples barreres de comunicació es poden combinar i crear problemes significatius en una empresa. La implementació de canals de comunicació més directes, criteris objectius per avaluar problemes i una cultura que valori el feedback de tots els nivells, hauria permès identificar i resoldre els errors abans del llançament, evitant danys a la reputació de l'empresa i millorant la satisfacció del client.

15. Investiga i presenta un informe sobre les barreres de comunicació més comunes als entorns laborals moderns, proporcionant exemples d'empreses que hagin enfrontat dificultats a causa d'aquestes barreres.

INFORME: BARRERES DE COMUNICACIÓ EN ENTORNS LABORALS MODERNS

1. Introducció

La comunicació efectiva és fonamental per a l'èxit empresarial, però els entorns laborals moderns presenten desafiaments únics que poden obstaculitzar aquest procés. Aquest informe analitza les barreres de comunicació més comunes en l'àmbit laboral actual, il·lustrant cadascuna amb casos reals d'empreses que han experimentat dificultats significatives a causa d'aquestes barreres.

2. Barreres tecnològiques

2.1. Sobrecàrrega informativa



Comunicació presencial en l'atenció al client

L'abundància de canals de comunicació (correu electrònic, missatgeria instantània, plataformes col·laboratives) pot provocar saturació i pèrdua d'informació important.

****Cas empresarial**:** El 2018, Intel va enfrontar problemes quan informació crítica sobre vulnerabilitats de seguretat (Meltdown i Spectre) es va perdre entre milers de correus electrònics, endarrerint-ne la resposta i afectant-ne la reputació.

2.2. Dependència excessiva de la comunicació escrita

La comunicació digital perd elements no verbals crucials i augmenta el risc de malentesos.

****Cas empresarial**:** Uber va experimentar problemes de cultura organitzacional quan les comunicacions per Slack van substituir les converses cara a cara, contribuint a un ambient laboral tòxic que eventualment va requerir una reestructuració completa de l'empresa.

3. Barreres estructurals

3.1. Sitges departamentals

La compartimentació excessiva de la informació entre departaments obstaculitza la col·laboració.

****Cas empresarial**:** Nokia va perdre la seva posició dominant al mercat de telèfons mòbils en part a causa de la manca de comunicació entre els seus departaments de maquinari i programari, impeding una resposta àgil davant l'aparició de l'iPhone.

3.2. Jerarquies rígides

Les estructures verticals poden inhibir el flux d'informació ascendent, especialment de notícies negatives.

****Cas empresarial**:** Boeing va enfrontar una crisi amb el seu model 737 MAX perquè les preocupacions de seguretat dels enginyers no van arribar adequadament als nivells directius, prioritzant els terminis comercials sobre la seguretat.



Comunicació presencial en l'atenció al client

4. Barreres culturals i diversitat

4.1. Equips multiculturals

Les diferències culturals en estils de comunicació poden generar malentesos a empreses globals.

****Cas empresarial**:** HSBC va haver d'invertir milions a rectificar la seva campanya "Assume Nothing" quan es va traduir incorrectament en alguns mercats com "No fer res", demostrant com les barreres lingüístiques poden afectar fins i tot grans corporacions.

4.2. Diferències generacionals

Els diferents hàbits comunicatius entre generacions poden crear friccions a l'entorn laboral.

****Cas empresarial**:** IBM va enfrontar desafiaments en implementar noves eines de col·laboració digital quan els empleats de més antiguitat van mostrar resistència al canvi, mentre que els més joves les van adoptar ràpidament, creant una bretxa comunicativa.

5. Barreres psicològiques

5.1. Por de les represàlies

El temor de conseqüències negatives pot inhibir la comunicació honesta.

****Cas empresarial**:** Wells Fargo va patir un escàndol quan els empleats, pressionats per objectius de vendes irrealistes i temorosos de perdre els seus treballs, no van comunicar pràctiques fraudulentes que eventualment van costar a l'empresa milers de milions en multes.

5.2. Biaix de confirmació

La tendència a cercar informació que confirmi creences preexistents pot distorsionar la comunicació.



Comunicació presencial en l'atenció al client

****Cas empresarial**:** Kodak va ignorar repetidament els informes interns sobre el potencial de la fotografia digital, interpretant la informació segons la seva visió tradicional del negoci, cosa que eventualment va portar al seu declivi.

6. Estratègies per superar aquestes barreres

6.1. Auditories de comunicació

Avaluacions periòdiques dels fluxos d'informació per identificar colls d'ampolla.

6.2. Formació en comunicació intercultural

Programes específics per millorar la comprensió entre equips diversos.

6.3. Implementació de metodologies àgils

Estructures que fomenten la comunicació freqüent i transparent.

6.4. Cultura de feedback constructiu

Creació d'espais segurs per a la comunicació honesta sense por de represàlies.

7. Conclusió

Les barreres de comunicació als entorns laborals moderns són complexes i multifacètiques. Les empreses que reconeixen aquestes barreres i desenvolupen estratègies proactives per superar-les tenen més probabilitats de mantenir un avantatge competitiu en un entorn empresarial cada cop més complex i globalitzat.

16. Explica amb les teves paraules, sense reproduir les definicions de cada concepte, les diferències que hi ha entre:

a) Comunicació individual i comunicació col·lectiva.

b) Comunicació directa i comunicació diferida.

a) ****Comunicació individual i comunicació col·lectiva**:**



Comunicació presencial en l'atenció al client

La comunicació individual passa quan el missatge va dirigit específicament a una sola persona, establint un intercanvi personalitzat on l'emissor pot adaptar el missatge segons les reaccions del receptor. Per exemple, quan un supervisor dóna instruccions específiques a un empleat sobre una tasca concreta.

En canvi, la comunicació col·lectiva implica que el missatge s'adreça simultàniament a múltiples receptors, cercant transmetre la mateixa informació a un grup. L'emissor ha de considerar les característiques generals del grup perquè el missatge sigui comprensible per a tots. Un exemple seria quan el director general envia un comunicat a tota la plantilla sobre canvis a la política de l'empresa.

b) ****Comunicació directa i comunicació diferida****:

La comunicació directa succeeix en temps real, quan emissor i receptor coincideixen temporalment en l'intercanvi d'informació, permetent una resposta immediata i ajustos sobre la marxa. Les converses cara a cara o les trucades telefòniques són exemples clars, on podem veure o escoltar les reaccions instantànies del nostre interlocutor.

D'altra banda, la comunicació diferida passa quan hi ha un interval temporal entre l'emissió del missatge i la recepció. L'emissor no obté feedback immediat i el receptor té temps de processar la informació abans de respondre. Els correus electrònics, cartes o missatges de veu són exemples típics, on la persona que rep el missatge el pot llegir o escoltar hores o dies després que va ser enviat.

17. Escriu dos exemples dels canals de comunicació interna següents d'una empresa:

a) Canals oficials de comunicació interna.

b) Canals informals de comunicació interna.

a) ****Canals oficials de comunicació interna****:

1. Intranet corporativa on es publiquen comunicats oficials, procediments, notícies de l'empresa i documentació rellevant per a tots els empleats.
2. Reunions departamentals programades setmanalment on els supervisors transmeten directius, objectius i seguiment de projectes als seus equips.



Comunicació presencial en l'atenció al client

b) ****Canals informals de comunicació interna****:

1. Converses espontànies entre companys durant els descansos per a cafè, on s'intercanvien impressions sobre decisions de la direcció o canvis a l'empresa.
2. Grups de missatgeria instantània no oficials creats per empleats per compartir informació, resoldre dubtes ràpids o coordinar activitats socials fora de l'horari laboral.

18. Pensa en els dos tipus de canals de comunicació esmentats a l'activitat anterior i contesta raonadament les preguntes següents. Es podria considerar que un tipus de canal és més important que l'altre? Per què?

No es pot afirmar que un tipus de canal sigui inherentment més important que l'altre, ja que compleixen funcions complementàries i essencials en la dinàmica comunicativa d'una organització.

Els canals oficials són fonamentals per garantir que la informació estratègica, normativa i operativa arribi de manera uniforme i verificable a tots els membres de l'organització. Proporcionen claredat, consistència i un registre formal de les comunicacions, cosa que resulta crucial per a la presa de decisions, el compliment normatiu i l'alineació organitzacional.

Per la seva banda, els canals informals aporten fluïdesa, immediatesa i humanització a la comunicació. Faciliten l'intercanvi ràpid de coneixements, enforteixen les relacions interpersonals i permeten detectar problemes o oportunitats que podrien no sorgir en contextos més formals. A més, satisfan necessitats socials i emocionals dels empleats que els canals oficials no solen abordar.

La veritable eficàcia comunicativa d'una organització rau en l'equilibri i la complementarietat entre tots dos tipus de canals. Les empreses més reeixides reconeixen el valor de la comunicació informal i, en comptes d'intentar eliminar-la, busquen maneres d'integrar-la constructivament amb els canals oficials. Per exemple, poden crear espais formals per a l'intercanvi informal (com ara sessions de brainstorming) o utilitzar la retroalimentació dels canals informals per millorar les comunicacions oficials.



Comunicació presencial en l'atenció al client

En conclusió, tant els canals oficials com els informals són igualment importants, però compleixen propòsits diferents. La clau és reconèixer les fortaleeses de cadascú i utilitzar-los de manera estratègica segons el tipus de missatge, la urgència de la comunicació i el context organitzacional.

19. Quins missatges està transmetent la comunicació no verbal de les persones que apareixen a les imatges següents?

A la imatge es mostren dues persones en un entorn d'oficina:

****Persona de l'esquerra (dona amb carpeta)**:** La seva postura pensativa, amb la carpeta sostinguda contra el cos i l'expressió reflexiva, transmet concentració, anàlisi i certa preocupació o consideració acurada sobre un assumpte laboral. El llenguatge corporal suggereix que està avaluant informació o prenent una decisió important.

****Persona de la dreta (home amb els peus sobre l'escriptori)**:** La seva postura relaxada amb els peus sobre la taula, reclinat a la cadira i sostenint un paper amb expressió satisfeta, comunica confiança excessiva, informalitat i possiblement complaença. Aquesta postura es pot interpretar com una demostració de poder o despreocupació per les normes formals de l'entorn laboral, transmetent una actitud de superioritat o desinterès per l'etiqueta professional.

El contrast entre ambdues postures reflecteix diferents actituds cap al treball i nivells de formalitat al mateix entorn professional.

20. Debat amb els teus companys quina de les fases del procés d'atenció al client consideres més important per aconseguir la satisfacció de l'usuari.

***Nota:** Aquesta activitat requereix un debat grupal. A continuació es presenten arguments per a cada fase que es podrien utilitzar en aquest debat.*

****Arguments per a la fase d'Acollida com la més important:****

- La primera impressió determina en gran mesura la percepció global del servei
- Un client ben rebut estarà més predisposat a col·laborar durant tot el procés



Comunicació presencial en l'atenció al client

- Estableix el to emocional de tota la interacció
- Permet generar confiança des del primer moment

****Arguments per a la fase de Seguiment com la més important:****

- És on s'identifica realment la necessitat del client
- Una escolta activa adequada evita malentesos posteriors
- Permet personalitzar l'atenció segons les necessitats específiques
- La correcta identificació del problema és essencial per a la resolució

****Arguments per a la fase de Gestió com la més important:****

- És on realment es resol el problema del client
- Demostra la capacitat real de l'empresa per satisfer necessitats
- El client avalua principalment si el problema va ser resolt o no
- La competència tècnica es demostra en aquesta fase

****Arguments per a la fase de Comiat com la més important:****

- És l'última cosa que recordarà el client de la interacció
- Permet verificar la satisfacció i corregir possibles errors
- Estableix les bases per a futures interaccions
- Un bon comiat pot compensar petites deficiències en fases anteriors

****Conclusió possible del debat:****

Totes les fases són baules d'una cadena interdependent, i l'excel·lència en l'atenció al client requereix tenir cura de cadascuna. No obstant això, es podria argumentar que la fase de Seguiment té un pes especial, ja que una identificació incorrecta del problema invalidaria qualsevol esforç posterior, per molt ben executat que hi sigui. Això no obstant, la importància relativa de cada fase pot variar segons el sector, tipus de servei i expectatives específiques de cada client.

21. Imagina que treballes al servei d'atenció al client d'una empresa i un client insisteix a parlar amb un directiu que prèviament ha indicat que no vol ser interromput. Considera quines opcions tens per gestionar la situació de manera professional, sense generar frustració al client i respectant les instruccions del teu superior.



Comunicació presencial en l'atenció al client

Per gestionar aquesta situació de manera professional, consideraria les opcions següents:

1. ****Escolta activa i empatia****: Primer, escoltaria atentament el client per entendre completament el seu problema i la raó per la qual insisteix a parlar amb el directiu. Li mostraria empatia amb frases com ara: "Entenc la seva preocupació i la importància que té aquest assumpte per a vostè".
2. ****Oferiment d'alternatives****: Us explicaria que el directiu no està disponible en aquest moment, però li oferiria alternatives viables:
 - "Puc prendre nota detallada del seu cas i garantir-li que el directiu el revisarà personalment"
 - "Podria concertar-li una cita amb el directiu per demà a primera hora"
 - "El meu company/a del departament X té autoritat per resoldre aquest tipus de situacions"
3. ****Escalament controlat****: Si el client segueix insistint, avaluaria la urgència i gravetat real de l'assumpte. Si determino que és veritablement crític, podria:
 - Consultar amb el meu supervisor immediat sobre com procedir
 - Enviar un missatge discret al directiu explicant breument la situació, permetent decidir si fa una excepció
4. ****Compromís de seguiment****: Li asseguraria al client un seguiment concret: "Em comprometo personalment que aquest assumpte sigui atès avui mateix. Li trucaré abans de les 17:00 per informar-lo de les accions preses".
5. ****Documentació del cas****: Registraria detalladament la situació perquè, quan el directiu estigui disponible, tingui tota la informació necessària per abordar el cas eficientment.
6. ****Maneig d'expectatives****: Seria honest sobre el que puc i no puc fer: "Comprenc la seva urgència, però no puc interrompre la reunió del directiu. No obstant, puc garantir-li que el seu cas rebrà atenció prioritària tan aviat com estigui disponible".



Comunicació presencial en l'atenció al client

Aquesta aproximació equilibra el respecte a les instruccions del directiu amb la necessitat de mantenir satisfet el client, oferint solucions reals i mantenint la professionalitat en tot moment.

22. En grups de tres, representeu una situació en què un client insatisfet reclama un problema amb un producte o servei. Un company serà el client, un altre l'empleat que atén la reclamació i el tercer observarà per després donar feedback sobre la gestió de la situació.

***Nota:** Aquesta activitat requereix una representació presencial. A continuació es presenta un guió que es podria utilitzar per a la representació i una estructura per al feedback posterior.*

****Guió per a la representació:****

****Escenari**:** Botiga d'electrònica. Un client ha comprat un telèfon intel·ligent fa una setmana i la bateria dura menys del que s'ha anunciat.

****Client (enfadat)**:** "Això és inacceptable! Vaig comprar aquest telèfon fa tot just una setmana perquè vostès em van assegurar que la bateria durava dos dies complets, i no aguanta ni 12 hores! He perdut trucades importants de treball per culpa seva. Vull que em tornin els diners ara mateix o parlaré amb el responsable."

****Empleat**:** [Heu de gestionar la situació aplicant les tècniques d'atenció al client estudiades]

****Possible desenvolupament per part de l'empleat:****

1. Escolta activa sense interrompre la queixa inicial
2. Mostra empatia: "Entenc la seva frustració, jo també em sentiria així si el meu telèfon no complís amb el promès"
3. Demana més informació: "Em podria explicar quines aplicacions utilitza habitualment?"
4. Ofereix solucions: "Podem fer una prova diagnòstica de la bateria ara mateix"
5. Proposa alternatives: "Tenim diverses opcions: podem revisar el telèfon, canviar-lo per un altre igual o, si ho prefereix, tornar-li els diners"



Comunicació presencial en l'atenció al client

****Estructura per al feedback de l'observador:****

1. ****Aspectes positius observats**:**

- Llenguatge corporal (contacte visual, postura oberta, etc.)
- To de veu i ritme adequats
- Ús de tècniques d'escolta activa
- Empatia mostrada
- Solucions ofertes

2. ****Aspectes a millorar**:**

- Moments de tensió no ben gestionats
- Llenguatge corporal defensiu
- Interrupcions al client
- Explicacions tècniques excessives o confuses
- Promeses poc realistes

3. ****Recomanacions específiques**:**

- Suggestiments concrets per millorar la comunicació
- Frases alternatives que podrien haver-se utilitzat
- Tècniques d'assertivitat aplicables a la situació

23. Pensa en experiències personals o situacions conegudes on l'atenció al client no hagi estat adequada. Enumera cinc errors freqüents, com ara temps d'espera excessius, manca d'empatia o respostes genèriques, i proposa solucions concretes que podrien haver millorat l'experiència del client.

ERRORS FREQUENTS EN ATENCIÓ AL CLIENT I LES SEVES SOLUCIONS

1. Temps d'espera excessius



Comunicació presencial en l'atenció al client

****Error**:** Clients obligats a esperar més de 20 minuts en línia telefònica sense informació sobre el temps estimat d'espera o la seva posició a la cua.

****Solució**:**

- Implementar un sistema de devolució de trucada que permeti al client mantenir la seva posició sense romandre al telèfon
- Oferir informació periòdica sobre el temps d'espera estimat
- Augmentar el personal en hores pic identificades mitjançant anàlisi de dades
- Desenvolupar canals alternatius com xat en viu o autoservei per a consultes freqüents

2. Manca d'empatia i personalització

****Error**:** Respostes mecàniques i estandarditzades que no reconeixen la situació específica del client ni les seves emocions.

****Solució**:**

- Capacitar el personal en intel·ligència emocional i tècniques d'escolta activa
- Personalitzar la interacció utilitzant el nom del client i referenciant-ne l'historial
- Implementar un sistema CRM que permeti accedir ràpidament a l'historial complet del client
- Empoderar els agents per adaptar les solucions segons cada cas particular

3. Transferències múltiples entre departaments

****Error**:** Client obligat a repetir el problema a diferents agents després de ser transferit múltiples vegades.

****Solució**:**

- Crear un sistema de notes compartides que acompanyi el client en cada transferència
- Implementar un model "d'agent únic" amb capacitat multidisciplinària
- Establir protocols clars sobre quin departament maneja cada tipus de situació



Comunicació presencial en l'atenció al client

- Realitzar una transferència assistida on el primer agent roman en línia per presentar el cas al segon

4. Manca de seguiment post-interacció

****Error**:** Després de prometre una solució o informació addicional, l'empresa no torna a contactar amb el client com va prometre.

****Solució**:**

- Implementar un sistema automatitzat de recordatoris per als agents
- Establir un protocol de seguiment obligatori per a casos no resolts al primer contacte
- Crear un equip específic dedicat al seguiment de casos pendents
- Enviar enquestes de satisfacció amb opció de sol·licitar contacte addicional

5. Desconeixement del producte o servei

****Error**:** Agents que no poden respondre preguntes bàsiques sobre els productes o serveis que ofereixen.

****Solució**:**

- Desenvolupar programes de formació continuada amb avaluacions periòdiques
- Crear una base de coneixement accessible i actualitzada per a consulta ràpida
- Implementar un sistema de "buddy" on agents experimentats donen suport als nous
- Establir reunions setmanals per compartir informació sobre nous productes o canvis en els existents

Aquestes solucions no només millorarien l'experiència immediata del client, sinó que també contribuirien a augmentar la lleialtat a llarg termini i reduir la rotació de clients, cosa que es tradueix en beneficis econòmics per a l'empresa.



Comunicació presencial en l'atenció al client

24. Classifica les comunicacions següents en funció de la manera com es realitzen:

- a) La directora es reuneix amb els caps de departament.**
- b) El cap de personal truca per telèfon a una empleada.**
- c) El cap de seguretat observa un client a través de les càmeres de videovigilància.**

a) La directora es reuneix amb els caps de departament: ****Comunicació presencial****. Es realitza cara a cara, amb els interlocutors físicament presents al mateix espai, permetent la interacció directa i l'intercanvi de comunicació verbal i no verbal.

b) El cap de personal truca per telèfon a una empleada: ****Comunicació no presencial****. Els interlocutors no estan físicament al mateix lloc, encara que es poden comunicar en temps real a través d'un dispositiu (telèfon).

c) El cap de seguretat observa un client a través de les càmeres de videovigilància: no constitueix un procés de comunicació complet, ja que és unidireccional (només observació). Si ho haguéssim de classificar, seria més proper a un procés d'informació que de comunicació, ja que no hi ha intercanvi bidireccional de missatges.

25. Identifica els elements del procés de comunicació en les situacions següents:

- a) Animar el teu equip de bàsquet des de la grada.**
- b) Comentar el partit de diumenge amb una amiga a una cafeteria molt sorollosa.**
- c) Presentar un projecte davant dels teus companys de feina.**

a) ****Animar el teu equip de bàsquet des de la grada****:

- ****Emissor****: Tu, com a aficionat que anima.
- ****Receptor****: Els jugadors de l'equip de bàsquet.
- ****Missatge****: Paraules d'ànim, aplaudiments, càntics de suport.
- ****Canal****: L'aire que transmet el so de la teva veu i els gestos visibles.



Comunicació presencial en l'atenció al client

- **Codi**: Llenguatge verbal (paraules d'ànim) i no verbal (aplaudiments, gestos).
- **Context**: Un partit de bàsquet, ambient esportiu.
- **Interferències**: Soroll del públic, distància física, concentració dels jugadors en el joc.
- **Feedback**: Possibles gestos d'agraïment dels jugadors o millora en el rendiment.

b) **Comentar el partit de diumenge amb una amiga en una cafeteria molt sorollosa**:

- **Emissor**: Tu, en parlar sobre el partit.
- **Receptor**: La teva amiga.
- **Missatge**: Comentaris i opinions sobre el partit de diumenge.
- **Canal**: L'aire que transmet les ones sonores de la conversa.
- **Codi**: Llenguatge verbal i expressions facials/gestos.
- **Context**: Una cafeteria amb ambient informal.
- **Interferències**: Soroll excessiu de la cafeteria (barrera ambiental).
- **Feedback**: Respostes verbals i no verbals de la teva amiga durant la conversa.

c) **Presentar un projecte davant dels teus companys de treball**:

- **Emissor**: Tu, com a presentador del projecte.
- **Receptor**: Els teus companys de feina.
- **Missatge**: Informació sobre el projecte (objectius, metodologia, resultats esperats, etc.).
- **Canal**: Comunicació oral directa, possiblement complementada amb presentació visual.
- **Codi**: Llenguatge professional verbal, recolzat per elements visuals (diapositives, gràfics).
- **Context**: Entorn laboral formal, possiblement una sala de reunions.
- **Interferències**: Possibles distraccions (notificacions de mòbils, interrupcions), nivell d'interès variable.
- **Feedback**: Preguntes, comentaris, expressions facials i llenguatge corporal dels companys.



Comunicació presencial en l'atenció al client

26. En una entrevista de vendes, per què el venedor ha de mirar els ulls del client i somriure? Creus que és correcte que miri repetidament el rellotge?

En una entrevista de vendes, el venedor ha de mirar els ulls del client i somriure per diverses raons fonamentals:

El contacte visual directe transmet confiança, honestedat i seguretat en allò que s'està oferint. Quan un venedor manté un contacte visual adequat (sense arribar a ser intimidant), demostra que està completament present a la conversa i genuïnament interessat en les necessitats del client. Aquesta connexió visual estableix un enllaç personal que facilita la construcció de rapport, element essencial per generar confiança.

El somriure, per la seva banda, crea un ambient positiu i acollidor. Psicològicament, un somriure sincer actua respostes empàtiques a l'interlocutor, reduint barreres inicials i predisposant al client a una actitud més receptiva. A més, somriure transmet entusiasme pel producte o servei que s'ofereix, cosa que pot resultar contagiosa per al client.

Pel que fa a mirar repetidament el rellotge durant una entrevista de vendes, aquesta conducta és clarament incorrecta i contraproductiva. Aquest gest envia múltiples missatges negatius al client:

- Comunica desinterès i que el venedor té pressa per acabar la conversa
- Suggereix que el client no és prou important per merèixer tota la seva atenció
- Transmet ansietat i manca de professionalitat
- Es pot interpretar com un senyal d'inseguretat sobre el producte o servei

Fins i tot si el venedor té limitacions de temps reals, mirar repetidament el rellotge és una manera descortès de gestionar-ho. Una alternativa més professional seria esmentar a l'inici de la reunió el temps disponible ("Tenim aproximadament 30 minuts per conversar") o, si sorgeix un imprevist, explicar-ho educadament.



Comunicació presencial en l'atenció al client

La comunicació no verbal coherent i positiva és tan important com el discurs de vendes en si mateix, ja que els clients solen confiar més en allò que veuen (llenguatge corporal) que en allò que escolten (paraules).

27. Com creus que influeix la comunicació no verbal a la percepció de la nostra confiança i disposició per escoltar de cara al client?

La comunicació no verbal influeix decisivament en la percepció de la nostra confiança i disposició per escoltar, actuant com un poderós transmissor d'intencions i actituds que, en molts casos, té més impacte que les paraules mateixes.

Pel que fa a la percepció de confiança, la nostra postura corporal comunica immediatament el nostre nivell de seguretat. Una postura dreta però relaxada, amb espatlles obertes, transmet competència i autoconfiança, mentre que una postura encorbada o excessivament rígida pot suggerir inseguretat o nerviosisme. El contacte visual equilibrat (ni evasiu ni intimidant) potser és un dels indicadors més potents d'honestetat i transparència; quan evitem la mirada del client, aquest pot interpretar que amaguem informació o no estem segurs del que diem.

Els gestos amb les mans també influeixen significativament: moviments suaus i oberts reforcen el missatge verbal i projecten seguretat, mentre que gestos nerviosos com jugar amb objectes o creuar els braços poden transmetre una actitud a la defensiva o manca de convicció en allò que estem comunicant.

Pel que fa a la disposició per escoltar, l'orientació corporal cap al client és fonamental. Quan el nostre cos està completament orientat cap a la persona que parla, comuniquem atenció plena i interès genuí. Per contra, si el nostre cos està parcialment girat cap a la sortida o cap a un ordinador, transmetem pressa o distracció.

Les expressions facials són igualment reveladores: un rostre atent amb expressions reactives a allò que el client diu (assentiments, somriures en moments apropiats, celles aixecades davant d'informació rellevant) demostra escolta activa. L'absència d'aquestes reaccions pot fer que el client senti que parla amb una paret.



Comunicació presencial en l'atenció al client

Petits gestos com inclinar-se lleugerament endavant quan el client parla sobre alguna cosa important, o prendre notes en moments clau, reforcen la percepció que valorem el que diu i estem compromesos amb entendre les seves necessitats.

En el context actual, on molts clients arriben amb informació prèvia i són més escèptics davant de tècniques de venda tradicionals, una comunicació no verbal autèntica i coherent amb el nostre missatge verbal es converteix en un diferenciador crucial que pot determinar si el client desenvolupa la confiança necessària per establir una relació comercial duradora.

28. "Les tres quartes parts de les misèries i malentesos al món acabarien si les persones es posessin a les sabates dels seus adversaris i entenguessin el seu punt de vista". Amb quina habilitat social creus que està relacionada aquesta afirmació de Gandhi? Raona la resposta.

Aquesta afirmació de Gandhi està directament relacionada amb l'empatia, una habilitat social fonamental que consisteix en la capacitat de posar-se al lloc de l'altre per comprendre els seus sentiments, perspectives i motivacions.

La frase "posar-se a les sabates dels seus adversaris" és una metàfora que descriu precisament l'essència de l'empatia: abandonar temporalment la nostra pròpia perspectiva per adoptar la de l'altre, intentant veure el món a través dels seus ulls i comprendre'n les raons, fins i tot quan són contràries a les nostres.

Gandhi suggereix que la majoria dels conflictes i malentesos sorgeixen de la nostra incapacitat per comprendre genuïnament el punt de vista aliè. Quan ens limitem a la nostra pròpia perspectiva, interpretem les accions i paraules dels altres des del nostre marc de referència, cosa que sovint condueix a interpretacions errònies de les seves intencions i motivacions.

L'empatia va més enllà de la simple tolerància o respecte; implica un esforç actiu per entendre les circumstàncies, els valors, les creences i les experiències que han format la visió del món de l'altra persona. No és necessàriament estar d'acord amb aquesta visió, sinó reconèixer-ne la validesa des de la perspectiva de l'altre.

En contextos d'atenció al client, l'empatia és especialment valuosa perquè permet:

- Identificar les necessitats reals del client, fins i tot quan no les expressa clarament



Comunicació presencial en l'atenció al client

- Anticipar preocupacions o objeccions abans que sorgeixin
- Respondre de manera més efectiva a situacions emocionalment carregades
- Construir relacions de confiança basades en l'entesa mutu

L'afirmació de Gandhi ressalta el poder transformador de l'empatia com a eina per a la resolució de conflictes i la millora de les relacions humanes, suggerint que molts dels problemes que enfrontem com a societat podrien mitigar-se significativament si cultivéssim aquesta habilitat social fonamental.

29. Dos estudiants prepararan una intervenció sobre l'impacte de les xarxes socials a la vida dels adolescents tenint en compte els seus beneficis o riscos i defensant postures oposades; dos més faran un resum de cadascuna de les intervencions; la resta dels estudiants hauran de preparar una pregunta per a cadascun dels ponents.

Nota: Aquesta activitat requereix una participació presencial. A continuació es presenta un esquema de com es podria estructurar cada intervenció, els resums i exemples de possibles preguntes.

Esquema per a la primera intervenció: BENEFICIS DE LES XARXES SOCIALS

****Punts principals:****

1. Connectivitat i manteniment de relacions socials

- Faciliten mantenir contacte amb amics i familiars distants
- Permeten crear comunitats basades en interessos comuns

2. Accés a informació i oportunitats educatives

- Plataformes com YouTube ofereixen contingut educatiu gratuït
- Permeten seguir experts i referents en diversos camps

3. Desenvolupament d'habilitats digitals

- Familiarització amb tecnologies essencials per al futur laboral
- Foment de la creativitat a través de la creació de contingut



Comunicació presencial en l'atenció al client

4. Expressió personal i construcció d'identitat

- Espai per explorar interessos i desenvolupar la personalitat
- Oportunitat per trobar grups de suport i referents positius

5. Activisme i consciència social

- Plataforma per a moviments socials liderats per joves
- Major exposició a diversitat de perspectives i realitats

Esquema per a la segona intervenció: RISCOS DE LES XARXES SOCIALS

Punts principals:

1. Problemes de salut mental

- Correlació amb augment d'ansietat i depressió
- Fenòmens com FOMO (por de perdre's alguna cosa) i comparació social

2. Ciberassetjament i exposició a contingut inapropiat

- Vulnerabilitat davant d'assetjament que transcendeix l'entorn escolar
- Accés a contingut violent, sexual o promotor de conductes perjudicials

3. Privadesa i seguretat

- Riscos associats a compartir informació personal
- Petjada digital permanent que pot afectar oportunitats futures

4. Addicció i gestió del temps

- Disseny addictiu de les plataformes que fomenta l'ús compulsiu
- Interferència amb el somni, estudis i activitats offline

5. Superficialitat en les relacions

- Substitució d'interaccions profundes per connexions superficials
- Desenvolupament d'habilitats socials limitat a l'entorn digital



Comunicació presencial en l'atenció al client

Exemple de resum de la primera intervenció:

"El ponent ha defensat que les xarxes socials ofereixen beneficis significatius per als adolescents en cinc àrees principals. Primer, faciliten la connectivitat social, permetent mantenir relacions a distància i crear comunitats basades en interessos compartits. Segon, proporcionen accés a recursos educatius gratuïts i experts en diversos camps. Tercer, desenvolupen habilitats digitals essencials per al futur professional. Quart, ofereix activisme i la consciència social entre els joves. L'argument central ha estat que, amb un ús conscient, les xarxes socials poden ser eines poderoses per al desenvolupament personal i social dels adolescents."

Exemple de resum de la segona intervenció:

"L'exposició ha centrat la seva anàlisi en cinc riscos principals que les xarxes socials presenten per als adolescents. S'ha destacat la correlació entre el seu ús intensiu i problemes de salut mental com ansietat i depressió. També s'ha abordat la problemàtica del ciberassetjament i l'exposició a continguts inapropiats, així com els riscos relacionats amb la privadesa i la seguretat de les dades personals. poden interferir amb activitats essencials com el somni i els estudis. Finalment, ha argumentat que les xarxes socials poden fomentar relacions superficials que no substitueixen adequadament les interaccions cara a cara, limitant el desenvolupament d'habilitats socials completes."

Exemples de possibles preguntes per als ponents:

****Per al defensor dels beneficis:****

1. "Has esmentat que les xarxes socials desenvolupen habilitats digitals, però no creus que l'ús passiu d'aquestes plataformes pot generar una sensació falsa de competència digital sense desenvolupar habilitats realment útils?"
2. "Com respondríeu als estudis que mostren una correlació entre el temps d'ús de xarxes socials i l'augment de problemes de salut mental en adolescents?"

****Per al defensor dels riscos:****

1. "Considerant que les xarxes socials ja són una realitat inevitable en la vida dels adolescents, no seria més productiu enfocar-se a l'educació sobre el seu ús responsable en lloc d'emfatitzar només els seus perills?"



Comunicació presencial en l'atenció al client

2. "Has esmentat la superficialitat de les relacions en línia, però què opines sobre els casos d'adolescents que troben a les xarxes socials comunitats de suport que no tenen al seu entorn immediat?"

30. Explica amb les paraules què és la intel·ligència emocional i com pot contribuir al desenvolupament d'habilitats socials.

La intel·ligència emocional és la capacitat de reconèixer, comprendre i gestionar les nostres pròpies emocions, així com identificar i respondre adequadament a les emocions dels altres. És com tenir un GPS emocional que ens ajuda a navegar pel complex món dels sentiments, tant propis com aliens, permetent prendre decisions més equilibrades i mantenir relacions interpersonals més saludables.

Aquesta capacitat es compon de diverses dimensions interconnectades. Primer, l'autoconsciència emocional ens permet identificar què estem sentint a cada moment i per què. Segon, l'autoregulació ens ajuda a controlar impulsos i expressar emocions de manera constructiva. Tercer, la motivació interna ens impulsa a perseguir metes més enllà de recompenses externes. Quart, l'empatia ens permet sintonitzar amb les emocions alienes. I finalment, les habilitats socials ens ajuden a interactuar efectivament amb els altres.

La intel·ligència emocional contribueix decisivament al desenvolupament d'habilitats socials de múltiples maneres:

- Facilita la comunicació efectiva en permetre'ns expressar les nostres necessitats i sentiments de manera clara i respectuosa, mentre interpretem correctament els missatges emocionals dels altres.
- Potencia l'empatia, permetent connectar genuïnament amb les experiències d'altres, cosa que enforteix vincles i genera confiança en les relacions.
- Millora la resolució de conflictes, ja que en comprendre les emocions subjacents (tant pròpies com alienes) podem abordar els problemes des de la seva arrel, no només des de les manifestacions superficials.



Comunicació presencial en l'atenció al client

- Desenvolupa l'assertivitat, ajudant-nos a defensar els nostres drets i les nostres opinions sense agredir ni sotmetre'ns, mantenint un equilibri saludable en les interaccions.
- Enforteix el treball en equip, en permetre'ns reconèixer les fortaleces emocionals de cada membre i gestionar dinàmiques grupals complexes.

En el context d'atenció al client, un professional amb alta intel·ligència emocional pot detectar la frustració d'un client fins i tot quan no l'expressa verbalment, mantenir la calma davant de situacions tenses, i trobar solucions que satisfacin necessitats emocionals a més de pràctiques. Això es tradueix en interaccions més efectives i satisfactòries per a totes les parts involucrades.

En essència, la intel·ligència emocional actua com el fonament sobre el qual es construeixen les habilitats socials efectives, proporcionant les eines internes necessàries per navegar amb èxit el complex món de les interaccions humanes.

31. Reflexiona sobre les qüestions següents:

- a) Quina habilitat social consideres que tens desenvolupada. Identifica quines accions fas per posar-la en pràctica.**
- b) Quina habilitat social voldria desenvolupar.**
- c) L'alumne que hagi identificat accions que realitza per posar en pràctica una habilitat social la comparteix amb un company que no té aquesta habilitat i que li agradaria desenvolupar-la.**

Nota: Aquesta activitat requereix una reflexió personal. A continuació es presenta un exemple de com es podria respondre.

- a) ****Habilitat social desenvolupada: Escolta activa****

Considero que tinc l'habilitat de l'escolta activa ben desenvolupada. Les accions concretes que realitzo per posar-la en pràctica són:

- Mantinc contacte visual constant però natural amb el meu interlocutor, demostrant atenció plena



Comunicació presencial en l'atenció al client

- Elimini distraccions quan algú em parla (guardo el mòbil, tanco la pantalla de l'ordinador)
- Utilitzo expressions facials i gestos que demostrin que estic seguint la conversa (assentiments, somriures en moments apropiats)
- Faig preguntes aclaridores per assegurar-me que he entès correctament
- Parafraseig el que m'han dit per verificar la meva comprensió ("Si t'he entès bé, el que vols dir és...")
- Evito interrompre i deixo que la persona acabi les seves idees abans de respondre
- Pareu atenció no només a les paraules sinó també al to de veu i llenguatge corporal per captar el missatge complet

Aquesta habilitat m'ha resultat especialment útil en situacions de treball en equip i en la resolució de conflictes, ja que em permet entendre les perspectives dels altres abans de formar judicis o de proposar solucions.

b) ****Habilitat social que m'agradaria desenvolupar: Assertivitat****

M'agradaria desenvolupar millor la meva assertivitat, especialment en situacions de pressió o quan necessito expressar desacord amb persones en posicions d'autoritat. De vegades tendixo a evitar confrontacions o a cedir a les meves posicions per mantenir l'harmonia, fins i tot quan sento que tinc raó o quan les meves necessitats no estan sent ateses.

Crec que millorar aquesta habilitat m'ajudaria a:

- Establir límits més clars en les meues relacions personals i professionals
- Expressar les meves opinions i necessitats de manera més efectiva
- Negociar millor en situacions de conflicte d'interessos
- Sentir-me més segur en situacions socials desafidores

c) ****Compartir estratègies****

Aquesta part requeriria una interacció presencial entre companys. El format podria ser:



Comunicació presencial en l'atenció al client

"He notat que tens interès a desenvolupar l'escolta activa. Algunes estratègies que m'han funcionat i que podries provar són:

1. Practica el 'silenci intencional': quan algú acaba de parlar, espera dos segons abans de respondre. Això t'assegura que s'han acabat i et dóna temps per processar el que han dit.
2. Intenta un exercici diari: en una conversa casual, proposa't identificar tres punts principals del que l'altra persona està comunicant, i després esmenta'ls en la teva resposta per demostrar que has estat atent.
3. Quan notis que la teva ment divaga durant una conversa, ancora la teva atenció fixant-te en un detall físic del teu interlocutor (com el color dels seus ulls) per tornar a centrar-te en el present.

T'agradaria que practiquéssim alguna d'aquestes tècniques ara amb un exercici breu?"

32. Per parelles, practicareu l'escolta activa utilitzant diferents habilitats socials. Primer, un estudiant pensa una situació que el preocupa i la comparteix amb el company, que l'escoltarà activament. Un cop acabada la conversa, s'intercanviaran els rols.

Nota: Aquesta activitat requereix una interacció presencial. Tot seguit es presenta una guia per estructurar l'activitat.

GUIA PER A LA PRÀCTICA D'ESCOLA ACTIVA

****Instruccions per a qui comparteix la seva preocupació:****

1. Pensa en una situació real o hipotètica que et preocupi (pot ser acadèmica, professional o personal)
2. Comparteix-la amb el teu company durant 3-5 minuts
3. Sigues específic sobre com et fa sentir aquesta situació
4. En finalitzar, avalua com t'has sentit escoltat



Comunicació presencial en l'atenció al client

****Instruccions per a qui practica l'escolta activa:****

1. Utilitza les tècniques següents durant la conversa:

****Comunicació no verbal:****

- Mantingues contacte visual natural (sense fixar la mirada de manera incòmoda)
- Orienta el teu cos cap al teu company
- Assenteix ocasionalment per mostrar que segueixes la conversa
- Adopta una postura oberta (sense creuar braços)
- Mostra expressions facials d'acord amb el contingut emocional

****Comunicació verbal:****

- Utilitza interjeccions breus que mostrin atenció ("ja veig", "entenc")
- Fes preguntes aclaridores quan sigui necessari
- Parafraseja el que has escoltat ("Si t'entenc bé, el que et preocupa és...")
- Reflecteix els sentiments identificats ("Sembla que això et fa sentir frustrat")
- No interrompis ni canviïs de tema
- No ofereixis solucions immediates ni minimitzis el problema

2. En acabar, resumeix els punts principals i els sentiments expressats

****Reflexió posterior (5 minuts):****

Després que tots dos hagin tingut l'oportunitat de practicar, reflexionin junts sobre:

- Quines tècniques d'escolta activa van resultar més efectives?
- Com es va sentir cadascú en ser escoltat?
- Què va ser el més difícil de fer l'escolta activa?
- Quins aprenentatges podeu aplicar en situacions reals d'atenció al client?

Aquesta pràctica ajuda a desenvolupar no només l'escolta activa, sinó també l'empatia i la capacitat de crear un espai segur per a la comunicació, les habilitats essencials en l'atenció al client.



Comunicació presencial en l'atenció al client

33. En una entrevista de vendes, per què el venedor ha de mirar els ulls del client i somriure? Per què no ha de mirar el rellotge?

En una entrevista de vendes, el venedor ha de mirar els ulls del client i somriure perquè aquests gestos estableixen una connexió personal fonamental per generar confiança i credibilitat. El contacte visual directe comunica honestat, atenció plena i seguretat en allò que s'està oferint, mentre transmet al client que és important i valorat. Psicològicament, aquest contacte visual facilita la creació d'un vincle emocional que predisposa positivament el client cap al missatge de venda.

El somriure, per la seva banda, crea un ambient acollidor i positiu que redueix les barreres defensives naturals del client. Un somriure genuí actua respostes empàtiques a l'interlocutor i transmet entusiasme pel producte o servei. A més, les investigacions en neurociència han demostrat que somriure allibera endorfines tant en qui somriu com qui rep el somriure, creant una associació positiva amb l'experiència de venda.

Pel que fa a mirar el rellotge, cal evitar aquest gest perquè envia múltiples missatges negatius que poden sabotejar l'entrevista de vendes. Primer comunica desinterès i pressa, suggerint que el client no és prou important per merèixer tota l'atenció del venedor. Segon, transmet ansietat i manca de professionalitat, fent la impressió que el venedor està més preocupat per acabar la reunió que per satisfer les necessitats del client. Tercer, es pot interpretar com a inseguretat sobre el producte o servei ofert.

Fins i tot si hi ha limitacions reals de temps, mirar repetidament el rellotge és una forma descortès de gestionar-les. Una alternativa professional seria establir clarament la durada de la reunió a l'inici ("Tenim aproximadament 30 minuts per explorar com el nostre producte pot ajudar-lo") o, si sorgeix un imprevist, explicar-ho educadament.

En el procés de venda, on la confiança és un factor determinant, aquests elements de comunicació no verbal poden tenir tant o més impacte que el discurs verbal, ja que els clients tendeixen a confiar més en allò que veuen (llenguatge corporal) que en allò que escolten (arguments de venda).



Comunicació presencial en l'atenció al client

34. Ordena aquests paràgrafs segons l'estructura de fases a la recepció de visites:

a) Carmen: El Sr. García no és a la seva oficina. Puc ajudar-lo jo?

Missatger: Bé..., suposo que sí. Puc deixar el paquet a vostè?

b) Carmen: Que passi un bon dia! Missatger: Bon dia!

c) Carmen: Bon dia! Em dic Carmen. En què el puc ajudar?

Missatger: Bon dia! Porto un paquet per lliurar al Sr. García.

L'ordre correcte segons les fases de recepció de visites seria:

1. ****Fase de recepció/acollida**:**

c) Carmen: Bon dia! Em dic Carmen. En què el puc ajudar?

Missatger: Bon dia! Porto un paquet per lliurar al Sr. García.

2. ****Fase de gestió**:**

a) Carmen: El Sr. García no és a la seva oficina. Puc ajudar-lo jo?

Missatger: Bé..., suposo que sí. Puc deixar el paquet a vostè?

3. ****Fase de comiat**:**

b) Carmen: Que passi un bon dia!

Missatger: Bon dia!

A la primera fase (recepció), Carmen saluda amablement, es presenta i es posa a disposició del visitant, que explica el motiu de la seva visita. A la segona fase (gestió), Carmen informa sobre l'absència del Sr. García i ofereix una solució alternativa. A la fase final (comiat), Carmen s'acomiada cortesament del missatger.



Posa't a prova 1

L'empresa VerdeSoluciones, especialitzada en energies renovables, està desenvolupant un nou projecte d'instal·lació de panells solars en una zona rural. Durant una reunió interna, Marta, la coordinadora del projecte, presenta al seu equip els terminis i requisits tècnics. Tanmateix, alguns enginyers no comprenen completament la informació, ja que Marta fa servir termes tècnics que no tots dominen.

Dies després, els tècnics encarregats de la instal·lació s'adonen que certs components no són els adequats per al terreny on s'han de col·locar els panells. En analitzar la situació, descobreixen que hi va haver un problema en el procés de comunicació: el missatge no va ser comprès correctament per tothom, el canal triat (una reunió sense material visual de suport) no va ser el més adequat i la falta de feedback va impedir detectar el problema a temps.

a) Identifica els elements de la comunicació en aquest cas i assenyala quins han fallat.

b) Quines interferències van afectar la comunicació i com podrien haver-se evitat?

a) Emissor: Marta.

Receptors: l'equip d'enginyers.

Missatge: terminis i requisits tècnics del projecte.

Canal: reunió oral sense suports visuals.

Codi: llenguatge tècnic.

Feedback: pràcticament inexistent.

Han fallat el **codi** (massa tècnic), el **canal** (inadequat sense suport visual), i el **feedback** (no es va comprovar si s'entenia).

b) Interferències: ús de llenguatge tècnic no comprès, manca de suport visual, absència de preguntes, mala elecció del canal.

Podrien haver-se evitat usant explicacions més clares, material gràfic, comprovant comprensió i afavorint preguntes.



Posa't a prova 2

En una reunió de treball, un gerent exposa els objectius d' un projecte. Durant la presentació, alguns empleats assenten i somriuen, mentre d'altres romanen seriosos i en silenci. En acabar, el gerent demana comentaris i un empleat respon: «Entès, però tinc dubtes sobre els terminis i els recursos disponibles».

- a) Identifica exemples de feedback implícit i explícit en la situació.**
- b) Què indica cada tipus de feedback sobre l'eficàcia de la comunicació del gerent?**
- c) Propó una acció que el gerent podria prendre per millorar la comprensió del seu missatge.**
- d) Com podria afectar la comunicació no verbal dels empleats a la percepció del gerent sobre la recepció del seu missatge?**
- e) Quines estratègies podria utilitzar el gerent per fomentar una major participació i obtenir un feedback més clar per part dels empleats?**

a) Feedback implícit: empleats que assentin o somriuen; altres seriosos en silenci.

Feedback explícit: l'empleat que diu: «Entès, però tinc dubtes sobre els terminis...».

b) El feedback implícit mostra reaccions, però no assegura comprensió.

L'explícit revela que el missatge no ha estat del tot clar i que persisteixen dubtes.

c) Explicar els terminis i recursos amb més detall, mostrant un esquema o document de suport.

d) La comunicació no verbal pot fer que el gerent interpreti que uns han entès el missatge i altres no, encara que no sigui així; pot induir a una falsa sensació de seguretat o de dubte.



Comunicació presencial en l'atenció al client

e) Fer preguntes obertes, demanar confirmació, crear un torn d'intervencions, usar exemples, lliurar un resum escrit o fomentar un clima de confiança.

Posa't a prova 3

Carlota, Miguel i Ester treballen com a tècnics al departament comercial d'una empresa de distribució de productes de comerç just. Aquesta setmana els han encarregat trucar per telèfon a un llistat de clients per presentar-los un nou producte. S'han repartit les trucades entre els tres. Abans de l'esmorzar, Miguel ha contactat amb tots els clients del seu llistat, a excepció d'un, al qual ha deixat un missatge al contestador. Mentre Miguel està absent, el client al qual li va deixar el missatge truca a l'empresa i Carlota atén la trucada. El client ha tingut anteriorment una mala experiència amb l'empresa i està molest. Quan Miguel torna, truca al client al qual li havia deixat el missatge i aquest, molt enfadat, li diu que és la tercera vegada que l'interrompen aquell matí i que no vol saber res més d'aquesta empresa. Miguel li demana disculpes i s'acomiada. Es podria haver evitat molestar novament el client? Com? Què creus que ha fallat en aquesta situació?

Sí, es podria haver evitat. Carlota hauria d'haver deixat una nota o missatge intern per avisar Miguel que el client ja havia retornat la trucada i estava molest. Va fallar la **comunicació interna** i la falta de registre immediat. Amb una coordinació mínima, Miguel no hauria insistit de nou.

Posa't a prova 4

Mario Velasco treballa en una empresa dedicada a l'eliminació i el reciclatge de piles i bateries. Els seus superiors li han encarregat que faci una presentació per conscienciar els ciutadans dels perills d'abaixar les piles i les bateries esgotades i dels beneficis del reciclatge. Mario ha d'intervenir davant dos públics molt diferents: en una reunió de l'associació de comerciants i en un col·legi amb alumnes de primària. ¿Podrà Mario realitzar la mateixa intervenció en les dues situacions?



Comunicació presencial en l'atenció al client

No, Mario no pot fer la mateixa intervenció. Ha d'adaptar el llenguatge, exemples, to i contingut al públic: amb comerciants ha de fer servir dades, normativa i arguments professionals; amb nens, exemples senzills, visuals i llenguatge molt clar.

Posa't a prova 5

Francisco treballa al departament d'atenció al client d'una empresa editorial. Aquesta tarda ha d'atendre el taulell de la recepció i ha decidit quedar-se a dinar, així que es desbrossa la corbata i es relaxa a la cadira del taulell. Mentre està prenent un sandvitx i un refresc, arriba un client i Francisco, amb la boca plena, li diu: «Perdona, és la meva hora del dinar, espera un moment que asseguda t'atenc». Quan acaba de menjar truca a la seva esposa per dir-li que avui sortirà tard i no podrà recollir el nen de la llar d'infants. Quins errors relacionats amb la comunicació verbal i no verbal ha comès Francisco en la recepció d'aquesta visita? Com hauria d'haver actuat?

Francisco ha comès diversos errors:

- Comunicació verbal inapropiada: parlar amb la boca plena i demanar al client que esperi en comptes d'atendre'l.
- Comunicació no verbal negativa: corbata desbrossada, actitud relaxada, postura descuidada, menjar al taulell, parlar per telèfon personal.

Hauria d'haver estat presentable, no menjar al taulell, atendre educadament, demanar un relleu si necessitava dinar i evitar trucades personals en presència del client.



Comunicació presencial en l'atenció al client

Síntesi

Còpia al quadern i completa l' esquema de síntesi de la unitat.

Resposta d' acord amb els continguts treballats durant la unitat.



Test de repàs

- 1.b) Facilita la resposta immediata.
- 2.b) Emissor, missatge, receptor i interferències.
- 3.b) Demostrar atenció.
4. b) Feedback implícit.
5. a) Sorolls o interrupcions durant una reunió.
6. b) Debat, discurs, entrevista i diàleg.
7. a) Adaptarem el ritme de la nostra intervenció i seguirem un ordre lògic en la comunicació.
- 8.b) Són un conjunt de conductes apreses.
- 9.b) Evitar prejudicis i suposicions durant la conversa.
- 10.b) Escoltar amb empatia.
11. c) Comunicar-nos amb els altres amb respecte i entendre les seves idees.
12. a) La intervenció ha de seguir una estructura coherent.
- 13.b) Inclou, a més dels gestos i postures, altres elements de la imatge personal.
14. a) La comunicació que utilitza els gestos per transmetre el missatge.
15. a) Assentir amb el cap durant una explicació.
- 16.b) Recepció, gestió i comiat.



Comunicació presencial en l'atenció al client

Comprova el teu aprenentatge

Descriure el procés de comunicació, els elements que hi intervenen i les barreres i dificultats que poden sorgir.

1. Explica amb les teves paraules la diferència que hi ha entre informació i comunicació.
2. Indica quins són els elements de comunicació en els casos següents:
 - a) Juan demana al seu cap permís per assistir a un curs de formació.
 - b) Andrea mana per correu el seu curriculum vitae com a resposta a una oferta d'ocupació.
 - c) Fernando truca per telèfon a Raquel per dir-li que es quedarà treballant fins tard.
 - d) La sirena contraincendis avisa tot el personal que cal desallotjar la planta.
3. Explica què faries per evitar o pal·liar els efectes de les barreres a la comunicació de cadascun dels exemples de l'activitat anterior.

Identificar els canals de comunicació interna i externa de les empreses i organitzacions.

4. Dels següents processos de comunicació a l'empresa, distingeix entre comunicació interna i externa.
 - a) Julia truca a un client per aclarir els termes de la seva comanda.
 - b) El cap de compres demana uns materials a un proveïdor.
 - c) Jaime convida a sopar una companya de feina.
 - d) Antonio li demana permís al seu cap de departament per anar al banc.

Descriure les fases del procés d'informació al client.

5. Explica cadascuna de les fases que es distingeixen en un procés d'atenció al client, ajudant-te d'un exemple.
6. Explica amb les teves paraules el significat de la següent frase: «En l'atenció al client es presenta l'oportunitat de millorar l'experiència que el client té amb el producte i el seu grau de satisfacció».
7. Respectant les indicacions exposades en cadascuna de les fases del procés d'atenció al client, en aquesta activitat per parelles:



Comunicació presencial en l'atenció al client

- a) Un dels alumnes representa el paper d' un client que acudeix a un establiment amb la intenció de retornar un article sense el tiquet de compra.
- b) L' altre estudiant representa el dependent que l' atén i li ha d' explicar que en sense el tiquet de compra no pot reemborsar-li l' import.

Descriure les tècniques utilitzades en els diferents canals de comunicació presencial amb el client.

8. Perquè hi hagi una bona comunicació el missatge ha d'arribar correctament al receptor. Quins elements, tant verbals com no verbals, cal tenir en compte per presentar correctament el missatge? Realitza un esquema en el teu quadern que reflecteixi els elements, tant verbals com no verbals, que cal tenir en compte per presentar correctament el missatge.

9. Com ha de ser la nostra vestimenta en l'atenció presencial amb el client?

10. En el seu primer dia de treball, Manuel va ser presentat al seu cap de departament i als altres companys. Com ha d'estrènyer la mà en el moment de la presentació?

11. Què és per a tu tenir una bona imatge personal?

Demanar la informació requerida pel client al departament o organisme competent, a través de diferents canals de comunicació presencial.

12. Com ens hem de dirigir a un superior jeràrquic?

13. En quines situacions podem utilitzar el tuteo?

- 14. Eduardo treballa en el servei d'atenció al client d'un hipermercat. Explica com hauria d' actuar en l' atenció de les situacions següents:**
- a) S'acosta una clienta que no troba a la botiga un producte que apareix al catàleg de promocions d'aquesta setmana.
 - b) Com que no li satisfà l' explicació que li ha donat Eduardo, vol parlar amb el seu supervisor.
 - c) Un client s' acosta per demanar informació sobre la nova targeta de fidelització de l' empresa. Aquest tipus d' informació la tenen els tècnics del departament de productes financers.

Facilitar informació a suposats clients, utilitzant l' escolta activa i prestant especial atenció a la comunicació no verbal.



Comunicació presencial en l'atenció al client

15. Posa un exemple en què la comunicació no verbal d'un client contradigui la seva comunicació verbal.

16. Explica les pautes d'actuació que hem de seguir en la gestió d'una visita.

17. Utilitza la tècnica del parafraseig a partir del següent comentari d'un company sobre el cap de personal: «iEtic fart de Luis! És un mentida i no té paraula! La setmana passada li vaig preguntar si podria prendre'm les vacances a l'agost per reservar el creuer i em va dir que sí. I avui em diu que l'agost ho vol tothom i que caldrà sortejar-lo».

Solucions a totes les activitats:

1.

La informació és el missatge o dada que es transmet; la comunicació és el procés mitjançant el qual aquest missatge arriba a una altra persona i s'entén.

2a.

Emissor: Juan. Receptor: el seu cap. Missatge: sol·licitud de permís. Canal: comunicació oral. Codi: llenguatge verbal.

2b.

Emissor: Andrea. Receptor: l' empresa. Missatge: enviament del CV. Canal: correu electrònic. Codi: llenguatge escrit.

2c.

Emissor: Fernando. Receptor: Raquel. Missatge: avís que es quedarà treballant. Canal: telèfon. Codi: llenguatge oral.

2d.

Emissor: sirena. Receptor: personal de l' edifici. Missatge: alerta d' evacuació. Canal: so. Codi: senyal acústic.

3.

En el cas de Juan, parlar amb claredat i triar un moment adequat. Andrea: revisar el correu i adjuntar correctament els documents. Fernando: cridar en un lloc sense soroll i parlar amb claredat. Sirena: comprovar que funcioni bé i que el personal conegui el seu significat.

4a. Externa.

4b. Externa.

4c. Encara que sigui personal, ocorre dins de l'àmbit laboral).

4d. Interna.

5.



Comunicació presencial en l'atenció al client

Acollida: saludar i mostrar disponibilitat (ex.: "Buenos días, ¿en qué puedo ayudarle?").

Escolta: atendre el que explica el client.

Anàlisi: entendre el problema.

Proposta: oferir una solució.

Tancament: confirmar que la solució és adequada i acomiadar-se correctament.

6.

Significa que l'atenció al client permet millorar com el client percep el producte i augmentar la seva satisfacció mitjançant un tracte adequat i solucions eficaces.

7.

El dependent ha d'escoltar, mostrar empatia, explicar amb calma la necessitat del tiquet i oferir alternatives com canvi per un altre producte o comprovació del sistema si és possible.

8.

Cal tenir cura del to de veu, claredat, vocabulari, contacte visual, postura, gestos naturals i expressió facial adequada. (L'esquema es realitza al quadern).

9.

Ha de ser correcta, professional, neta i d'acord amb la imatge de l'empresa.

10.

Ha d'estrènyer la mà amb fermesa moderada, mirant als ulls i mantenint una postura segura.

11.

Tenir una bona imatge personal és projectar professionalitat mitjançant la higiene, la vestimenta, l'actitud, l'educació i el respecte.

12.

Amb respecte, educació, to adequat i utilitzant un tracte formal.

13.

Quan hi ha confiança, el superior ho permet o la cultura de l'empresa utilitza un tracte més informal.

14a.

Eduardo ha d'acompanyar la clienta, comprovar el catàleg i buscar alternatives o consultar el sistema.

14b.

Ha de mantenir la calma, avisar el seu supervisor i demanar que l'esperï un moment.



Comunicació presencial en l'atenció al client

14 cèntims.

Ha d' escoltar el client, explicar-li que aquesta informació la gestiona el departament corresponent i acompanyar-lo o derivar-lo correctament.

15.

Un client diu que "no té pressa", però està mirant el rellotge i sospirant constantment.

16.

Rebre el visitant amb salutació i cortesia, confirmar el motiu de la visita, avisar el responsable, acompanyar-lo si és necessari i acomiadar-lo correctament.

17.

Paràfrasi: "Llavors et molesta que Luis et digués que sí a les vacances i ara et digui que no, perquè sents que no ha complert la seva paraula."



Comunicació presencial en l'atenció al client

REPTE PROFESSIONAL: la comunicació presencial

Investiga

En aquesta pràctica, treballareu en grups de tres per aplicar els conceptes de comunicació presencial efectiva que heu après a classe.

Imagina que has estat contractat com a consultor en comunicació empresarial per una empresa en creixement del sector serveis. L'empresa (pot ser la mateixa amb la qual treballeu en la unitat anterior) ha experimentat problemes de comunicació interna i externa, la qual cosa ha afectat l'eficiència i la satisfacció del client. El teu objectiu és dissenyar un pla integral per millorar la seva comunicació presencial i superar les barreres existents.

Elabora

1. Comunicació presencial i barreres

Realitzeu una anàlisi de la situació de partida a l'empresa fictícia en termes de comunicació presencial. Haureu d'identificar almenys tres barreres comunes que puguin estar afectant la comunicació en l'entorn empresarial i proposar estratègies per superar-les.

2. Elaboració del missatge efectiu

Elabora un missatge empresarial efectiu per a un client potencial. Considera l'estructura del missatge, el to apropiat i la forma de transmetre la informació de manera clara i persuasiva. Per exemple: Estimad client: Ens complau presentar-li els nostres productes, que impulsaran el seu creixement empresarial. Amb el nostre enfocament innovador i experiència provada en el sector, estem compromesos a ajudar-lo a assolir les seves metes i superar les seves expectatives. Esperem col·laborar amb vostè.

3. Situacions i tècniques de comunicació presencial

Investigau diferents tipus de comunicació presencial (com presentacions, reunions i negociacions) i en descriu almenys tres, incloent-hi les seves característiques clau i objectius específics. Cada grup realitzarà una recerca sobre diferents tipus de comunicació presencial habituals en l'entorn empresarial. Haureu de descriure en detall almenys tres tipus de comunicació presencial comuns en l'entorn empresarial, com presentacions, reunions i negociacions, incloent-hi les seves característiques clau i objectius específics.

4. Anàlisi de casos d'èxit

Investigau i presenteu un informe sobre el cas d'una empresa real que hagi assolit una millora significativa en la seva comunicació presencial. L'informe ha de tenir l'estructura següent:

- Introducció. Presentació del cas d'èxit i context de l'empresa.



Comunicació presencial en l'atenció al client

- **Descripció del problema inicial de comunicació. Identificació del problema de comunicació de partida.**
- **Estratègies i solucions implementades. Descripció detallada de les estratègies.**
- **Resultats i fites assolides. Impacte de les solucions en la comunicació empresarial i millores observades.**
- **Lliçons apreses i recomanacions. Reflexió sobre els desafiaments superats i les lliçons apreses.**

5. Elaboració del missatge efectiu

Crea un pla detallat que abordi les deficiències identificades en la comunicació presencial de l' empresa simulada, proposant solucions efectives i realistes.

Presenta

Presenteu la feina feta davant la resta de la classe. En la presentació s' hauran d' aplicar les tècniques de comunicació presencial efectiva que hem estudiat en aquesta unitat. Una vegada finalitzada cada exposició, s'obrirà un torn de debat en el qual la resta de la classe podrà intervenir amb preguntes, dubtes o observacions. Aquestes intervencions han de ser respectuoses i constructives, aportant punts de vista que permetin enriquir el contingut i fomentar l'aprenentatge col·laboratiu.

Resposta oberta.