



Comunicació no presencial en l'atenció comercial

La recepció de l'empresa estava experimentant canvis a causa del notable creixement de l'últim any. Laura, recentment assignada al servei de recepció de l'empresa, es trobava davant la flamant centraleta telefònica, desconcertada per la tasca que l'esperava.

—¡Hola! Sóc Laura, m'han canviat per ajudar aquí, però no sé com funciona aquest tipus de centraletes. Com són les trucades i els missatges per als altres? El seu company Iker, experimentat en la tasca, li va oferir orientació:

—¡Hola, Laura!, sóc Iker. Tranquil·la, és fàcil, la centraleta ens ajuda a gestionar les trucades entrants. Només pulsa el botó corresponent quan soni el telèfon. Quan hakis de transferir la trucada, ho fas marcant l'extensió. Si no contesten, prens el missatge i el registres al llibre de missatges, aquí. Anota nom, assumpte i hora. Després, guàrdalo a la bústies o envia'l per correu intern.

—Entès, ¿alguna cosa més?

—Sé amable i professional. Per cert, si t'encarreguen que redactis una carta o un correu electrònic, pídem ajuda.

—Gràcies, ara em sento més tranquil·la.

Amb aquestes paraules, Laura es va submergir en les seves noves responsabilitats, confiada i llesta per enfrontar el flux constant de trucades que esperava gestionar amb destresa.

a) Posa't al lloc de Laura, ¿sabries com es gestionen les trucades amb una centraleta telefònica?

b) Quines pautes de comunicació verbal i no verbal has de seguir en les trucades entrants? I a les sortints?

c) Com has d'atendre un client enfadat que vol presentar una queixa?

d) Sabries redactar un correu electrònic per informar un company sobre una trucada perduda?

a) Sí. Les trucades es gestionen atenent la centraleta quan sona, pitjant el botó corresponent per despenjar i parlant amb l'interlocutor. Si la trucada ha de passar a una altra persona, es marca l'extensió i es transfereix. Si no contesten, es pren un missatge anotant nom, motiu i hora, i es deixa a la bústies o s'envia per correu intern.



Comunicació no presencial en l'atenció comercial

b) En les trucades entrants, la comunicació verbal ha de ser clara, educada i professional, usant un to amable. La comunicació no verbal (encara que no es vegi) es reflecteix en el to de veu: somriure, calma i ritme adequat. En les trucades sortints, s'ha de saludar correctament, identificar-se, explicar breument el motiu i assegurar-se que l'interlocutor pugui atendre. També és important mantenir un to cordial i evitar interrupcions.

c) A un client enfadat cal atendre'l amb calma, escoltar-lo sense interrompre, mostrar empatia i mantenir un to tranquil. És important no discutir, demanar disculpes si escau, explicar els passos que s'han de seguir i oferir una solució o derivar-lo al departament corresponent.

d) Sí. Un exemple breu de correu podria ser: "Hola, [nom]. T'informo que has rebut una trucada de [nom del client] a les [hora]. Desitjava tractar el següent assumpte: [motiu]. Si necessites més detalls, els he registrat al llibre de missatges. Una salutació."

Activitats

1. Quin repte principal presenta la comunicació no presencial a causa de l'absència de contacte físic?

El principal desafiament de la comunicació no presencial és l'absència de kinèsia o llenguatge corporal, cosa que elimina els senyals contextuals que acompanyen la comunicació cara a cara. Sense aquests senyals visuals com gestos, expressions facials o postures corporals, és difícil percebre la predisposició o l'estat emocional de l'interlocutor, cosa que pot portar a malinterpretacions del missatge.

2. Quines tecnologies han permès el desenvolupament i la rellevància de la comunicació no presencial en els darrers anys?

Les tecnologies de la informació i la comunicació (TIC) han permès el desenvolupament i la rellevància de la comunicació no presencial en els darrers anys, superant barreres geogràfiques i temporals. Aquestes inclouen telèfons, correus electrònics, missatgeria instantània, videoconferències, plataformes virtuals i fòrums de discussió.



Comunicació no presencial en l'atenció comercial

3. Per què és important utilitzar un llenguatge clar i precís en la comunicació no presencial?

És important utilitzar un llenguatge clar i precís en la comunicació no presencial perquè en no comptar amb elements no verbals que complementin el missatge, el llenguatge ha de compensar aquesta mancança per evitar malentesos. Un llenguatge clar i precís, adaptat al canal i al context, garanteix una interacció eficient i professional, especialment en entorns laborals i educatius.

4. Explica amb les teves paraules què és la kinèsia. Posa dos exemples, diferents dels que apareixen a la unitat, de situacions en què la kinèsia que acompanya la comunicació presencial no aparegui en la comunicació no presencial.

La kinèsia és l'estudi del significat dels moviments corporals i gestos en la comunicació humana. Analitza com el nostre cos transmet informació mitjançant postures, gestos i expressions facials.

Exemples:

1. En una reunió presencial, un participant pot mostrar desinterès creuant els braços i mirant constantment el rellotge, cosa que indica a l'orador que ha de canviar el seu enfocament. En una trucada telefònica, aquesta informació no està disponible.
2. Durant una negociació cara a cara, una encaixada de mans ferma i el contacte visual directe poden transmetre confiança i seguretat. En un correu electrònic o missatge de text, aquests elements de kinèsia estan absents, dificultant la construcció de confiança.

5. Quins són els avantatges de l'ús del telèfon en una campanya de màrqueting empresarial?

Els avantatges de l'ús del telèfon en una campanya de màrqueting empresarial són:

- Permet establir més contactes en menys temps



Comunicació no presencial en l'atenció comercial

- Elimina el cost de desplaçament
- Arriba a llocs més allunyats geogràficament
- Ofereix un servei ràpid i personalitzat

6. Seguint amb el cas pràctic anterior, com pot la Carmina resoldre les barreres tècniques que afecten la qualitat de la comunicació telefònica?

Per resoldre les barreres tècniques que afecten la qualitat de la comunicació telefònica, la Carmina podria:

- Assegurar-se de tenir una bona connexió telefònica i equip adequat
- Parlar en un entorn tranquil i sense sorolls de fons
- Utilitzar un to de veu clar i pausat per compensar possibles interferències
- Verificar la comprensió del missatge demanant confirmació al client
- Tenir preparats canals alternatius de comunicació (correu electrònic, missatge de text) en cas que la comunicació telefònica falli
- Reprogramar la trucada si les interferències són persistents

7. Quines són les millors pràctiques per minimitzar el rebuig de trucades comercials per part dels clients? Investiga i explica com les empreses poden millorar l'acceptació de trucades telefòniques.

Les millors pràctiques per minimitzar el rebuig de trucades comercials inclouen:

- Segmentar adequadament els clients per contactar només aquells amb interès potencial
- Trucar en horaris convenients, evitant moments inoportuns
- Preparar un guió concís i personalitzat que vagi directe al punt
- Capacitar els teleoperadors perquè mostrin empatia i professionalisme
- Presentar-se clarament a l'inici de la trucada, identificant l'empresa i el motiu
- Preguntar si és un bon moment per parlar i respectar la resposta
- Oferir valor real al client, no només intentar vendre
- Utilitzar un to amable i entusiasta que transmeti confiança
- Seguiment adequat de les trucades prèvies per no repetir informació



Comunicació no presencial en l'atenció comercial

- Combinar les trucades amb altres canals de comunicació com a correus electrònics previs

8. Busca informació a Internet i contesta les preguntes següents:

a) Com impacten les noves tecnologies de la informació a l'eficàcia de la comunicació telefònica empresarial en comparació amb la comunicació presencial?

Les noves tecnologies de la informació han transformat la comunicació telefònica empresarial, fent-la més eficaç en diversos aspectes:

- Integració amb CRM: Els sistemes permeten accedir a l'historial del client durant la trucada
- Centraletes virtuals: Faciliten la gestió de múltiples trucades i la seva derivació automàtica
- VoIP (Veu sobre IP): Redueix costos i permet trucades internacionals a preus accessibles
- Anàlisi de dades: Permet avaluar l'eficàcia de les trucades i millorar protocols
- Enregistrament de trucades: Facilita la formació i resolució de disputes
- Sistemes IVR (Resposta de Veu Interactiva): Automatitzen processos bàsics
- Transcripció automàtica: Converteix converses en text per a la seva anàlisi

Tot i que aquestes tecnologies milloren l'eficiència, la comunicació presencial continua sent superior en aspectes com ara la construcció de relacions de confiança, la interpretació de senyals no verbals i la resolució de problemes complexos que requereixen interacció directa.

b) Quins són els factors que determinen l'èxit o el fracàs de la comunicació telefònica empresarial en comparació amb altres canals de comunicació?

Factors que determinen l'èxit o el fracàs de la comunicació telefònica empresarial:

Factors d'èxit:

- Immediatesa i resposta en temps real
- Personalització de l'atenció



Comunicació no presencial en l'atenció comercial

- Capacitat per resoldre dubtes complexos
- To de veu adequat que transmet empatia
- Formació adequada del personal
- Disponibilitat horària àmplia
- Sistemes tecnològics que faciliten la gestió de trucades
- Protocols clars d'atenció

Factors de fracàs:

- Temps d'espera perllongats
- Personal poc capacitat o desmotivats
- Barreres tècniques (dolenta connexió, sorolls)
- Manca de seguiment de les converses
- Transferències múltiples entre departaments
- Impossibilitat de mostrar visualment informació
- Costos operatius més alts que canals digitals
- Limitació per atendre múltiples consultes simultàniament

En comparació amb altres canals, el telèfon destaca per la immediatesa i personalització, però pot ser menys eficient que el correu electrònic per documentar acords o que el xat per atendre múltiples consultes simultàniament.

9. El Pau és cap de compres d'una mitjana empresa i rep la trucada de l'Andrea, comercial d'equips d'oficina, per demanar una entrevista. Determina cadascun dels elements del procés comunicatiu.

- Emissor: L'Andrea, comercial d'equips d'oficina
- Receptor: El Pau, cap de compres
- Missatge: Sol·licitud d'entrevista
- Canal: Línia telefònica
- Codi: Llenguatge parlat
- Context: Àmbit empresarial, relació comercial
- Suport: No existeix, tret que es gravi la conversa



Comunicació no presencial en l'atenció comercial

- Possibles interferències: Sorolls a la línia, interrupcions externes, etc.

10. Segurament disposareu d'un telèfon mòbil propi o d'ús familiar. Enumera, de manera resumida, quines són les funcions per a les quals normalment utilitzes el teu terminal.

Les funcions més comunes per a les quals es fa servir un telèfon mòbil són:

- Realitzar i rebre trucades
- Enviar i rebre missatges de text (SMS) i multimèdia (MMS)
- Comunicació mitjançant aplicacions de missatgeria instantània (WhatsApp, Telegram)
- Navegació per Internet
- Ús de xarxes socials
- Correu electrònic
- Fotografia i vídeo
- Agenda i calendari
- Aplicacions d'entreteniment (jocs, música, vídeos)
- GPS i mapes
- Banca mòbil i pagaments
- Alarma i rellotge

11. Indica a quin servei dels proporcionats pels telèfons moderns associes la definició següent: «permet parlar amb tres o més persones alhora».

Aquesta definició correspon al servei de "trucada o conferència múltiple" o "multiconferència".

12. Substitueix les frases següents al telèfon per altres de més adequades:

- Espereu-vos una mica.

*Més adequada: * "Podria esperar un moment, si us plau?"



Comunicació no presencial en l'atenció comercial

- Hola, sóc Carmen, què vols?

Més adequada: "Bon dia, l'atén Carme, en què puc ajudar-lo?"

- Ara no me'n recordo.

Més adequada: "Permet-me consultar-ho per donar-li una informació precisa."

- No ho sé, acabo d'arribar-hi.

Més adequada: "Disculpi, necessito verificar aquesta informació. Podria esperar un moment mentre el consulto?"

13. Quantes fases té el procés de comunicació telefònica?

El procés de comunicació telefònica té quatre fases: elaboració del missatge, transmissió del missatge, comprensió del missatge i resposta del receptor a l'emissor.

14. Quina acció realitza l'emissor a la primera fase del procés de comunicació telefònica?

A la primera fase del procés de comunicació telefònica, l'emissor (la persona que truca) codifica el missatge, és a dir, elabora mentalment el que vol comunicar i ho prepara per transmetre'l.

15. Per parelles, representeu alternativament els rols d'emissor i receptor en una trucada telefònica. L'emissor haurà de plantejar un cas (consulta, queixa o sol·licitud) mentre el receptor escoltarà, comprendrà i donarà una resposta adequada. Després, intercanviaran rols per practicar les dues perspectives.

[Aquesta és una activitat pràctica que requereix interacció entre estudiants]

16. Quina acció es fa a l'etapa de desenvolupament de la conversa telefònica?



Comunicació no presencial en l'atenció comercial

A l'etapa de desenvolupament de la conversa telefònica, s'inicia quan parlem amb la persona a qui ens adrecem i el seu objectiu és transmetre el missatge que es vol de manera clara o esbrinar detalladament què és el que vol el que va fer la trucada, amb la finalitat de donar la resposta més apropiada.

17. Què ha d'incloure un comiat adequat en finalitzar una trucada?

Un comiat adequat en finalitzar una trucada ha d'incloure:

- Agraïment per l'atenció prestada
- Una fórmula de comiat cortès (com "Que tingui un bon dia")
- Assegureu-vos que l'interlocutor no necessita res més
- Esperar que l'interlocutor pengi primer (especialment si és un client)

18. Per parelles, dissenyeu un guió telefònic que inclogui les etapes d'una trucada comercial (presentació, desenvolupament, conclusió i comiat) i després representeu-lo alternant rols entre emissor i receptor.

[Aquesta és una activitat pràctica que requereix interacció entre estudiants]

19. Identifica, en les activitats següents, quines afavoreixen i quines perjudiquen una comunicació telefònica eficaç. Raona la teva resposta.

a) Apagar la ràdio abans de contestar.

Afavoreix la comunicació telefònica eficaç perquè elimina sorolls de fons que podrien interferir en la claredat de la conversa i distreure tant l'emissor com el receptor.

b) Mastegar xiclet mentre es parla.

Perjudica la comunicació telefònica eficaç perquè dificulta la pronunciació clara i pot generar sorolls molestos que distreuen l'interlocutor, donant a més una imatge poc professional.

c) Gesticular arrufant les celles o esbufegar.



Comunicació no presencial en l'atenció comercial

Perjudica la comunicació telefònica eficaç perquè, encara que l'interlocutor no pot veure els gestos, aquestes accions solen reflectir-se al to de veu, transmetent impaciència, desinterès o molèstia.

d) Mantenir un to de veu calmat i amable.

Afavoreix la comunicació telefònica eficaç perquè transmet professionalisme, interès i disposició per ajudar, generant confiança a l'interlocutor.

20. Explica amb les teves paraules com el telèfon es pot fer servir com a canal de vendes o per prestar un servei més proper al client, esmentant exemples pràctics.

El telèfon com a canal de vendes i servei al client:

Com a canal de vendes:

- Permet fer trucades proactives per presentar nous productes o promocions directament a clients potencials
- Facilita el seguiment de clients interessats que han mostrat interès previ
- Possibilita el tancament de vendes mitjançant la resolució immediata de dubtes o negociació de condicions
- Permet realitzar vendes creuades o suggeriments personalitzats basats en la conversa

Com a servei proper al client:

- Ofereix atenció personalitzada i humana, creant una connexió emocional amb la marca
- Permet resoldre problemes complexos mitjançant una conversa directa
- Facilita l'adaptació del servei segons les necessitats específiques expressades pel client
- Proporciona respostes immediates sense temps d'espera d'altres canals

Exemples pràctics:

- Una companyia d'assegurances truca als seus clients abans de la renovació per oferir millores a la pòlissa



Comunicació no presencial en l'atenció comercial

- Un banc contacta telefònicament per explicar nous productes financers adaptats al perfil del client
- Una botiga online truca per confirmar detalls d'una comanda complexa
- Un servei tècnic proporciona assistència telefònica pas a pas per resoldre problemes

21. Elabora una llista amb les principals accions que cal fer durant una trucada telefònica per projectar una imatge positiva de l'empresa.

Principals accions per projectar una imatge positiva durant una trucada telefònica:

1. Contestar ràpidament (abans del tercer to)
2. Saludar cordialment i identificar-se amb nom i empresa
3. Utilitzar un to de veu amable, clar i entusiasta
4. Practicar l'escolta activa, demostrant interès
5. Parlar amb un ritme adequat, ni molt ràpid ni molt lent
6. Utilitzar un llenguatge professional i adaptat a l'interlocutor
7. Evitar interrupcions i sorolls de fons
8. Mantenir una postura corporal adequada (encara que no es vegi, es reflecteix a la veu)
9. Somriure mentre es parla (es transmet al to de veu)
10. No deixeu l'interlocutor en espera per més de 30 segons
11. Prendre notes per no demanar que repeteixi informació
12. Verificar la comprensió parafrasejant allò entès
13. Oferir solucions clares i concretes
14. Agrair la trucada abans de finalitzar
15. Acomiadar-se cordialment, permetent que el client pengi primer

22. Per parelles, feu un role-play on un serà el representant de l'empresa i l'altre el client. El representant haurà de fer una trucada proactiva per informar sobre una promoció i, en la següent interacció, respondrà a una consulta reactiva del client.



Comunicació no presencial en l'atenció comercial

[Aquesta és una activitat pràctica que requereix interacció entre estudiants]

23. Busca a Internet informació sobre eines tecnològiques que complementin l'atenció telefònica a les empreses (per exemple, sistemes CRM, bots de resposta automàtica o aplicacions de gestió de trucades). Identifica almenys dues eines, en descriu les característiques principals i explica com poden millorar l'experiència del client. Comparteix les teves troballes amb la classe mitjançant una presentació breu.

[Aquesta és una activitat de recerca que requereix cerca a internet]

24. Posa dos exemples, diferents dels que hem vist, per a cadascun dels motius següents pels quals no és adequat fer una trucada telefònica:

a) Per l'assumpte que es tractarà:

- Comunicar la mort d'un familiar o ésser estimat
- Discutir informació altament confidencial sobre l'empresa que podria ser interceptada

b) Per la situació:

- Trucar a un client quan està enmig d'un esdeveniment important que ha estat anunciat públicament
- Contactar amb un proveïdor fora de l'horari laboral per a un assumpte no urgent

c) Pel rang jeràrquic:

- Un becari trucant directament al CEO per consultar sobre un procediment rutinari
- Un empleat nou contactant amb el director financer per sol·licitar informació que podria obtenir del seu supervisor directe

25. Indica al teu quadern si les afirmacions següents són vertaderes o falses:

a) Si no hi ha una relació d'amistat o de confiança, hem de tractar l'interlocutor de vostè.



Comunicació no presencial en l'atenció comercial

***Vertader*.** En absència d'una relació de confiança, el tractament formal de vostè és el que és apropiat en l'àmbit professional.

b) No hem de tutejar el nostre interlocutor, encara que així ens ho indiqui.

***Falsa*.** Si l'interlocutor ens indica que prefereix ser tractat de "tu", ens hem d'adaptar a la seva preferència com a mostra de respecte.

c) En preguntar per una persona en concret, farem servir senyor o senyora abans del cognom.

***Vertader*.** És la manera correcta i respectuosa de referir-se a algú en un context professional.

d) En preguntar per una persona en concret, farem servir senyor o senyora abans del nom.

***Falsa*.** Senyor o senyora s'utilitza abans del cognom, no del nom.

26. Llegeix els escenaris següents i determina si la trucada telefònica és oportuna o no, justificant la teva resposta:

a) Un empleat truca al seu cap a les 22.30 per informar-lo sobre un problema menor a l'oficina.

***No és oportuna*.** La trucada es fa fora de l'horari laboral per tractar un assumpte que no és urgent ni important. Això envaeix el temps personal del cap i mostra manca de consideració. Seria més adequat enviar un correu electrònic o esperar el dia següent.

b) Una representant de vendes contacta un client per telèfon per discutir un contracte que ja li va enviar per correu electrònic.

***És oportuna* si es realitza en horari laboral i després de donar temps suficient al client per revisar el contracte. La trucada pot ser útil per aclarir dubtes i avançar en el procés de negociació, complementant la informació escrita.**

c) Una treballadora truca al seu company durant una reunió per demanar-li un favor personal.



Comunicació no presencial en l'atenció comercial

No és oportuna. Interrompre algú durant una reunió per a un assumpte personal mostra manca de respecte pel temps i les obligacions professionals del company. Seria més adequat esperar que finalitzi la reunió o utilitzar un missatge de text que pugui llegir quan estigui disponible.

27. Per parelles, feu una simulació en què una persona truqui a l'empresa i l'altra l'atengui seguint les normes de cortesia i protocol. Després, intercanvieu rols. Al final, avalueu mútuament l'exercici i suggeriu millores.

[Aquesta és una activitat pràctica que requereix interacció entre estudiants]

28. Redacta un guió per fer una trucada telefònica professional en què hakis de concertar una cita amb un client. Inclou una introducció adequada, una explicació clara del motiu de la trucada i un comiat cortès.

****Guió per concertar una cita amb un client:****

****Introducció:****

"Bon dia, li parla Ana Martínez de Solucions Tecnològiques. Estic parlant amb el Sr. Rodríguez?"

[Resposta del client]

"Encantada de saludar-lo, Sr. Rodríguez. És un bon moment per parlar breument?"

[Resposta del client]

****Motiu de la trucada:****

"Li truco perquè hem desenvolupat una nova solució de gestió empresarial que podria optimitzar els processos que va comentar a la nostra última reunió. M'agradaria concertar una cita per mostrar personalment com aquesta eina podria ajudar específicament a la seva empresa."

[Resposta del client]



Comunicació no presencial en l'atenció comercial

"Entenc. Li vindria bé dimarts que ve a les 10:00 del matí a les seves oficines? La presentació duraria aproximadament 45 minuts."

[Resposta del client - ajustar segons disponibilitat]

"Perfecte, llavors quedem el [dia acordat] a les [hora acordada] a [lloc acordat]. Li enviaré un correu electrònic amb la confirmació i una breu agenda dels temes que tractarem."

****Comiat:****

"Moltes gràcies pel seu temps, Sr. Rodríguez. Estic a la vostra disposició si sorgeix qualsevol dubte abans de la nostra reunió. Que tingui un excel·lent dia."

[Resposta del client]

"Igualment. Fins [dia acordat]. Adéu."

29. La Natàlia treballa a la centraleta de l'empresa Calcer SL i acaba de rebre la trucada següent:

Natàlia: Bon dia, Calcer SL, digui'm.

Manuel: Bon dia, voldria parlar amb el cap de vendes.

Natàlia: Si us plau, em podria indicar el nom i el motiu de la trucada?

Manuel: Sóc Manuel Cerdà, de Sabateries Pepi. És per una comanda que vam fer la setmana passada.

Natàlia: En aquest moment està parlant per una altra línia. Vol deixar algun missatge?

Manuel: Sí, digui-li que li he telefonat i que em truqui, és urgent.

Natàlia: Si us plau, podria indicar-me el seu número de telèfon?

Manuel: El meu número és 954557788.

Natàlia: Moltes gràcies, ara mateix li transmetré el seu missatge.

Manuel: Esperaré la seva trucada, gràcies.



Comunicació no presencial en l'atenció comercial

a) Completa al teu quadern la nota d'avís incloent-hi tota la informació necessària.

****A l'atenció del Sr./Sra.:** Cap de Vendes

****DURANT LA SEVA ABSÈNCIA****

****Sr./Sra.:** Manuel Cerdà

****de:** Sabateries Pepi

****Núm. de telèf.:** 954557788

****Correu electrònic:** [No proporcionat]

☒ ha telefonat

☐ tornarà a telefonar

☒ desitja que vostè li telefoni

☐ ha vingut a visitar-lo

☐ desitja que vagi a veure'l

☒ URGENT

☐ per a la seva informació

☐ per a la seva aprovació

☐

****ha deixat el següent encàrrec per a vostè.****

Va trucar referent a una comanda que van realitzar la setmana passada. Demana que li torni la trucada amb urgència.

****Rebut per:** Natàlia ****Hora:** [hora actual] ****Data:** [data actual]

b) Explica per què és important que la nota sigui lliurada ràpidament i com afecta això la imatge de l'empresa.



Comunicació no presencial en l'atenció comercial

És important que la nota sigui lliurada ràpidament per diverses raons:

1. El client ha indicat que l'assumpte és urgent, probablement relacionat amb un problema a la seva comanda que necessita solució immediata.
2. La rapidesa en la resposta demostra eficiència i professionalitat, cosa que reforça una imatge positiva de l'empresa.
3. Si la comanda té algun problema, una resposta ràpida pot evitar que la situació s'agreuï o que el client busqui alternatives amb la competència.
4. L'atenció oportuna a les comunicacions dels clients contribueix a la fidelització i la satisfacció del client.

El lliurament ràpid de la nota afecta directament la imatge de l'empresa perquè:

- Reflecteix la importància que l'empresa dóna als seus clients i necessitats
- Demostra l'eficàcia dels processos interns de comunicació
- Projecta professionalisme i organització
- Pot ser determinant per mantenir la confiança del client, especialment si és un assumpte urgent
- Contribueix a percebre que l'empresa és responsable i està compromesa amb el servei al client

30. Imagina que el diàleg del cas pràctic no s'ha resolt tan feliçment i que al final el client ha anat a l'oficina de l'empresa a posar una reclamació.

Prepara un diàleg entre un client i un empleat de l'empresa, en què el client explica a l'empleat què li ha passat.

****Client:**** Bon dia, vinc a presentar una reclamació formal. Estic molt disgustat amb el servei que he rebut.



Comunicació no presencial en l'atenció comercial

****Empleat:**** Bon dia, sento molt escoltar això. Em dic Laura i sóc aquí per ajudar-lo. Podria explicar-me què ha passat?

****Client:**** El dissabte passat vaig contractar la instal·lació d'un equip d'aerotèrmia. Em van assegurar que ho instal·larien aquell mateix dia, així que em vaig quedar esperant a casa. Vaig esperar més de mitja hora després de l'hora acordada i com que no arribava ningú, vaig haver de sortir per un compromís urgent.

****Empleat:**** Entenc la seva frustració. Va rebre alguna trucada del tècnic?

****Client:**** No, i aquest és precisament el problema. Ningú em va avisar de cap retard. Després vaig saber que l'instal·lador diu que va intentar trucar-me, però el meu mòbil s'havia quedat sense bateria. Tot i així, crec que haurien d'haver intentat contactar-me per altres mitjans o haver respectat l'horari acordat.

****Empleat:**** Té tota la raó. Hem d'haver gestionat millor la situació. Ha pogut parlar amb algú del nostre servei tècnic des de llavors?

****Client:**** Sí, vaig trucar dilluns i vaig parlar amb una senyoreta que em va dir que concertaria una nova cita, però ja han passat tres dies i ningú m'ha trucat. Mentrestant, segueixo sense calefacció a casa meua i les temperatures estan baixant.

****Empleat:**** Li demano disculpes per aquests inconvenients. Revisaré el seu cas immediatament i donar-li prioritat. Em permet les dades per localitzar el seu expedient?

****Client:**** Em dic Carles Martínez, la meua adreça és Avinguda Principal 45, 3ºB.

****Empleat:**** Gràcies, Sr. Martínez. Veig el seu expedient aquí. Efectivament, va haver-hi un malentès amb la cita i no s'ha gestionat correctament la reprogramació. Us proposo el següent: puc programar la instal·lació per demà mateix a primera hora, a les 9:00, i com a compensació per les molèsties, us oferirem un 15% de descompte en el servei i un manteniment gratuït durant el primer any.



Comunicació no presencial en l'atenció comercial

****Client:**** Bé, necessito urgentment que s'instal·li l'equip. Si m'asseguren que demà sense falta estarà el tècnic a les 9.00, accepto la proposta.

****Empleat:**** Li ho garanteixo, Sr. Martínez. A més, li donaré el meu número directe perquè em pugui contactar personalment si sorgeix qualsevol problema. Us sembla bé?

****Client:**** D'acord, espero que aquesta vegada compleixin el que s'ha promès.

****Empleat:**** Així serà. Prepararé els documents de la seva reclamació i la solució acordada. Podria signar-los, si us plau? Us lliuraré una còpia per al vostre registre.

****Client:**** Està bé, els signaré.

****Empleat:**** Moltes gràcies per la seva comprensió, Sr. Martínez. Lamentem sincerament els inconvenients causats i us agraïm l'oportunitat de resoldre aquesta situació. Demà a les 9:00 estarà el tècnic al seu domicili.

****Client:**** Això espero. Bon dia.

****Empleat:**** Bon dia i gràcies novament.

31. Alexandre Cortell, gerent de l'empresa Karisma, truca a Tecnogic sol·licitant parlar amb Ferran Porter. El Ferran està en un congrés a París i la persona que atén la trucada a l'empresa li indica que no està disponible. L'Alexandre demana que li donin el número del telèfon mòbil del Ferran per comentar-li un assumpte urgent.

¿Li han de donar el número del telèfon mòbil del Ferran? Raona la teva resposta.

No us han de donar el número del telèfon mòbil del Ferran sense la vostra autorització prèvia, per diverses raons:

1. ****Protecció de dades personals****: El número de telèfon mòbil personal o professional és una dada de caràcter personal i està protegida per les lleis de



Comunicació no presencial en l'atenció comercial

protecció de dades. Compartir-ho sense consentiment podria constituir una violació de la privadesa.

2. ****Política empresarial****: La majoria de les empreses tenen polítiques estrictes sobre la divulgació d'informació de contacte dels seus empleats, especialment quan són fora de l'oficina.

3. ****Seguretat****: Proporcionar el número podria exposar al Ferran a trucades no desitjades o fins i tot a intents d'enginyeria social o phishing.

4. ****Alternatives disponibles****: Hi ha altres opcions més adequades per manejar la situació:

- Oferir prendre un missatge detallat i assegurar que el Ferran el rebrà
- Preguntar si hi ha una altra persona a l'empresa que pugui ajudar amb l'assumpte urgent
- Oferir transmetre un missatge al Ferran per correu electrònic o a través dels canals interns de l'empresa
- Consultar amb un superior si l'assumpte és realment urgent i cal contactar amb el Ferran durant el congrés

5. ****Verificació d'identitat****: No hi ha manera segura de verificar per telèfon que qui truca és realment l'Alexandre Cortell.

La persona que atén la trucada hauria d'explicar cortesament que no pot proporcionar el nombre personal, però oferir alternatives per ajudar a resoldre l'assumpte urgent.

32. Per parelles, prepareu un diàleg per escenificar-lo a classe sobre la situació següent:

Un alumne representarà un client molt enfadat que truca al servei d'atenció al client d'una companyia de manteniment per queixar-se pel retard en la instal·lació d'unes persianes que li van assegurar que s'instal·larien fa dos dies.

Un altre alumne farà el paper de l'operador que atén el telèfon al servei d'atenció al client. Demaneu al client les dades de l'ordre de treball i



Comunicació no presencial en l'atenció comercial

l'adreça de client i comproveu que l'adreça no era correcta. Demana disculpes i informa al client que l'instal·lador intentarà fer la feina avui.

[Aquesta és una activitat pràctica que requereix interacció entre estudiants]

33. Explica amb les teves paraules com actuar davant de les situacions següents:

a) Amb clients que no dominen la nostra llengua:

Amb clients que no dominen la nostra llengua, hem de:

- Parlar més a poc a poc, però sense exagerar ni alçar la veu
- Utilitzar un llenguatge senzill, evitant modismes, argot tècnic o expressions complexes
- Fer pauses freqüents per verificar la comprensió
- Utilitzar frases curtes i directes
- Donar suport a recursos visuals quan sigui possible (enviar correus amb imatges o instruccions)
- Repetir la informació clau de diferents maneres
- Mostrar paciència i empatia, evitant mostrar frustració
- Si és possible, oferir atenció en el vostre idioma a través d'un company o servei de traducció
- Confirmar la comprensió demanant al client que repeteixi els punts importants
- Agrair el vostre esforç per comunicar-vos

b) Amb clients que s'adrecen a nosaltres saltant-se les normes bàsiques d'educació:

Amb clients que es dirigeixen a nosaltres de manera irrespectuosa, hem de:

- Mantenir la calma i no respondre de la mateixa manera
- Escoltar activament sense interrompre, permetent que expressin la seva frustració
- Utilitzar un to de veu tranquil i professional



Comunicació no presencial en l'atenció comercial

- Mostrar empatia amb frases com "Entenc la seva frustració"
- Centrar-se en el problema i no pas en l'actitud del client
- Evitar prendre els comentaris de manera personal
- Oferir solucions concretes al problema plantejat
- Si la situació es torna abusiva, informar educadament que volem ajudar però necessitem mantenir un diàleg respectuós
- En casos extrems, oferir transferir la trucada a un supervisor
- Documentar adequadament la interacció per a futures referències

c) Amb clients que no estan satisfets amb la informació facilitada:

Amb clients insatisfets amb la informació proporcionada, hem de:

- Escoltar atentament les seves objeccions per entendre quina informació consideren insuficient
- Preguntar específicament quina informació addicional necessiten
- Oferir explicacions més detallades o des d'un altre enfocament
- Proporcionar fonts addicionals d'informació (lloc web, fulletons, manuals)
- Verificar si hi ha malentesos a la comunicació
- Oferir alternatives o solucions complementàries
- Si no disposem de la informació sol·licitada, comprometre'ns a investigar-la i establir un termini per tornar a contactar
- Consultar amb altres departaments si cal per obtenir informació més precisa
- Fer seguiment per assegurar-nos que finalment van quedar satisfets
- Agrair la seva paciència i persistència, reconeixent-ne l'interès per obtenir informació completa

34. Diferència entre comunicació oral i comunicació escrita.

****Comunicació oral:****

- És immediata i permet retroalimentació instantània
- Es complementa amb elements no verbals (gestos, expressions facials, to de veu)
- És més espontània i menys estructurada



Comunicació no presencial en l'atenció comercial

- No queda registre permanent (llevat que es gravi)
- Permet aclariments immediats de malentesos
- És més flexible i adaptable durant la interacció
- Pot incloure falques, repeticions i frases incompletes
- El to, volum i ritme són elements clau

****Comunicació escrita:****

- No hi ha retroalimentació immediata del receptor
- Deixa constància permanent del missatge (prova documental)
- Manca d'elements no verbals complementaris
- Permet més reflexió i elaboració del missatge
- Requereix més domini d'ortografia i gramàtica
- Possibilita l'enviament de documentació adjunta extensa
- És més estructurada i formal
- Permet revisar i corregir abans d'enviar
- Depèn exclusivament de les paraules per transmetre el missatge
- Pot ser consultada repetidament

35. Identifica l'emissor, el receptor, el missatge, el canal, el mitjà, el codi, el context i les possibles interferències presents a un anunci de cotxes publicat en una revista. En què es diferencia de l'anunci que es podria emetre a la televisió?

****Elements de la comunicació en un anunci de cotxes a la revista:****

- ****Emissor****: La marca d'automòbils o l'agència publicitària que creu l'anunci.
- ****Receptor****: Els lectors de la revista, especialment aquells interessats en automòbils.
- ****Missatge****: La informació sobre el cotxe (característiques, preu, avantatges) i l'intent de persuasió per a la compra.
- ****Canal****: Visual (imprès).
- ****Mitjà****: La revista on es publica l'anunci.
- ****Codi****: Llenguatge escrit i imatges estàtiques.



Comunicació no presencial en l'atenció comercial

- **Context**: L'entorn editorial de la revista i el moment socioeconòmic actual.
- **Possibles interferències**: Distraccions del lector, manca d'interès, anuncis competidors a la mateixa revista, qualitat d'impressió deficient.

Diferències amb un anunci televisiu:

1. **Canal**: A la televisió s'utilitza un canal audiovisual que combina imatge en moviment i so.
2. **Codi**: L'anunci televisiu incorpora elements addicionals com ara música, efectes sonors, moviment, actuació i narració oral.
3. **Duració**: L'anunci en revista roman disponible mentre el lector ho desitgi, mentre que el televisiu té una durada limitada.
4. **Interacció**: A la revista el lector pot aturar-se, tornar enrere i analitzar detalls; a la televisió el missatge és seqüencial i no controlat pel receptor.
5. **Impacte sensorial**: La televisió estimula més sentits (vista i oïda) creant un impacte emocional potencialment més gran.
6. **Interferències**: A la televisió poden incloure sorolls ambientals, distraccions durant els talls publicitaris o canvi de canal.
7. **Context**: A la televisió influeix la programació circumdant i l'horari d'emissió.
8. **Abast**: La televisió sol tenir més abast però menys segmentació que una revista especialitzada.

36. Busca a la pàgina web de Correus les principals diferències existents entre una carta ordinària i una de certificada. En quins casos creus que caldrà fer servir aquesta última?

Diferències entre carta ordinària i certificada:

Carta ordinària:

- No teniu seguiment ni registre de lliurament
- Preu més econòmic
- Es disposa a bústies o es lliura a oficines
- No hi ha cap prova d'enviament ni de recepció



Comunicació no presencial en l'atenció comercial

- No requereix identificació del destinatari
- No hi ha compensació en cas de pèrdua

****Carta certificada:****

- Té codi de seguiment i traçabilitat
- Major cost que l'ordinària
- S'ha de lliurar a oficines de Correus
- Proporciona justificant de recepció (opcional amb cost addicional)
- Requereix signatura del destinatari o persona autoritzada
- Ofereix indemnització en cas de pèrdua
- Permet verificar l'estat de l'enviament online

****Casos en què cal fer servir carta certificada:****

1. Enviament de documents importants o de valor (contractes, documents legals, títols)
2. Comunicacions oficials amb administracions públiques
3. Cancel·lacions de serveis o contractes on es necessita prova de comunicació
4. Reclamacions formals a empreses
5. Enviament de documentació per a processos selectius o concursos
6. Notificacions legals on es requereix constància de lliurament
7. Comunicacions relacionades amb procediments judicials
8. Enviament de documents originals que no poden ser reemplaçats
9. Quan cal tenir constància de la data exacta de lliurament
10. En situacions on prèviament hi ha hagut problemes de lliurament amb correu ordinari

37. En algunes cartes sol aparèixer impresa l'expressió Franqueig pagat. Busca a Internet el significat i quina és la seva utilitat per a una empresa.

****Franqueig pagat:****



Comunicació no presencial en l'atenció comercial

****Significat:****

El "Franqueig pagat" és un sistema que permet a empreses i organitzacions enviar correspondència sense necessitat d'adherir segells a cada enviament. Indica que el remitent ha abonat prèviament a Correus l'import corresponent a l'enviament postal.

****Utilitat per a una empresa:****

1. ****Estalvi de temps****: Elimina la necessitat de calcular i col·locar segells a cada enviament, agilitzant el procés de preparació de correspondència massiva.
2. ****Eficiència operativa****: permet automatitzar els processos d'enviament, especialment quan es realitzen grans volums de correspondència.
3. ****Control de costos****: Facilita el seguiment i el control de la despesa en enviaments postals, ja que l'empresa pot portar un registre centralitzat.
4. ****Imatge professional****: Proporciona una aparença més professional i corporativa a la correspondència.
5. ****Flexibilitat financera****: Les empreses poden negociar tarifes especials amb el servei postal segons el volum d'enviaments.
6. ****Simplificació administrativa****: Redueix la gestió de petits pagaments i la necessitat de mantenir un estoc de segells.
7. ****Possibilitat de personalització****: Permet incloure el logotip de l'empresa juntament amb la marca de franqueig.
8. ****Facturació periòdica****: L'empresa rep una factura periòdica per tots els enviaments realitzats, facilitant la comptabilitat.
9. ****Adaptabilitat****: El sistema s'adapta a diferents tipus i pesos de correspondència sense necessitat de calcular el franqueig per a cada cas.



Comunicació no presencial en l'atenció comercial

10. ****Integració amb sistemes de gestió****: Es pot integrar amb programari de gestió documental i CRM de l'empresa.

38. La claredat i la concisió són el mateix? Poseu un exemple a través del qual es vegi la diferència entre elles.

No, la claredat i la concisió no són el mateix, encara que totes dues són característiques importants de bona comunicació escrita.

****Claredat****: fa que el missatge sigui comprensible, sense ambigüitats i fàcil d'entendre per al receptor. Un text clar transmet exactament allò que l'emissor vol comunicar.

****Concisió****: Es refereix a expressar les idees amb el menor nombre de paraules possible, eliminant el que és superflu i redundant. Un text concís és breu i va directe al punt.

****Exemple que mostra la diferència:****

****Text clar però no concís:****

"L'informem que la seva sol·licitud de devolució del producte adquirit a la nostra botiga el passat dia 15 de març ha estat revisada pel nostre departament d'atenció al client. Després d'analitzar detingudament el seu cas i comprovar que compleix tots els requisits establerts a la nostra política de devolucions, hem decidit procedir a la devolució de l'import total que vostè va pagar per aquest producte mitjançant el pagament que es realitzarà en els pagaments la compra original."

Aquest text és clar (s'entén perfectament) però no és concís (utilitza moltes més paraules de les necessàries).

****Text concís però no clar:****

"Devolució aprovada. Reemborsament properament."

Aquest text és concís (utilitza poques paraules) però no és clar (no especifica quina sol·licitud, quan es realitzarà el reemborsament, per quin mètode, etc.).



Comunicació no presencial en l'atenció comercial

****Text clar i concís:****

"Hem aprovat la seva sol·licitud de devolució del 15 de març. El reemborsament complet es realitzarà en 3 dies laborables a la targeta de crèdit."

Aquest text aconsegueix ser tan clar (transmet tota la informació necessària) com concís (ho fa amb les paraules justes, sense redundàncies).

39. Amb la col·laboració d'un company de classe, representa la negociació que es podria desenvolupar entre un comercial i un client a l'hora d'arribar a un acord sobre la realització d'una comanda de mercaderia. Planteja aquesta situació si l'acord assolit no s'ha plasmat per escrit i, posteriorment, si se n'ha deixat constància en forma escrita.

[Aquesta és una activitat pràctica que requereix interacció entre estudiants]

40. La regla d'accentuació estableix que una paraula pot ser aguda, plana o esdrúixola, en funció de quina sigui la síl·laba tònica. Explica quan s'ha de col·locar accent en cadascun d'aquests casos.

****Regles d'accentuació:****

1. ****Paraules agudes****: Són aquelles la síl·laba tònica de les quals és l'última.

- ****Porten accent**** quan acaben en vocal (a, e, i, o, u), vocal +s i -en o -in.
- Exemples amb accent: cafè, sofà, compàs, jardí, cançó, sorprèn.
- Exemples sense accent: paper, menjar, costum, cancan, dimarts.

2. ****Paraules planes****: Són aquelles la síl·laba tònica de les quals és la penúltima.

- ****Porten accent**** quan NO acaben en vocal, vocal +s, -en o -in.
- Exemples amb accent: fàcil, plàstic, telèfon, ràpid, créixer.
- Exemples sense accent: casa, arbre, llapis, jove.



Comunicació no presencial en l'atenció comercial

3. ****Paraules esdrúixoles****: Són aquelles la síl·laba tònica de les quals és l'antepenúltima.

- ****Sempre porten accent****, sense excepcions.
- Exemples: música, matèria, àvia, única.

4. ****Paraules sobresdrúixoles****: Són aquelles la síl·laba tònica de les quals és anterior a l'antepenúltima.

- ****Sempre porten accent****, sense excepcions.
- Exemples: químicament, mecànicament.

****Excepcions importants:****

- La vocal d'un diftong no és en realitat una vocal i per això les paraules agudes acabades en diftong no porten accent
- Exemples: canteu, trofeu, sortiu, renoi o desmai.
- Les paraules monosíl·labes no porten accent, excepte en casos de accent diacrític per diferenciar significats. En català en son 15:

- bé (adverbi) / be (xai)
- déu (deïtat) / deu (número / verb deure)
- és (verb ser) / es (pronomen feble)
- mà (nom) / ma (pronomen possessiu)
- més (suma) / mes (període de l'any / pronomen possessiu)
- món (nom) / mon (pronomen possessiu)
- pèl (cabell) / pel (per+el)
- què (adjectiu interrogatiu) / que (relatiu àton)
- sé (verb saber) / se (pronomen feble)
- sí (afirmació) / si (condicional)
- sòl (terra) / sol (sense companyia / astre solar)
- són (verb ser) / son (el seu/l'acte de dormir)
- té (verb tenir) / te (infusió)
- ús (substantiu d'usar) / us (pronomen feble)



Comunicació no presencial en l'atenció comercial

- vós (tractament formal) / vos (pronomen feble)

41. La divisió de les paraules en síl·labes es veu principalment afectada pels diftongs i els hiats. Busca al diccionari aquests dos conceptes i posa diversos exemples de paraules que en continguin.

****Diftong:****

Un diftong és la unió de dues vocals en una mateixa síl·laba, és a dir, que es pronuncien amb un mateix cop de veu. Es forma quan es combina una vocal anomenada "forta" (a, e, o) i una altra anomenada "dèbil" (i, u).

- Parlem de diftongs creixents quan la vocal dèbil està al principi: no-ia, ia-ia, de-ien, io-gur-te-ra, iu-gos-là-vi, gua-nyar, cre-uer, huit, quo-ta.

- I de diftongs decreixents quan la vocal dèbil està al final: ai-xo-pluc, rei, no-vii, co-foi, cui-na, fau-la, peu, ciu-tat, pou, duu.

****Hiat:****

Parlem d'hiat quan malgrat tenir dues vocals juntes, aquestes es pronuncien de forma separada, en síl·labes diferents. Es produeix quan:

- S'ajunten dues vocals fortes (a, e, o), com per exemple: caos, teatre, lleó, poeta, zoològic

- S'ajunten una vocal forta (a, e, o) i una dèbil (i, u) amb la dèbil tònica (accentuada), com per exemple: país, Raül, oïda, veïna,

Compte: Quan la vocal dèbil es troba seguida d'una vocal forta, en català només formen diftong (creixent) quan la i o la u es troben entre vocals (no-ia) o a principi de paraula seguida d'una vocal (ia-ia) o després de K o g seguida de vocal (llengua). En la resta de casos es pronuncien com a dues síl·labes diferents, amb hiat: his-tò-ri-a, Ma-ri-a, pri-o-ri-tat, di-e-ta, con-ti-nu-ar

42. Mitjançant exemples, explica la diferència existent en l'ús de:

a) La coma i el punt i coma.

****Coma (,):****

- Separa elements d'una enumeració: "Vaig comprar pomes, peres, taronges i plàtans."



Comunicació no presencial en l'atenció comercial

- Aïlla incisos o aclariments: "El meu germà, que viu a Barcelona, vindrà a visitar-nos."
- Separa el vocatiu de la resta de l'oració: "Joan, vine aquí."
- Indica l'omissió d'un verb: "Uns prefereixen el te; els altres, el cafè."
- Separa expressions com "és a dir", "per exemple", etc.: "Arribaré tard, és a dir, després de les vuit."

****Punt i coma (;):****

- Separa oracions relacionades entre si que podrien ser independents: "L'informe està acabat; el presentarem demà."
- Separa elements d'una enumeració quan aquests ja contenen comes: "Han assistit Joan, el director; Maria, la secretària; i Pere, el comptador."
- Precedeix connectors adversatius o consecutius en oracions llargues: "Hem treballat intensament durant mesos; tanmateix, els resultats no són els esperats."

****Diferència principal:**** La coma indica una pausa breu i manté una connexió estreta entre els elements que separa. El punt i coma indica una pausa més gran que la coma però menor que el punt, i es fa servir quan les oracions tenen una relació semàntica estreta però podrien funcionar com a oracions independents.

b) El punt i seguit i el punt i a part.

****Punt i seguit (.):****

- Separa oracions dins un mateix paràgraf que tracten temes relacionats.
- Exemple: "L'empresa va presentar els resultats trimestrals. Els beneficis van superar les expectatives dels analistes. El valor de les accions va pujar un 5% després de l'anunci."

****Punt i a part (.):****

- Separa paràgrafs diferents, indicant un canvi més significatiu en el tema o enfocament.
- Exemple:

"La reunió va començar a les 10 del matí amb la presentació del nou projecte. Tots els departaments van exposar les seves idees i es va arribar a un consens sobre els propers passos que cal seguir.



Comunicació no presencial en l'atenció comercial

El pressupost assignat per a aquest trimestre serà distribuït segons les necessitats de cada àrea. El departament de màrqueting rebrà la major part degut al llançament de la nova campanya publicitària."

****Diferència principal:**** El punt i seguit manté la continuïtat dins un mateix paràgraf, separant oracions que desenvolupen aspectes relacionats amb un mateix tema. El punt i a part marca una separació més gran, indicant un canvi d'enfocament, tema o subtema que justifica començar un nou paràgraf.

43. Enumera quines de les normes de presentació de documents exposades estan predeterminades al processador de textos que utilitzes habitualment i quines no.

****Normes predeterminades en processadors de text comuns (com Microsoft Word):****

1. ****Tipus i mida de lletra****: Solen venir amb una font predeterminada (com Calibri 11 o Times New Roman 12).
2. ****Interlínia****: Normalment ve predeterminat (senzill o 1,15 en versions recents de Word).
3. ****Alineació****: Per defecte sol ser alineació a l'esquerra.
4. ****Marges bàsics****: Solen venir amb marges predeterminats, encara que no sempre coincideixen amb els recomanats per a documents professionals.

****Normes NO predeterminades que requereixen configuració manual:****

1. ****Estructura específica del document****: La divisió en encapçalament, cos i peu amb característiques específiques per a cada part.



Comunicació no presencial en l'atenció comercial

2. ****Marges específics per a documents professionals****: Els marges recomanats (4 cm en parts superior i esquerra, 3 cm en parts dreta i inferior) solen requerir ajust manual.
3. ****Format de paper específic****: Encara que l'A4 sol ser predeterminat, la qualitat del paper (80 g mínim) és una decisió física, no del programari.
4. ****Estil unificat per a tota l'empresa****: Les normes de disseny corporatiu específiques s'han de configurar manualment o mitjançant plantilles personalitzades.
5. ****Ús adequat d'elements d'èmfasi****: La decisió de quan i com fer servir negreta, subratllat o canvis de color per destacar informació important.
6. ****Estructura de paràgrafs amb sentit****: L'organització lògica del contingut en paràgrafs coherents.
7. ****Ús correcte de capçaleres i peus de pàgina****: Encara que la funció existeix, la configuració específica s'ha de fer manualment.

44. Busca i recull tres exemples de documents en format paper utilitzats en atenció al client dins del teu entorn (per exemple, rebuts, correus electrònics, factures, contractes o cartes comercials d'empreses locals). Analitza si compleixen les normes de presentació indicades a la unitat i anota quins aspectes es podrien millorar.

[Aquesta és una activitat pràctica que requereix investigació personal]

45. Realitza un esquema en què es resumeixin els principals requisits formals que hem de tenir en compte per presentar un document.

****REQUISITS FORMALS PER A LA PRESENTACIÓ DE DOCUMENTS****

****1. FORMAT I PAPER****

- Paper blanc tamany DIN A4 (210 × 297 mm)



Comunicació no presencial en l'atenció comercial

- Gruix mínim de 80 g
- Paper amb capçalera per a documents oficials d'empresa

****2. MARGES****

- Superior i esquerre: 4 cm
- Dret i inferior: mínim 3 cm
- Primera pàgina: marge superior més gran

****3. ESTRUCTURA****

- ****Encapçalament****
- Dades d'identificació
- Logotip (si escau)
- Data i referència
- ****Cos****
- Paràgrafs ben diferenciats
- Inici amb majúscula i final amb punt i a part
- Contingut organitzat lògicament
- ****Peu****
- Comiat
- Signatura
- Dades de contacte

****4. INTERLINEAT I ALINEACIÓ****

- Interlineat senzill o 1,5
- Alineació segons contingut:
- Justificat per a cos principal
- Centrat per a títols
- Esquerra per a llistats

****5. TIPOGRAFIA****

- Font llegible (Arial, Times New Roman)



Comunicació no presencial en l'atenció comercial

- Grandària 11-12 punts
- Color fosc (negre o blau)
- Ús moderat de ressaltats (negreta, subratllat)

****6. ELEMENTS D'ESTIL****

- Coherència a tot el document
- Ús adequat de majúscules i minúscules
- Puntuació correcta
- Ortografia cuidada

****7. UNIFICACIÓ CORPORATIVA****

- Seguiu manual d'estil de l'empresa
- Mantenir coherència amb altres documents
- Incloure elements d'identitat corporativa

46. Busca i recopila tres exemples de comunicació escrita en format digital, com ara correus electrònics o missatges d'atenció al client en xarxes socials, i n'analitza les diferències amb els de suport en paper quant a format, estructura, tipus de lletra, interlineat i estil. Com creus que varia la presentació segons el medi?

[Aquesta és una activitat pràctica que requereix investigació personal]

47. A continuació s'exposen alguns fragments extrets del cos del text d'algunes cartes comercials:

Estimat Senyor client:

Dilluns passat vam rebre una carta de la seva empresa en què dèieu que havíeu canviat els magatzems de lloc. Hem anotat el nou carrer per quan torneu a demanar-nos productes.

Benvolgut senyor@:

Aquesta carta serveix per informar-vos que el nostre horari d'atenció al públic canviarà a partir del mes de juliol vinent. A l'estiu serà de 8 a 14.



Comunicació no presencial en l'atenció comercial

a) Corregeix al teu quadern els errors que trobis en la redacció.

****Correcció dels fragments:****

Fragment 1: "Estimat Senyor client:"

Correcció: "Estimat senyor client:" o "Estimat client:"

(El tractament "estimat" és massa familiar per a una carta comercial, i "Senyor" no ha de portar majúscula a no ser que formi part d'un títol)

Fragment 2: "Estimat senyor@:"

Correcció: "Estimat senyor:" o "Estimada senyora:" o "Estimat/da client:"

(L'ús de @ no és adequat en comunicacions formals; cal especificar el gènere o utilitzar una fórmula neutra)

Fragment 3: "Dilluns passat vam rebre una carta de la seva empresa dient-nos que havien canviat els magatzems de setge. Hem apuntat el nou carrer per quan tornin a demanar-nos productes."

Correcció: "Dilluns passat rebem una carta de la seva empresa informant-nos que havien canviat els magatzems de lloc. Hem registrat la nova adreça per a les seves properes comandes."

(Corregit "rebem" per "reben" i millorada la redacció)

Fragment 4: "Aquesta carta serveix per informar-vos que el nostre horari d'atenció al públic canviarà a partir del mes de juliol proper. A l'estiu serà de 8 a 14."

Correcció: "Aquesta carta té com a objectiu informar-vos que el nostre horari d'atenció al públic canviarà a partir del proper mes de juliol. Durant l'estiu, serà de 8.00 a 14.00 hores."

(Corregit "Juliol" que ha d'anar en minúscula i millorada la redacció general)

b) Per què la correcta redacció de documents escrits és tan important per a una empresa?



Comunicació no presencial en l'atenció comercial

La redacció correcta de documents escrits és fonamental per a una empresa per les raons següents:

1. ****Projecta professionalisme****: Els documents ben redactats reflecteixen la serietat i professionalitat de l'empresa.
2. ****Garanteix la claredat del missatge****: Evita malentesos i assegura que la informació es transmeti correctament.
3. ****Construeix imatge de marca****: La comunicació escrita és un element visible de la identitat corporativa.
4. ****Genera confiança****: Els errors ortogràfics o gramaticals poden generar desconfiança sobre la competència de l'empresa.
5. ****Té valor legal****: Molts documents comercials tenen implicacions legals i contractuals.
6. ****Millora l'eficiència****: Una comunicació clara redueix la necessitat d'aclariments posteriors.
7. ****Reflexa atenció al detall****: Demostra que l'empresa es preocupa per tots els aspectes de la seva operació.
8. ****Facilita les relacions comercials****: Una comunicació efectiva enforteix els vincles amb clients i proveïdors.
9. ****Evita pèrdues econòmiques****: Els errors en la comunicació poden tenir conseqüències financeres.
10. ****Representa la cultura organitzacional****: La manera de comunicar-se reflecteix els valors i la cultura de l'empresa.

48. Paula Pascual treballa a les oficines de l'empresa d'equips electrònics MercaElectro. Ferran Moret, gerent de l'empresa, li ha demanat que



Comunicació no presencial en l'atenció comercial

redacti una carta comercial adreçada al seu client, Joan Josep Llorenç, anunciant-li que el contracte que tenia amb ells ha finalitzat.

La Paula ha redactat la següent carta comercial.

A l'atenció de:
Joan Josep Llorenç
C/ del Presseguer, 2
46001 València

Benvolgut senyor:

Ens posem en contacte amb vostè per comunicar-li que el contracte com a client d'equips electrònics que Merca-Electro tenia signat amb vostè ha finalitzat.

Volem agrair-li la confiança que ha dipositat en nosaltres i esperem que el servei que li hem prestat durant aquest temps hagi estat de la seva completa satisfacció.

Per a qualsevol aclariment sobre el tema, no dubti a contactar amb nosaltres a les nostres oficines, en horari de 9:00 a 20:00, o per telèfon o correu electrònic.

Sense cap altre particular i esperant tenir-lo novament com a client en un futur proper, rebí una salutació cordial.

Atentament,

València, 17 d'octubre de 2025
Assumpte: Finalització del contracte

Ferran Moret
Gerent

a) Indica quin estil ha utilitzat per elaborar-lo.

La Paula ha utilitzat l'estil modern modificat per a l'elaboració de la carta comercial. Això s'evidencia perquè:

- Les dades del destinatari estan alineades a l'esquerra
- La data i l'assumpte estan alineats a l'esquerra
- El cos del text està alineat a l'esquerra sense sagnies
- El comiat i el tancament (signatura) estan alineats a la dreta

Aquest estil és una variació de l'estil modern, on la principal diferència és que el comiat i el tancament s'alineen a la dreta en lloc de l'esquerra.

b) Si volgués utilitzar un to més directe, quin estil podria fer servir? Quina qüestió important hauríeu de tenir en compte abans de variar l'estil de la carta?



Comunicació no presencial en l'atenció comercial

Si la Paula volgués utilitzar un to més directe, podria emprar l'estil evolucionat. Aquest estil es caracteritza per:

- No utilitzar salutació ni comiat formal
- Anar directament a l'assumpte principal
- Mantenir un format net i minimalista
- Centrar-se exclusivament en la informació rellevant

****Qüestió important a tenir en compte abans de variar l'estil:****

La Paula hauria de considerar la relació existent amb el client i el context de la comunicació. Atès que es tracta d'una carta que anuncia la finalització d'un contracte, heu d'avaluar:

1. L'històric de la relació amb Juan José Linares (si és un client de llarga data, podria preferir un tracte més formal)
2. Les expectatives del client respecte a les comunicacions corporatives
3. La política de comunicació de MercaElectro i si hi ha un manual d'estil corporatiu
4. L'objectiu posterior (si es busca renovar el contracte en el futur, un estil massa directe podria semblar fred)
5. La cultura empresarial del client (algunes empreses o sectors valoren més la formalitat)

Canviar a un estil més directe podria ser percebut com una manca de cortesia en un assumpte delicat com la finalització d'un contracte, per la qual cosa assegureu-vos que aquest canvi sigui apropiat per a la situació específica.

49. Imagina que un client ha escrit una queixa perquè la seva comanda va arribar amb retard. La queixa esmenta que el client estava esperant rebre el seu paquet dilluns i no va arribar fins dimecres, cosa que li va causar molèsties. Redacta una resposta a la queixa. Tingues en compte les següents característiques:

- **To cortès i professional.**
- **Explicació del problema.**
- **Compensació o solució proposada.**
- **Disculpa per l'inconvenient.**



Comunicació no presencial en l'atenció comercial

****SOLUCIONS TECNOLÒGIQUES SA****

Carrer Innovació, 25
28001 Madrid

Madrid, 15 de març de 2025

****Assumpte: Resposta a la vostra reclamació per retard en el lliurament (Ref: 2025/0342)****

Benvolgut/da Sr./Sra. [Cognom del client]:

En primer lloc, volem agrair-li que hagi pres el temps per comunicar-nos la seva insatisfacció respecte al retard en el lliurament de la comanda número 78542, que va haver de rebre dilluns passat i no va arribar fins dimecres.

Després d'investigar el que ha passat, hem confirmat que el retard es va deure a un problema logístic al nostre centre de distribució causat per condicions meteorològiques adverses que van afectar la nostra flota de repartiment. Entenem que aquesta situació li ha generat inconvenients i lamentem profundament no haver pogut complir la data de lliurament promesa.

A Soluciones Tecnológicas ens esforcem per oferir un servei de qualitat i reconeixem que en aquesta ocasió no hem estat a l'alçada de les seves expectatives ni dels nostres estàndards. Per aquest motiu, volem oferir-li:

1. Un descompte del 15% en la propera compra (codi promocional: FIDELITAT15)
2. Enviament gratuït a les seves dues properes comandes
3. Prioritat en la gestió dels seus futurs enviaments

Hem implementat mesures per millorar els nostres protocols de comunicació davant de possibles retards, de manera que en situacions similars puguem informar amb antelació els nostres clients.



Comunicació no presencial en l'atenció comercial

Us reiterem les nostres més sinceres disculpes per les molèsties ocasionades i us agraïm la vostra comprensió. La seva satisfacció és la nostra prioritat i esperem poder continuar comptant amb la seva confiança.

Si teniu qualsevol altra consulta o necessiteu informació addicional, no dubteu a contactar-nos.

Atentament,

[Signatura]

Carles Martínez

Departament d'Atenció al Client

Solucions Tecnològiques SA

atencion@solucionestecnologicas.com

Tel: 900 123 456

50. Un client té una factura vençuda i encara no ha fet el pagament. Redacta una carta professional recordant-li el deute de forma cortès però ferma. Assegureu-vos d'incloure:

- **Detalls de la factura (import, data de venciment, número).**
- **Forma de pagament i termini per regularitzar la situació.**
- **Un to educat que reforci la relació comercial.**

****SUBMINISTRAMENTS INDUSTRIALS GARCÍA SL****

Avda. de la Indústria, 45

46980 València

València, 18 de març de 2025

****Assumpte: Recordatori de pagament pendent - Factura núm. F2025-0783****

Benvolgut Sr. Rodríguez:



Comunicació no presencial en l'atenció comercial

Ens posem en contacte amb vostè en relació a la nostra factura núm.

Entenem que de vegades poden sorgir imprevistos que dificultin el compliment dels terminis establerts, per la qual cosa us recordem amablement la necessitat de regularitzar aquesta situació com més aviat millor.

Per facilitar el procés, us detallem les diferents opcions de pagament disponibles:

1. Transferència bancària al nostre compte ES12 3456 7890 1234 5678 9012, indicant en el concepte el número de factura.
2. Pagament amb targeta a través de la nostra pàgina web: www.subministramentsgarcia.es/pagaments
3. Domiciliació bancària per a futurs pagaments, que podeu sol·licitar contactant amb el nostre departament financer.

Us agrairíem que fes el pagament abans del proper 25 de març. Si ja hagués efectuat el pagament en els darrers dies, us preguem que disculpeu aquest recordatori i considereu aquesta comunicació sense efecte.

Si existís alguna discrepància respecte a la factura o necessités establir un pla de pagament alternatiu, no dubti en contactar amb el nostre departament d'administració al telèfon 963 456 789 o mitjançant correu electrònic a cobros@subministramentsgarcia.es.

Valorem enormement la nostra relació comercial i confiem a poder seguir oferint-li els nostres serveis amb la qualitat i professionalitat que ens caracteritzen.

Atentament,

[Signatura]

Elena Martínez

Departament d'Administració



Comunicació no presencial en l'atenció comercial

Subministraments Industrials Garcia SL

51. Un client ha enviat un correu sol·licitant més informació sobre un producte que venen. El client vol saber detalls sobre els materials, els preus i el temps de lliurament. Redacta una resposta en què:

- **Proporcions de la informació sol·licitada de manera clara.**
- **Utilitzeu un llenguatge senzill i directe.**
- **Assegureu-vos al client que es pot posar en contacte per a qualsevol altra consulta.**

****Assumpte: Re: Sol·licitud d'informació sobre Cadira Ergonòmica Model Comfort Plus****

Benvolgut Sr. Fernández:

Gràcies pel seu interès a la nostra Cadira Ergonòmica Model Comfort Plus. Em plau proporcionar-vos la informació que heu sol·licitat:

****Materials:****

- Estructura: Alumini reforçat d'alta resistència
- Seient: Escuma viscoelàstica d'alta densitat (5 cm de gruix)
- Entapissat: Disponible en malla transpirable o tela antitiques (ambdues opcions són hipoalergèniques)
- Base: Alumini polit amb 5 rodes de niló silencioses
- Braços: Polipropilè amb coixinets de poliuretà suau

****Preus:****

- Model bàsic (malla transpirable): 249€ (IVA inclòs)
- Model premium (tela antitiques): 279€ (IVA inclòs)
- Accessoris opcionals:
 - * Reposacaps ajustable: +35€
 - * Suport lumbar addicional: +25€
 - * Rodes per a terra dur: +15€



Comunicació no presencial en l'atenció comercial

****Temps de lliurament:****

- Estoc disponible: 3-5 dies laborables
- Sense estoc (comanda especial): 10-12 dies laborables

Actualment disposem d'estoc en tots els colors excepte en blau marí, que tindria el termini de lliurament de comanda especial.

Les despeses d'enviament són gratuïtes per a comandes superiors a 200€, per la qual cosa la vostra compra inclouria l'enviament sense cost addicional. Tots els nostres productes tenen 2 anys de garantia i 30 dies de prova amb devolució gratuïta si no queda completament satisfet.

Si voleu fer una comanda o necessiteu qualsevol informació addicional, podeu respondre a aquest correu, trucar-nos al 900 123 456 (dilluns a divendres de 9:00 a 18:00) o utilitzar el xat de la nostra web.

Quedo a la vostra disposició per ajudar-vos a triar la millor opció segons les vostres necessitats.

Atentament,

Carles Sánchez

Departament d'Atenció al Client

Mobiliari Ergonòmic SL

www.mobiliarioergonomico.com

Tel: 900 123 456

52. La teva empresa organitza una presentació exclusiva d'un nou producte i vols convidar un client important. Redacta una carta formal d'invitació que inclogui:

- **Una salutació cordial.**
- **Data, hora i lloc de l'esdeveniment.**
- **Raons per les quals el client hauria d'assistir-hi.**



Comunicació no presencial en l'atenció comercial

- Contacte per confirmar assistència.

****INNOVATECH SOLUTIONS****

Passeig de la Castellana, 200
28046 Madrid

Madrid, 20 de març de 2025

D. Albert Méndez Sánchez
Director General
Grup Empresarial Méndez
Carrer Velázquez, 85
28006 Madrid

****Assumpte: Invitació exclusiva - Presentació del sistema "EcoSmart 3.0"****

Benvolgut Sr. Méndez:

És un plaer per a InnovaTech Solutions convidar-vos personalment a la presentació exclusiva del nostre revolucionari sistema "EcoSmart 3.0", un esdeveniment dissenyat específicament per als nostres clients més distingits.

****Detalls de l'esdeveniment:****

- ****Data:**** Dijous, 10 d'abril de 2025
- ****Hora:**** 19:00 hores (còctel de benvinguda des de les 18:30)
- ****Lloc:**** Hotel Palace Madrid - Saló Reial
- ****Direcció:**** Plaça de les Corts, 7, 28014 Madrid
- ****Codi de vestimenta:**** Business casual

Com a líder al seu sector i client estratègic per a la nostra companyia, la seva presència seria especialment valuosa. Durant l'esdeveniment, tindreu l'oportunitat de:



Comunicació no presencial en l'atenció comercial

- Conèixer en primícia les innovacions tecnològiques que hem desenvolupat per optimitzar l'eficiència energètica en entorns empresarials
- Participar en una demostració interactiva del sistema, amb casos pràctics aplicables al sector
- Establir contacte amb altres líders empresarials i experts en sostenibilitat
- Accedir a condicions especials de llançament, exclusives per als assistents

Després de la presentació, oferirem un sopar de networking on podreu conversar directament amb el nostre equip de desenvolupament i amb la direcció d'InnovaTech Solutions.

Us agrairíem que confirmés la seva assistència abans del 31 de març, responent a aquest correu o contactant amb el meu assistent, Laura Gómez, al telèfon 91 456 78 90 o al correu electrònic eventos@innovatech.com.

Esperem poder comptar amb la vostra valuosa presència en aquest esdeveniment tan especial per a la nostra companyia.

Rebeu una cordial salutació,

[Signatura]

Carles Martínez Rodríguez
Director Comercial
InnovaTech Solutions
Tel: +34 609 87 65 43
carlos.martinez@innovatech.com

53. Identifica els avantatges i els desavantatges de l'ús del correu electrònic.

****Avantatges del correu electrònic:****



Comunicació no presencial en l'atenció comercial

1. ****Registre permanent****: Deixa constància escrita de totes les comunicacions, cosa que serveix com a referència futura i evidència.
2. ****Asincronia****: Permet enviar i rebre missatges en qualsevol moment, sense necessitat que ambdues parts estiguin disponibles simultàniament.
3. ****Distribució massiva****: Facilita enviar el mateix missatge a múltiples destinataris simultàniament.
4. ****Adjunts****: Permet compartir documents, imatges i fitxers de diversos formats.
5. ****Cost reduït****: És econòmic en comparació amb altres mitjans de comunicació com trucades internacionals o correu postal.
6. ****Rapidesa****: El lliurament és gairebé instantània, independentment de la distància geogràfica.
7. ****Organització****: Facilita classificar, arxivar i cercar missatges anteriors.
8. ****Formalitat****: Permet una comunicació més estructurada i formal que altres mitjans digitals.
9. ****Accessibilitat****: Es pot accedir des de múltiples dispositius i ubicacions.
10. ****Temps de reflexió****: Dóna temps per pensar i elaborar respostes acurades.

****Desavantatges del correu electrònic:****

1. ****Falta d'immediatesa****: No és adequat per a comunicacions que requereixen resposta immediata.



Comunicació no presencial en l'atenció comercial

2. ****Absència de comunicació no verbal****: No transmet to de veu, expressions facials o gestos.
3. ****Malentesos****: Major risc d'interpretacions errònies per la manca de context emocional.
4. ****Sobrecàrrega informativa****: Acumulació de correus pot fer que missatges importants passin desapercibuts.
5. ****Spam i seguretat****: Vulnerabilitat davant correus no desitjats, phishing i malware.
6. ****Dependència tecnològica****: Requereix connexió a internet i dispositius electrònics.
7. ****Impersonalitat****: Es pot percebre com a fred o distant en comparació amb altres mitjans.
8. ****Expectatives de resposta****: Podeu generar pressió per respondre ràpidament.
9. ****Limitacions de format****: Restriccions en la presentació visual i disseny.
10. ****Problemes de lliurament****: Possibilitat que els correus siguin filtrats com a correu brossa o no arribin al destinatari.

54. Respon de manera adequada un client que envia un missatge al xat d'una botiga dient:

«Vaig comprar un producte, però no vaig rebre confirmació. Què faig?».

****Resposta per al xat:****

"Hola! Gràcies per contactar amb el servei d'atenció al client de [Nom de la Botiga]. Lamento que no hagi rebut la confirmació de la seva compra.



Comunicació no presencial en l'atenció comercial

Per poder ajudar-lo de manera més eficient, em podria proporcionar algunes dades?:

- Número de comanda (si en té)
- Data aproximada de la compra
- Nom complet amb què va realitzar la compra
- Correu electrònic utilitzat en la transacció

Amb aquesta informació podré verificar l'estat de la vostra comanda al nostre sistema. Mentrestant, us recomano revisar la carpeta d'spam o correu no desitjat del vostre email, ja que en ocasions les nostres confirmacions poden ser filtrades automàticament.

Estic aquí per ajudar-lo a resoldre aquesta situació com més aviat millor. Hi ha res més en què li pugui assistir?"

55. Llegeix el cas pràctic que apareix al següent enllaç: bit.ly/sac-ud03-1

Creus que l'actuació de la companyia va ser adequada? Quins són els factors més determinants en la gestió d'aquesta crisi?

[Aquesta activitat requereix accedir a un enllaç extern per a la seva resolució]



Comunicació no presencial en l'atenció comercial

Síntesi

[Completem l'esquema de síntesi de la unitat:]

COMUNICACIÓ NO PRESENCIAL

COMUNICACIÓ TELEFÒNICA

- ****Característiques****
 - Absència de contacte físic
 - Manca d'expressió no verbal
 - Immediatesa en la comunicació
- ****Elements****
 - Emissor
 - Canal (línia telefònica)
 - Codi (llenguatge parlat)
 - Receptor
 - Missatge
 - Suport (no existeix, excepte enregistrament)
- ****Fases****
 - Elaboració del missatge
 - Transmissió del missatge
 - Comprensió del missatge
 - Resposta del receptor a l'emissor
- ****Etapas d'una trucada****
 - Presentació
 - Desenvolupament
 - Conclusió
 - Comiat



Comunicació no presencial en l'atenció comercial

- ****Tècniques****
- Per fer trucades
- Per atendre trucades
- Normes de protocol
- Maneig de centraletes
- Recollida i transmissió de missatges
- Atenció a clients difícils

COMUNICACIÓ ESCRITA

- ****Característiques****
 - No hi ha retroalimentació immediata
 - Deixa prova del missatge
 - No hi ha comunicació no verbal
 - Permet documentació adjunta
 - Requereix més domini d'ortografia i gramàtica
-
- ****Principis****
 - Claredat
 - Senzillesa
 - Concisió
 - Cortesia
-
- ****Redacció****
 - Ortografia
 - Gramàtica
 - Puntuació
 - Riquesa lèxica
-
- ****Documents****
 - Carta comercial



Comunicació no presencial en l'atenció comercial

- Carta circular
 - Instància
 - Certificat
 - Declaració
 - Informe
 - Ofici
 - Sol·licitud
-
- ****Noves formes****
 - Comunicació a través de la xarxa
 - Correu electrònic
 - Missatgeria instantània
 - Comunicació en temps real
 - Comunicació diferida



Test de repàs

1. b) Els interlocutors no es veuen físicament.
2. c) Normalment, tant emissor com a receptor són una única persona.
3. b) Presentació, desenvolupament, tancament i comiat.
4. a) Intercomuniquen extensions de l'empresa.
5. b) Hem de donar preferència a la visita sobre la trucada.
6. b) És més freda que la presencial.
7. b) S'ha de lliurar al destinatari de la trucada com més aviat millor.
8. b) Un exemple d'atenció proactiva.
9. a) Es produeix en trucades sortints.
10. a) Tractar de comprendre allò que ens diu l'altra persona.
11. a) El mitjà.
12. b) Deixa prova del missatge.
13. b) Es divideix en encapçalament, cos i tancament.
14. b) Ofereix un registre formal de la comunicació.
15. c) Concís.
16. c) Totes les anteriors són correctes.
17. c) Xat.



Posa't a prova 1

Jaime és el responsable d'atenció al client en una empresa que distribueix material d'oficina. Un client truca al servei telefònic per reportar que ha rebut una comanda amb productes incorrectes. Jaime ha de gestionar la trucada i resoldre la incidència seguint les fases de la comunicació telefònica.

El client explica que va demanar 20 paquets de paper format A4, però va rebre 15 paquets de paper format A3 i 5 de paper fotogràfic. Està molest perquè necessita el material correcte per complir amb un projecte urgent. Vol una solució immediata i claredat sobre com es corregirà l' error.

- a) Elabora el missatge inicial. Redacta com ha de respondre Jaime al client en rebre la trucada, mostrant empatia i professionalisme.**
- b) Descriu la transmissió del missatge. Explica com podria garantir que el missatge es transmeti amb claredat al client i c.mo sol·licitar la informació addicional necessària.**
- c) Analitza la comprensió. Proporciona un exemple de c.mo pot verificar Jaime que ha entès correctament la situació del client.**
- d) Formula una resposta. Simula una resposta final en la qual indiquis al client la solució al problema, assegurant-te de mantenir una comunicació efectiva.**

a) Missatge inicial

"Bons dies, sóc Jaime, del servei d'atenció al client. Lamento molt que hagi rebut una comanda incorrecta; entenc perfectament la seva preocupació, sobretot si necessita el material amb urgència. Estic aquí per ajudar-lo i vam resoldre-ho al més aviat possible."

b) Transmissió del missatge

Jaime ha de parlar amb claredat, sense tecnicismes, mantenint un to tranquil. Ha de confirmar dades i demanar la informació necessària: número de comanda, data, tipus de material demanat i el rebut. Pot dir: "Per poder ajudar-lo correctament, em facilita el número de la comanda i els detalls dels productes rebuts?"



Comunicació no presencial en l'atenció comercial

c) Anàlisi de la comprensió

Jaime pot verificar dient: "Llavors, per assegurar-me que ho he entès bé: vostè va demanar 20 paquets de paper A4, però va rebre 15 paquets d'A3 i 5 de paper fotogràfic, ¿és correcte?"

d) Resposta final

"Gràcies per la informació. Ho resoldrem immediatament. Li enviaré avui mateix els 20 paquets de paper A4 per servei urgent sense cost addicional, i gestionarem la recollida del material incorrecte. Quan es generi el nou enviament, li enviaré un correu amb la confirmació i el número de seguiment. Hi ha alguna cosa més en el que pugui ajudar-lo?"

Posa't a prova 2

Laura treballa en el departament d'atenció al client d'una empresa especialitzada en energia solar i eficiència energètica.

Un dia, rep una trucada d'un client interessat a instal·lar panells solars al seu habitatge. Mentre està explicant-li les opcions disponibles, rep una altra trucada en la línia interna de la seva supervisora, qui necessita parlar amb ella urgentment.

Alhora, un altre company atén una trucada d'un proveïdor que vol parlar amb el director financer, qui en aquell moment està en una reunió important.

e) Com hauria d'actuar Laura en aquesta situació per no interrompre l'atenció al client i respondre a la seva supervisora de manera adequada?

f) Quina seria la millor manera de gestionar la trucada del proveïdor que demana parlar amb el director financer?

g) Quines normes de protocol telefònic s'estan aplicant en cadascuna d'aquestes situacions?

e) Laura ha de mantenir el client en primer lloc. S'ha de disculpar breument i demanar un instant: "Disculpeu, necessito verificar una dada un moment; no



Comunicació no presencial en l'atenció comercial

trigaré." Després atén la trucada interna de la supervisora de forma molt breu: "Estic amb un client al telèfon, ¿puc tornar-li la trucada quan acabi?" i torna amb el client asseguda.

f) El company ha d'informar el proveïdor amb cortesia: "El director financer està en una reunió en aquest moment. Desitja que li prengui un missatge o que li demani que li retorni la trucada quan finalitzi?" Així evita interrompre la reunió i manté un tracte professional.

g) S'apliquen normes com: prioritat al client que ja està en línia, no deixar trucades sense atendre, demanar permís per posar en espera, informar de la indisponibilitat d'un responsable, oferir alternatives (prendre missatge o retornar trucada) i mantenir to professional i respectuós en tot moment.



Comunicació no presencial en l'atenció comercial

Comprova el teu aprenentatge

Descriure les tècniques utilitzades en els diferents canals de comunicació no presencial amb el client.

- 1. Què creus que és més complex: transmetre un missatge mitjançant comunicació oral o mitjançant comunicació escrita? Per què?**
- 2. Explica com han de ser el llenguatge verbal i el no verbal en l'atenció d'una trucada telefònica.**
- 3. Explica breument amb les teves paraules la importància del to, el volum i la postura en les comunicacions telefòniques.**
- 4. Emplena la nota d'avís d'una trucada d'Antonio Castro, de Maderas del Norte, que va trucar a les 12 hores del dia 25 de novembre per parlar amb Fernando Ramírez. Aquell dia, Fernando estava de viatge a l'estranger i Antonio va demanar que el truqués quan tornés.**
- 5. Indica quin tipus de tractament utilitzaràs en els següents documents:**
 - a) Correu electrònic a un client freqüent, informant-lo del retard d'una comanda.**
 - b) Carta comercial en la qual oferim els nostres serveis a un possible client.**
 - c) Correu electrònic del propietari de l'empresa amb un familiar.**

Mantenir converses telefòniques per informar suposats clients, utilitzant actituds, normes de protocol i tècniques adequades.

- 6. Alba treballa a la centraleta de l'empresa Viveros López com a auxiliar d'informació. Rep la trucada d'un client demanant informació sobre una comanda de plantes que va realitzar. El client indica que vol parlar amb el cap de magatzem. El cap de magatzem demana que li passi la trucada.**
 - a) Redacta un model de diàleg que podria ocórrer.**
 - b) Escenifica-ho a classe amb els teus companys.**



Comunicació no presencial en l'atenció comercial

7. En grups de tres alumnes, prepareu les següents situacions utilitzant el lèxic i les expressions adequades per a la comunicació telefònica:

a) Un alumne farà el paper d' un client que truca per demanar informació sobre la facturació d' un servei telefònic que va contractar en donar-se d' alta a la companyia però que no ha utilitzat. Un altre alumne farà el paper de recepcionista que rep i transfereix la trucada. El tercer company serà l' assessor tècnic de facturació que atendrà el client.

b) Un alumne serà un client molt enfadat que truca al servei d' atenció al client per queixar-se pel retard en el lliurament d' un ritzador de pèl que demani. la setmana passada per Internet i que li van assegurar que rebria en 48 hores. Un altre alumne farà el paper de l'operador que respon el telèfon en el servei d'atenció al client. Demana al client les dades de la comanda i comprova que el producte està esgotat i que no podrà entregar-se abans de 10 dies. Un grup d' alumnes ha de realitzar a classe l' escenificació de la trucada que han preparat a l' apartat a) de l' activitat anterior. La resta dels companys analitzar. els errors comesos i proposarà alternatives o solucions. Seria convenient gravar la intervenció per escoltar la gravació amb posterioritat.

8. Un grup d'alumnes escenificarà l'anomenada preparada a l'apartat b) de l'activitat 7. La resta dels companys realitzar. un informe valorant cadascuna de les qüestions següents:

a) La informació ha estat transmesa amb claredat i precisió? Raona la teva resposta.

b) La conversa ha seguit una estructura concreta? Intenta diferenciar cadascuna de les seves parts.

Redactar escrits de resposta a sol·licituds d'informació en situacions d'atenció al client, aplicant les tècniques adequades.

9. Elabora una carta comercial en la qual Melika, empresa dedicada a la distribució d'electrodomèstics, es disculpi davant d'un client pel retard en entregar un frigorífic d'alta gamma per trobar-se esgotat. Les dades que et faltin pots inventar-les.

10. Sinalergies, empresa dedicada a l'elaboració de productes alimentaris sense gluten, ha rebut una sol·licitud d'informació sobre el contingut



Comunicació no presencial en l'atenció comercial

d'al·lèrgens (lactosa i fruits secs) d'un dels seus productes: unes barretes torrades amb cereals. Elabora una carta de contestació en la qual s'informi el client que el producte no conté gluten ni lactosa, però sí fruits secs (avellanes i cacauets). A més, en l'escrit has de reflectir el compromís de l'empresa amb la cura de l'etiquetatge dels seus productes i amb la salut dels seus clients. Pots inventar les dades que et faltin.

Utilitzar el correu electrònic i la missatgeria instantània per contestar a les consultes de clients, respectant les normes de protocol i adoptant una actitud adequada.

11. Quines són les funcions que ha de complir l'atenció al client a través de les xarxes socials d'una marca comercial?

12. Contesta a les activitats 7, 10 i 11 utilitzant com a mitjà de comunicació el correu electrònic.

13. Redacta un missatge per enviar mitjançant SMS en el qual s'informi els clients de la teva empresa que, per celebrar el cinquè aniversari, durant el proper mes de gener, tots els productes tindran un descompte addicional del 10 %.

Respostes a totes les activitats:

1.

És més complex transmetre un missatge per escrit, perquè no comptem amb l'entonació, els gestos ni la reacció immediata del receptor, cosa que pot generar malentesos.

2.

El llenguatge verbal ha de ser clar, educat i professional; el no verbal es reflecteix en el to, la calma, el somriure i el ritme de la veu, que ha de transmetre seguretat.



Comunicació no presencial en l'atenció comercial

3.

El to mostra actitud (amabilitat o serietat), el volum permet que el missatge s'escolti sense resultar molest i la postura influeix en la veu: una postura erguida millora la claredat.

4. Nota d'avís

ANOMENADA DE: Antonio Castro (Maderas del Norte)

PER A: Fernando Ramírez

DIA I HORA: 25 de novembre, 12: 00

ASSUMPTE: Sol·licita devolució de trucada

OBSERVACIONS: Fernando estava de viatge; l'ha de trucar en tornar.

5a.

Tractament cordial però professional ("Estimat...").

5b.

Tractament formal ("Molt senyor meu...").

5c.

Tractament proper ("Hola..."), to informal.

6a. Model de diàleg

Alba: Buenos días, Viveros López, ¿en què puc ajudar-lo?

Client: Crido per consultar una comanda de plantes. Voleu parlar amb el cap de magatzem.

Alba: Un moment, per favor, li passo la trucada.

Alba: (al cap de magatzem) Truca un client per informar-se sobre una comanda de plantes.

Cap de magatzem: D' acord, pàsamel.



Comunicació no presencial en l'atenció comercial

Alba: Senyor, li passo la trucada. Gràcies per l'espera.

7a. Situació preparada (model)

Client: Volia informació sobre la facturació d'un servei que contracté, però no he fet servir.

Un moment, per favor, li transfereixo amb l'assessor de facturació.

Assessor: Bons dies, en què puc ajudar-lo?

Client: Necessito aclarir un càrrec que apareix a la meva factura...

(continua segons necessitat)

7b. Situació preparada (model)

Client enfadat: Crido per queixar-me pel retard de la meva comanda. Em van dir 48 hores.

Operador: Lamento molt la situació. M'indica el seu número de comanda?

Client: És el 4592.

Operador: Gràcies. Comprovo... Sí, apareix com a esgotat. El lliurament serà possible en uns 10 dies.

Client: Però això no m'ho van dir!

Operador: Entenc la seva molèstia. Puc gestionar la cancel·lació o aplicar una compensació si desitja esperar.

8a.

Sí, si s'ha explicat el motiu del retard amb detalls, amb disculpes i amb una solució clara.

8b.

Ha de tenir salutació, identificació del problema, explicació, proposta de solució i comiat.



Comunicació no presencial en l'atenció comercial

9. Carta comercial (Melika)

(Versió breu)

Melika Electrodomèstics S.A.

Estimat Sr./Sra.:

Lamentem informar-lo que el frigorífic adquirit no va poder entregar-se en la data prevista a causa que el model es trobava temporalment esgotat. Li demanem disculpes per les molèsties ocasionades i confirmem que la seva comanda serà prioritària quan rebem el nou estoc.

Agraïm la seva comprensió.

Atentament,

Departament d' Atenció al Client, Melika

10. Carta de resposta (Sinalergies)

Sinalergies Alimentació Saludable S.L.

Estimat client:

En relació amb la seva consulta sobre les barretes torrades amb cereals, l'informem que el producte no conté gluten ni lactosa, però sí que inclou fruits secs (avellanes i cacauets).

El nostre compromís és oferir un etiquetatge clar i garantir la seguretat de tots els nostres clients, especialment aquells amb al·lèrgies.

Quedem a la seva disposició per a qualsevol altra consulta.

Atentament,

Servei d'Atenció al Consumidor – Sinalergies

11.

Les xarxes socials han d'informar, resoldre dubtes, atendre queixes, donar resposta ràpida, millorar la imatge de marca i crear una relació propera i constant amb els clients.



Comunicació no presencial en l'atenció comercial

12. Respostes per correu electrònic

Activitat 7 (model de correu)

Assumpte: Transferència de trucada del client

Hola, t'informo que he rebut la trucada d'un client sobre la facturació del servei. He transferit la trucada al departament tècnic tal com correspon.

Una salutació.

Activitat 10 (model per email)

Assumpte: Informació sobre al·lèrgens – Barretes de cereals

Bons dies,

En resposta a la seva consulta, confirmem que el producte no conté gluten ni lactosa, però sí fruits secs (avellanes i cacauets).

Quedem a la seva disposició.

Atentament, Atenció al Client – Sinalertes



REPTE PROFESSIONAL: manejant la centraleta

Investiga

En aquesta activitat, els estudiants haureu d'utilitzar tècniques de comunicació no presencial en diferents situacions empresarials i emprar el protocol de comunicació verbal i no verbal en les interaccions corresponents. Busca informació a Internet sobre centraletes telefòniques i equips de comunicació telefònica; després, realitza les següents tasques.

Elabora

Imagina que treballes en una empresa en la qual han remodelat la recepció, han disposat un nou taulell i t'han instal·lat una nova centraleta telefònica des de la qual has de gestionar totes les trucades entrants.

1. Fes una llista de les eines i estris que necessitaràs per dur a terme correctament l'atenció telefònica i defineix els serveis addicionals de telefonia que necessitaràs utilitzar a la centraleta.

El cap de la secció d'atenció al client t'encarrega que gravis un missatge de resposta telefònica per al contestador de la centraleta.

2. Redacta el text del missatge i grava l'àudio en un format digital perquè pugui ser enviat per correu electrònic al cap de secció. Durant la teva jornada laboral reps i atens les següents trucades telefòniques.

3. Llegeix les converses i segueix les instruccions de cadascuna d'elles.

a) A les 10:15 h va anomenar Juan Jesús Castillo, d'Investy SA, per parlar amb Luisa Cordero sobre uns nous components per als equips que estem instal·lant. Luisa no podia atendre la trucada i et va demanar que t'inventéssiu alguna excusa i prenguéssiu el reclús. El senyor Castillo va demanar que Luisa l'anomenés com més aviat millor. Redacta un guió d'aquesta conversa i emplena la nota d'avís.

b) Un client enfadat truca per queixar-se del servei tècnic realitzat en la reparació d'una impressora que s'ha tornat a avariar per tercera vegada aquesta setmana. Consultam amb el departament tècnic i ens diuen que es passaran novament a reparar-la al llarg del dia. Redacta un guió de la conversa amb el client.



Comunicació no presencial en l'atenció comercial

La cap del departament comercial t'encarrega que busquis a Internet dades d'almenys cinc clients potencials per als productes de la nostra empresa en diferents municipis de la província.

4. Redacta una carta comercial per presentar el nou catàleg de productes per a aquest any als clients potencials que acabes de buscar. Un dels clients potencials que has buscat resulta ser un company de classe.

Presenta

Realitza una presentació davant dels teus companys de classe que inclogui:

- Llista de les eines i estris que necessitaràs per dur a terme correctament l'atenció telefònica i definició dels serveis addicionals de telefonia que necessitaràs utilitzar a la centraleta.
- Text per al missatge del contestador i gravació de l'àudio.
- Guió de les converses i nota d'avís emplenada.
- Carta comercial per presentar el nou catàleg de productes.
- Contestació a les preguntes formulades.

Resposta oberta.