

Teleoperador

Curso Online



Creado:

Tecnas Formación

ÍNDICE

01

LA COMUNICACIÓN

- 1.1 Introducción Naturaleza y funciones
- 1.2 Elementos
- 1.3 Proceso comunicativo
- 1.3 Lenguajes empleados en la comunicación
- 1.4 Clases de comunicación
- 1.5 La comunicación eficaz

02

LA COMUNICACIÓN ORAL

- 2.1 Principios básicos en las comunicaciones orales
- 2.2 Elementos del lenguaje no verbal
- 2.3 Modelo de expresión oral
- 2.4 Escuchar activamente
- 2.5 Clases de comunicación oral
- 2.6 La comunicación oral dentro del ámbito de la empresa

03

EL TELÉFONO Y LA EMPRESA

- 3.1 El teléfono y la empresa
- 3.2 Atención al cliente
- 3.3 ¿Quién y cómo atiende el teléfono?
- 3.4 Componentes comunicación telefónica
- 3.5 Las reglas de oro de la atención telefónica
- 3.6 Prestar especial atención a las quejas
- 3.7 Psicología del interlocutor

04

RECEPCIÓN DE LLAMADAS TELEFÓNICAS

- 4.1 El Plan nacional de numeración telefónica
- 4.2 Tonos de llamada
- 4.3 Presentación básicas de las extensiones
- 4.4 ¿Qué hacer en caso de avería?

05

ATENCIÓN TELEFÓNICA EN INGLÉS

- 5.1 Introducción
- 5.2 Números en inglés
- 5.3 El abecedario en inglés
- 5.4 Verbos en inglés
- 5.5 Vocabulario
- 5.6 Contestar al teléfono
- 5.7 Comenzar una llamada

01

LA COMUNICACIÓN

1.1 Introducción

En esta unidad vamos a estudiar el proceso comunicativo en general, los elementos que participan en el mismo, y las condiciones para que la comunicación sea efectiva.

1.2 Naturaleza y funciones

Naturaleza:

Nos referimos a un proceso que forma parte de muchos de los actos que realizamos cada día. Los seres humanos vivimos en comunidades y es necesario mantener cierto grado de unión y cohesión entre los miembros que forman dichas comunidades, lo que se consigue gracias al proceso de comunicación que se establece entre los mismos.

La existencia de cualquier comunidad exige algún sistema de comunicación entre sus miembros como un elemento imprescindible para la vida y desarrollo de la propia comunidad.

Funciones:

La comunicación facilita la convivencia y desarrollo de los individuos a través de diversas funciones, todas ellas importantes:

- Permite el intercambio. Los sujetos se comunican entre sí y se transmiten e intercambian ideas, pensamientos y sentimientos.
- Transmite información. Gracias a los diferentes medios y sistemas de comunicación estamos recibiendo constantemente información, aún de los lugares más remotos. La información es uno de los componentes del proceso de comunicación
- Contribuye al desarrollo. La comunicación es parte fundamental en el proceso de aprendizaje del individuo. Recibimos los conocimientos y las experiencias que nos transmiten otras personas a través de distintos sistemas y medios de comunicación de este modo, las experiencias y conocimientos de las generaciones pueden pasar a las generaciones siguientes, sin necesidad de que los nuevos individuos tengan que experimentar por sí mismos.

Este proceso de transmisión de conocimientos y saberes, su acumulación y asimilación por cada uno de nosotros, hace posible el progreso y desarrollo, tanto en el terreno personal, como en el ámbito social.

1.3 Elementos de la comunicación

Definición

La comunicación es un proceso que tiene como fin principal intercambiar y compartir cualquier tipo de información entre los sujetos que participan en el mismo.



Diferencias entre información y comunicación

La información es un elemento esencial para la vida. Todos los seres vivos necesitamos información para sobrevivir en nuestro medio. A través de los sentidos nos llega información sobre el entorno, el mundo exterior, las personas que nos rodean y, también, sobre nosotros mismos.

Eminentes psicólogos han demostrado que desde la primera infancia nos habituamos a interpretar la información que obtenemos por medio de nuestros sentidos; aprender a seleccionar, interpretar e incluso, desechar esta información que percibimos, forma parte del proceso de aprendizaje de las personas.

Todas estas informaciones son procesadas por nuestro cerebro y almacenadas más tarde en la memoria en forma de conocimientos, sensaciones, experiencias...etc.

Cuando estas sensaciones las transmitimos a otro individuo, por cualquiera de los medios a nuestro alcance, se produce la comunicación, el proceso comunicativo.

En resumen

La información es lo que percibimos, el contenido básico del mensaje que se recibe, se a cual sea su procedencia. La comunicación, en cambio, es un proceso mediante el cual un individuo transmite a otra cierta información. Podemos decir, por tanto, que la información es uno de los componentes de la comunicación.

Elementos

Para que se produzca comunicación son necesarios los siguientes elementos:

EMISOR. Es la persona que transmite el mensaje, la información. Es el origen de la comunicación.

RECEPTOR. Es el sujeto que recibe el mensaje, el destinatario del mismo. Se convierte, por tanto, en el destino de la información.

MENSAJE. Es el contenido de la comunicación, el núcleo donde reside la información que se transmite.

Los mensajes pueden ser:

Positivos. Ejemplo. La carta llegó ayer.

Negativos. Ejemplo. Luis no quiere venir.

1.4 Proceso comunicativo

Ya conocemos los elementos que participan en el proceso. Veamos a continuación cómo se desarrolla éste y la función que cumple en cada uno de dichos elementos.

1. Elaboración del mensaje

Corresponde al emisor elaborar el mensaje con la información que se va a transmitir. Para ello el emisor necesita un lenguaje determinado, una serie de signos estructurados y organizados por medio de un código. El signo no tiene sentido por sí mismo, es algo que representa a otra cosa, que nos aporta cierta información sobre algo o alguien. El signo adquiere significado concreto según el uso a que se destina, por el modo en que lo interpretan las personas que lo utilizan y por la asociación al objeto al que hace referencia.

El código es un sistema que agrupa, relaciona y organiza ciertos signos dentro de un contexto significativo. Gracias a los códigos podemos interpretar el sentido que tienen muchos de los signos que utilizamos.

Signos son las letras del alfabeto, las señales de tráfico, los gestos del lenguaje de los sordomudos, los números...etc., Códigos son el alfabeto, el idioma, el Código de Circulación...etc.

2. Transmisión del mensaje

Es el acto por el cual el emisor hace llegar el mensaje al receptor. El modo y el medio de transmisión (canal y soporte) serán diferentes en función del tipo de comunicación que se trate.

3. Captación del mensaje. Comprensión

Se produce cuando la información que ha transmitido el emisor llega hasta el receptor. Para que esto se produzca será necesario evitar ruidos, interferencias o canales sobrecargados.

Se consideran ruidos e interferencias en el canal o en el soporte todo aquello que pueda alterar, deformar o impedir la transmisión o la recepción de la información

En cuanto a la sobrecarga del canal, se produce cuando se envían muchas señales o informaciones al mismo tiempo, y los mensajes no pueden ser recibidos de manera efectiva

Pero aún se necesita un requisito más para que se produzca la comunicación: que el mensaje sea comprendido por el receptor. Es imprescindible que el emisor y el receptor compartan un mismo sistema de signos y un mismo código, ya que en caso contrario no podrán entenderse y la comunicación no llegará a realizarse.

Cuando el mensaje es recibido y es comprendido por el receptor, se completa el proceso comunicativo de sentido único. A esta comunicación también se la conoce como unidireccional o de dirección única.

4. Respuesta

Si el receptor contesta al emisor enviándole un mensaje como respuesta, el sentido de la comunicación cambia, ya que este sujeto se convierte en emisor y el que transmitió en primer lugar para a ser el nuevo receptor. Esta es una comunicación de doble sentido o bidireccional

Es necesario tener en cuenta que, aunque no exista respuesta por parte del receptor, la comunicación produce siempre que el mensaje es recibido y comprendido por el destinatario

1.5 Lenguajes empleados en la comunicación

Concepto de Lenguaje

Un lenguaje es cualquiera de los sistemas que empleamos para comunicar a otras personas nuestras ideas o sentimientos. Estos sistemas se componen de signos convencionales organizados mediante un código, tal como hemos estudiado anteriormente.

La función más importante que cumplen los lenguajes humanos en el acto de la comunicación es de convertirse en el vehículo mediante el que expresamos los mensajes que contienen esas ideas o pensamientos.

Clases de lenguaje

Se clasifican en tres grandes grupos:

1. Lenguajes hablados

Todos aquellos que emplean la palabra como medio de expresión, con independencia del idioma que se utilice. El mensaje se percibe a través del oído.



2. Lenguaje de signos y señales

Utilizan símbolos o signos que tienen un significado propio. En esta categoría encontramos como más importantes la escritura. También podemos incluir en este grupo otros como el lenguaje de los sordomudos, el de las señales de tráfico, los lenguajes de banderas utilizado por los marinos., la simbología de los colores.

3. Lenguaje de las imágenes

Utiliza la representación de la figura para expresar ideas o sentimientos. Es un lenguaje más utilizado en el mundo de la publicidad. Los mensajes se perciben a través de la vista.

Una categoría especial de lenguaje lo representa la música, que participa de los lenguajes de los signos, pero además se percibe por el oído, igual que los lenguajes hablados, con independencia del lenguaje que se utilice en una comunicación, para que la comunicación sea eficaz es imprescindible que cada uno de los participantes en el proceso comunicativo conozca el lenguaje y el código que el otro emplea.

1.6 Clases de Comunicación

1. Comunicaciones Auditivas

Aquellas en las que el mensaje se percibe por el oído. En este grupo destaca la comunicación oral mediante el lenguaje hablado y, también, las comunicaciones que se realizan mediante la música o a través de sonidos diversos.

2. Comunicaciones Visuales

El mensaje se percibe por la vista y puede estar contenido en imágenes significativas por sí mismas o bien en símbolos que representan un significado concreto. En este tipo de comunicaciones se emplea gran cantidad de lenguajes: gestual, escritura, símbolos, imágenes...e.tc. Dependiendo de cómo se muestra la imagen podemos distinguir entre:

- **Comunicación visual estática.** La imagen está fija, no tiene movimiento. Por ejemplo, una carta, una valla publicitaria, una señal de tráfico.
- **Comunicación visual dinámica.** El movimiento forma parte del propio mensaje. Por ejemplo, el lenguaje de los sordomudos, un spot publicitario de televisión...etc.

3. Comunicaciones Táctiles

El mensaje se percibe a través del tacto. En esta categoría entran todas las comunicaciones que emplean el contacto físico para expresarse, como los saludos, las demostraciones de afecto...etc.

El braille podemos incluirlo en este apartado, ya que los invidentes leen los textos impresos en braille pasando los dedos por el papel y reconociendo los símbolos presentes en el mismo.

1.7 La comunicación eficaz

Se dice que dos personas se entienden cuando el mensaje que una de ellas emite significa algo claro y concreto para la otra, y cuando este significado es común para ambas.

Además, el pensamiento se organiza por medio de la lógica, y el lenguaje se estructura mediante ciertas normas recogidas en un código. Por ello, el emisor tendrá que tener en cuenta que, comunicarse bien es necesario:

- Pensar con lógica y elaborar el mensaje de forma que tenga sentido.
- Utilizar el lenguaje adecuadamente, de acuerdo al código por el que se rige. Expresarse de forma adecuada y correcta.
- Tomar en consideración los conocimientos del receptor y utilizar expresiones que ésta pueda comprender; es decir, emplear un lenguaje conocido por ambos cuyo código les sea común.
- Hacer uso preferente de los mensajes positivos, ya que las personas reaccionamos mejor frente a éstos que ante los mensajes de contenido negativo.
- Utilizar los canales y soportes adecuados y evitar aquellos que puedan producir ruidos e interferencias que desvirtúen el mensaje e impidan la comunicación.
- Evitar las sobrecargas del canal, emitiendo un solo mensaje cada vez.

El receptor también tendrá que poner algo de su parte para que el proceso llegue a buen fin y, para ello, tendrá en cuenta lo siguiente:

Prestar atención a la recepción del mensaje para que éste no se pierda.

Tratará de interpretar y comprender el mensaje que le envían.

Si la comunicación no puede realizarse porque el mensaje se desvirtúa debido a ruidos e interferencias, se lo hará saber al emisor para que repita la transmisión.

En caso de que la información sea confusa, pedirá aclaraciones al emisor a fin de evitar interpretaciones equivocadas y malentendidos.

Cuando reciba el mensaje y comprenda la información que contiene, debe hacérselo saber al emisor, por cualquier medio a su alcance; de esta forma, la comunicación bidireccional se habrá completado.

02

LA COMUNICACIÓN ORAL

2.1 Principios básicos en las comunicaciones orales

Si queremos que nuestro discurso, mensaje o exposición sea comprendido de una forma clara y sencilla por nuestros interlocutores, debemos tener en cuenta una serie de principios:

Definición

Debemos indicar brevemente el motivo de nuestra exposición antes de comenzarla, lo que pretendemos conseguir con ella, las razones que nos llevan a intervenir...etc.

Estructura

Tenemos que procurar en todo momento que el mensaje que tratamos de emitir esté bien ordenado por etapas y de una manera coherente.

Énfasis

Trataremos de ensalzar aquellas palabras o frases que refuerzan nuestra exposición, aplicando estrategias como elevar un poco más el tono de voz, realizar pequeñas pausas...etc.

Repetición

Conviene ahondar y repetir aquellas palabras y frases que nos ayuden a captar la atención de nuestro interlocutor, y así posibilitar una mejor comprensión de nuestro mensaje.

Sencillez

Procuraremos exponer nuestras ideas de la forma más clara y sencilla y utilizar el vocabulario más accesible para nuestro interlocutor



Además de los principios anteriormente señalados, debemos intentar que el mensaje que tratamos de emitir posea las siguientes características:

Claridad | Brevedad | Cortesía | Cercanía

2.2 Elementos del lenguaje no verbal

La expresión aglutina una serie de acciones distintas a las palabras, pero que guardan una estrecha relación con ellas.

Todas las personas cuando se comunican de forma oral, además de utilizar la boca para comunicarse, suelen emplear otras formas de expresión como la mirada, los gestos o las posturas, con las que muestran ante su interlocutor actitudes de rechazo, afirmación, dura...etc.

Podemos destacar los siguientes elementos del lenguaje no verbal:

- La apariencia personal. Nuestra forma de vestirnos, peinarnos o nuestras condiciones de aseo introducen matices en la comunicación oral y hacen que nuestro aspecto sea en ocasiones motivo de rechazo o bienvenida.
- La mirada. Nuestra manera de mirar desempeña un papel muy importante en la comunicación oral, pues con ella se expresan emociones, aversiones, deseos o inquietudes que nos puedan llegar a revelar el estado de nuestro interlocutor.
- La expresión facial. Con la expresión de nuestro rostro podemos transmitir nuestro grado de interés, nuestra comprensión, nuestro estado emocional...etc.
- Los gestos. El movimiento de nuestras manos mientras hablamos sirve en ocasiones para resaltar o destacar aquellas palabras o frases que consideramos importante.
- La postura. El modo de sentarnos, la postura física que adoptemos o la forma de andar pueden reflejar actitudes y sentimientos hacia nosotros mismos y hacia los demás.
- La proximidad y el contacto físico. El contacto físico es sinónimo de afabilidad, simpatía, sociabilidad, etc., y sirve para indicarnos cuál es el tipo de relación existente entre las personas.

2.3 Modelo de expresión oral

Según Bygate podemos distinguir dos aspectos en las comunicaciones plurales:

- **Conocimientos.** Son las informaciones que tenemos memorizadas, que para ser expresadas exigen el dominio de la lengua. También intervienen aspectos relacionados con la cultura, como por ejemplo modelos culturales, estructura de las comunicaciones. etc.
- **Habilidades.** Son los comportamientos que mantenemos en las comunicaciones orales, tales como la habilidad para adaptarnos al tema, para adecuar el lenguaje...etc.

2.4 Escuchar activamente

Escuchar con atención es uno de los comportamientos más valorados en la comunicación oral. Al prestar atención transmitimos a nuestro interlocutor la idea de que el mensaje que nos trata de transmitir lo estamos recibiendo y de que somos capaces de interpretar y comprender lo que esta persona nos comunica. Para escuchar activamente debemos seguir las siguientes recomendaciones:

- Tener una disposición psicológica. Pensar que cuanto más información tengamos mejor podemos actuar.
- Observar a nuestro interlocutor. Comprender sus expresiones, identificar el momento en que desea que hablemos...etc.
- Utilizar la palabra. Emplear expresiones tales como “sino he entendido mal...” “comprendo” “sí...”
- Evitar realizar otras cosas mientras escuchamos. No juzgar antes de tiempo, no responder antes de que te pregunten o haya terminado de hablar el interlocutor, no interrumpir...etc.
- Usar el cuerpo y los gestos. Tomar una postura activa, observar en todos momentos a nuestro interlocutor, su expresión facial de interés...etc.

2.5 Clases de comunicación oral

Las comunicaciones orales, se pueden clasificar del siguiente modo atendiendo al número de participantes:

- **singulares.** Un receptor o más no tienen la posibilidad inmediata de responder y, por tanto, de ejercer el papel de emisor, como sucede en el discurso político, la exposición magistral o la canción grabada.
- **duales.** Dos interlocutores pueden adoptar alternativamente los papeles de emisor y receptor. Son de este tipo las llamadas telefónicas, las entrevistas y el diálogo entre amigos.
- **plurales.** Tres o más interlocutores pueden adoptar alternativamente los papeles de emisor y receptor. Esta clase de comunicación oral se da en situaciones como una reunión de vecinos, un debate en clase o una conversación entre varios amigos.

A) Diálogo

El debate, en sus distintas variantes (una conversación, un debate o una mesa redonda), es la comunicación oral básica entre dos o más personas

Para que se produzca un diálogo se requieren estas cinco condiciones:

La presencia de dos o más interlocutores.

Una alternativa en las réplicas.

Un intercambio de información.

Una forma lingüística específica o idioma común para ambos interlocutores.

Cohesión y coherencia en las exposiciones.

Para que el diálogo resulte eficaz, ambos interlocutores deben tratar de mantener las siguientes actitudes:

Confianza | Respeto | Distensión | Interés

Dichas actitudes se detectan en nuestro interlocutor por su tono de voz, su expresión facial, la atención que nos presta, etc.



B) Discurso

El discurso o exposición consiste en la presentación ordenada por parte de un ponente de sus ideas, pensamientos o conocimientos, sobre un determinado tema, con el fin de tratar de informar o convencer al auditorio, así como de cuestionar otras ideas sobre el tema expuesto.

Antes de cualquier exposición oral ante un auditorio, debemos elaborar un guion o esquema que contenga las ideas centrales de nuestro discurso. Para ellos debemos seguir estas pautas:

- Establecer, con exactitud y precisión, la idea central del mensaje mediante una breve introducción al tema.
- Utilizar un lenguaje ameno, conciso y sencillo.
- Reforzar la idea central con pocos puntos esenciales.
- Prestar especial atención a las citas, anécdotas, estadísticas...etc.

En la exposición debemos evitar los siguientes comportamientos:

- Descalificar, al contrario.
- Ser automático.
- Divagar.
- Generalizar de forma indiscriminada.
- Realizar multitud de preguntas que sean difíciles de contestar por parte de los interlocutores.
- Utilizar planteamientos falsos.

C) Debate

Podemos definir el debate como un intercambio de opiniones entre varias personas sobre un tema y regulado por un moderador.

Este tipo de comunicación oral nos permite tratar cualquier asunto a través de la confrontación de diferentes posturas, los conocimientos y las opiniones de los interlocutores, que ejercen en ambos casos los papeles de emisor e interlocutor.

La discusión en forma de debate no debe servir para imponer nuestras propias ideas, sino los argumentos que consideremos que refuerzan nuestra postura, nuestra opinión, ideas, principios, etc., para tratar de convencer a los demás.

Para defender nuestro punto de vista en un debate debemos prepararnos de la siguiente manera:

- Tener claros cuáles son nuestros objetivos.
- Tener pensados los argumentos en los que se basa nuestra postura.
- Recopilar datos, estadísticas, pruebas. etc., que reafirmen nuestras intervenciones.
- Tener claras las ventajas e inconvenientes que encierran nuestras posturas.
- Pero, sobre todo, oír a los demás, por si es necesario rectificar o modificar total o parcialmente nuestra tesis.

D) Entrevista

Podemos definir a la entrevista como la comunicación oral mediante la cual el entrevistador pregunta al entrevistado con el fin de recabar su opinión sobre un tema de interés general o de obtener información personal o privada.

Vamos a analizar la entrevista desde el punto de vista del entrevistador y del entrevistado.

El entrevistador debe realizar una preparación previa de la entrevista que consiste en:

- Buscar datos acerca de la persona entrevistada; por ejemplo, en una oferta de empleo debe haber leído con anterioridad el currículum vital del entrevistado.
- Seleccionar aquellos aspectos más relevantes, como pueden ser sus aspiraciones, sus estudios... etc.
- Formular preguntas claras, abiertas y originales.
- Ordenar las preguntas en función de su importancia.

Elaboración de una entrevista para selección de personal

Son varias las fases necesarias para la realización de una entrevista de selección de personal:

- Preparación.
- Recepción del candidato.
- Presentación del entrevistador.
- Presentación del puesto de trabajo.

Errores que se deben evitar en una entrevista de trabajo

Los fundamentales son:

- hacer preguntas directas
- formular preguntas clave
- sacar conclusiones de una primera impresión
- plantear preguntas que contengan un cariz ético
- no elegir a ciertos candidatos porque en un futuro no pueden hacer sombra
- entusiasmarse con un candidato

El entrevistado deberá tener en cuenta los siguientes puntos:

1. Preparación previa a la entrevista
2. Durante la entrevista debemos
3. Errores que debemos evitar

2.6 La comunicación oral dentro del ámbito de empresa

Las comunicaciones orales dentro de la empresa las podemos clasificar atendiendo a varios factores:

El tiempo transcurrido

- o Directas
- o Diferidas

El ámbito en el que se desarrollan:

- o Internas
- o Externas

El número de personal que intervienen:

- o Individuales
- o Colectivas

Su dirección:

- o Ascendentes
- o Descendentes
- o Horizontales

03

EL TELÉFONO Y LA EMPRESA

3.1 El teléfono y la empresa

En la mayoría de las ocasiones, el primer contacto que se tiene con una empresa es por medio del teléfono, No siempre se presta al teléfono la atención que merece. El teléfono es una vía más por la que cualquier empresa, y por ende un despacho profesional, se comunica con el exterior.

Si no respondemos de forma correcta, estamos proyectando una mala imagen de nuestra empresa. Cuide esta primera impresión.

El teléfono es un instrumento de comunicación y permite a la persona que se comunica con nosotros por esta vía hacerse una idea de cómo somos, de cómo lo tratamos y de lo que puede esperar de nosotros. Procure disponer de personal con una voz clara (con buena vocalización) y agradable para responder al teléfono. Hay que responder con seguridad a cualquier llamada, para dar la impresión de control total de la situación.

Si un cliente, o un potencial cliente, reciben un trato inadecuado por teléfono puede llevarse una muy mala impresión de nuestra organización. Esta mala impresión es equiparable a la que se llevaría un cliente que llegara a nuestro despacho y fuera tratado con mala educación, o si viera nuestro despacho sucio o desordenado. Incluso la comunicación telefónica es más delicada, ya nuestro interlocutor solo percibe una parte de nuestra organización y la imagen que se puede formar de nosotros puede no ser la correcta. La mala imagen y, en consecuencia, el perjuicio para el despacho que preste una mala atención telefónica se transmite al exterior no solo a través de los clientes directamente, sino también a través de los proveedores que, al no ser tratados adecuadamente, tendrán una negativa referencia de nuestro despacho y la transmitirán a terceros.

La forma de responder una llamada en la empresa difiere ligeramente, de la particular.

Lo habitual es responder con el nombre de la empresa seguido por “dígame”.

Por ejemplo:

Tecnas, dígame. Después de responder la llamada, se suele preguntar ¿Quién le llama? o ¿De parte de quién? Pero cuidado, personalmente la mejor opción es: “un momentito que voy a ver si está, ¿de parte de quién?”, porque al contrario (diciendo primero de parte de quien y luego ver si está) podría interpretarse como que no se quiere poner al teléfono.

No se le olvide apuntar todos los recados, la memoria falla y un olvido puede ser muy grave. Todas las llamadas deben ser contestadas o al menos apuntadas. Quién la hizo, a qué hora, para qué y para quién era.



Si está tomando algo, diga que esperen un momento. Aunque conozca a la persona que llama, trátela con el debido respeto, sin olvidar su correspondiente tratamiento, al menos en el trabajo. Fuera de él, es otra cosa. No repercuta situaciones personales al contestar (por ejemplo, no conteste de forma brusca, si está enfadado).

No tape el auricular con la mano, para hablar de la persona que llama, se suele oír todo y es de mala educación.

Mantenga la calma, aunque quien llama pierda los nervios o sea un grosero; tenemos que saber mantenernos en nuestro puesto con calma.

Utilice siempre el tratamiento de Señor con el apellido y el de Don con el nombre para referirse a las personas, es muy común confundirlo y no queda demasiado bien.

La idea que debemos tener siempre presente es que el teléfono es una puerta más de comunicación con el exterior, que refleja cómo somos como nos relacionamos con los demás, configurándose como una fuente más de captación o pérdida de clientela.

3.2 Atención al cliente

La atención telefónica dentro de la empresa es importante por:

- Es la primera impresión que se da al cliente.
- Es un medio de comunicación de gran importancia para su consolidar y potenciar una imagen determinada, ya que es de difusión frecuente, rápida y continua.
- Permite implantar atributos de la imagen de forma consciente, deliberada y controlada. Tiene un valor estratégico, ya que se la relaciona con el posicionamiento de la empresa.

Esto supone que hay que distinguir dos tipos de atención telefónica:

- Personal
- Profesional

La recepción de llamadas tiene dos características a tener en cuenta:

- Es difícil poder planificar el flujo de llamadas que se van a recibir diariamente, ya que la gente llamará si lo desea y en el momento que lo desee.
- Nos puede coger desprevenidos, ya que la finalidad de las llamadas no se sabe hasta que la persona que atiende el teléfono responde y entra en conversación con su interlocutor. Por lo tanto, hay que estar preparado para todas las llamadas que puedan recibirse.

Consecuencia: la recepción de llamadas implica el dominio de una serie de estrategias de la comunicación verbal y no verbal, sin los cuales la resolución de estas será difícil.

3.3 ¿Quién y cómo atiende el teléfono?

La empresa debe tener claramente definido quien es la persona encargada de atender las llamadas telefónicas que se reciben.

Una vez definida la persona que hará las funciones de telefonista deberá recibir las instrucciones precisas acerca de que decir y como contestar. Si la persona que atiende el teléfono no está lo suficientemente adiestrada podrá cometer errores en la atención al cliente que pueden tener resultados muy negativos para toda la organización.

Es conveniente que quien atienda las llamadas entrantes en un despacho sepa que tiene que decir, conozca la estructura del despacho, las personas que lo integran, la presencia o no del personal, los horarios de trabajo, y la disponibilidad o competencias de cada uno de ellos. La importancia de estos factores es determinante tal como veremos en el ejemplo siguiente:

ESTA MALA IMPRESIÓN ES EQUIPARABLE A LA QUE LLEVARIA UN CLIENTE QUE LLEGARA A NUESTRO DESPACHO Y FUERA TRATADO CON MALA EDUCACION, O SI VIERA NUESTRA EMPRESA SUCIA O DESORDENADA.

Llamamos a una empresa y preguntamos por el Sr. Gomez:

Respuesta:

Un momento por favor (pausa de 20 segundos) Perdone, pero resulta que no está en este momento, ¿de parte de quién?

Parece que el Sr. Gomez no quiere ponerse.

El Sr. que (pausa 20 segundos) un momento (se oye de fondo) quien es Gomez o que extensión tiene Gomez, u oye ¿Gomez no ha venido hoy, ¿verdad?

La impresión que damos es completamente nefasta, muestra un desinterés por la persona que nos atiende, desorganización de la empresa.

También puede ocurrir que llamemos a una empresa del que somos clientes para hacer una pregunta del ámbito laboral, por ejemplo:

- Buenas tardes, quisiera hablar con alguien que lleve asuntos laborales, por favor.

- Le paso.

Segundo interlocutor que no presenta ¿diga? ¿Sí?

Buenas tardes, soy el Sr. Pérez y llamo para ver si podrían llevarme un problema laboral.

Respuesta:

Ah pues si llama por el tema laboral le han pasado con el departamento equivocado, un momento...

El cuidado en las respuestas y la buena educación se revelan como piezas fundamentales en el trato al cliente.



3.4 Componentes de la comunicación telefónica

La sonrisa:

- Es una manera de relajarse.
- Comunica un tono afable y cordial.
- Se oye por teléfono y es síntoma de predisposición a la ayuda. Demuestra interés y crea un buen ambiente entre los interlocutores.
- Manifiesta una actitud positiva y demanda una actitud similar por parte del interlocutor.
- En la presentación y la despedida juega un importante papel en la creación de un buen ambiente y una buena impresión.

El silencio:

- Subraya la importancia de ciertas palabras.
- Sirve para aislar ideas importantes.
- Es eficaz para percibir a nuestro interlocutor.
- Facilita la aparición de inconvenientes.

Nunca dejes al cliente en silencio sin ningún motivo, evitaras que piense que no le estas atendiendo y que se impaciente.

- *Entonación, dicción, tono y ritmo de la voz (Adapta el tono).*

- *Capacidad de escuchar y comprender.*

- *Toma de contacto/acogida/ despedida. (Tono cálido)*

- *Sondeo de necesidades. Descubierta. (Tono seguro)*

- *Argumentación. (tono sugestivo)*

- *Objeciones/ reclamaciones. (tono tranquilo)*

La Voz:

Evita la monotonía.

La voz ocupa un papel fundamental en nuestra cultura, de hecho, es la única herramienta de expresión a nivel de lenguaje verbal, a través del cual transmitimos y damos forma a nuestros mensajes.

Se compone: Entonación, articulación y elocución.

Entonación:

- *Tono seguro:* se pretende conseguir la información necesaria para ofrecer luego la solución, idear o servicio adecuado.

- *Tono cálido:* la finalidad es transmitir una imagen agradable, tanto al comienzo de la conversación como al final.

- *Tono tranquilo:* lo importante es tranquilizar al interlocutor que eleva el tono de voz cuando realiza una queja en tono fuerte.

Articulación

- Hay que hablar abriendo bien la boca y marcando bien las palabras.
- Hay que evitar comerse las palabras separándolas al pronunciarlas.
- Hay que hablar con una separación entre el auricular y la boca.

El volumen:

- El teléfono es una única ocasión que se nos ofrece de hablar en el oído de otra persona, por lo tanto, no hable ni a gritos, ni a susurros, hable con tono normal.
- Nunca tenemos que gritar, aunque no tengamos una buena comunicación. Si por motivos ajenos (ruidos, mala comunicación, etc.) no se consigue esta comunicación nos disculpamos y se vuelve a llamar.
- Debemos adaptar el tono de voz a las distintas circunstancias.

Elocución:

- La elocución es la velocidad con que transmitimos nuestro mensaje. Con el teléfono tenemos que realizar una elocución más lenta y pausada.
- Es importante saber adaptarse a la velocidad del interlocutor.

3.5 Las reglas de oro de la atención telefónica

Para una buena atención telefónica a nuestros clientes debemos tener en cuenta lo siguiente:

El proceso de llamadas debe ser lo más rápido posible. La sensación del tiempo de espera al teléfono se hace mucho más largo que en persona.

La persona que atiende las llamadas debe tener a su alcance todas las herramientas necesarias para que en el transcurso de las mismas evite esperas innecesarias.

El teleoperador debe hablar lentamente y con claridad, para que el interlocutor capte claramente donde llama y con quien está hablando.

Identificar siempre al receptor: no debemos olvidar que quien llama no nos conoce y antes de exponer su problema es mejor que se encuentre en situación.

Mostrar simpatía, aunque la persona que tenemos al teléfono no nos vea se transmite en el tono y las pautas el estado de ánimo.

Explicar siempre como se va a proceder ante la llamada: ponerle en espera, pasarle con otra persona, dejarlo en espera un momento para tomar nota, solicitar instrucciones, etc.

Debemos meditar lo que no podemos soportar que nos hagan cuando llamamos por teléfono a una empresa y aplicarlo a nuestra propia organización.

3.6 Prestar especial atención a las quejas

Es posible que un cliente llame a nuestra empresa para quejarse por cualquier motivo que para él sea importante, aunque para nosotros pueda no serlo.

Las máximas de tramitación de quejas de los clientes en persona deben ser aplicadas a las quejas telefónicas.

- La persona que atiende el teléfono debe tener muy claro que hacer frente a estas situaciones: no quitarle nunca la razón al cliente de antemano, no contestar mal, escuchar y atender y desviar la queja hacia la persona adecuada.

No debemos olvidar que un cliente satisfecho siempre tiene razón pero que un cliente insatisfecho nos perjudica.

- Debemos escuchar al cliente y dejar que este exponga su problema y dejarle bien claro que se le escucha y se entiende el motivo de su queja.
- Darle la adecuada importancia al problema.
- Explicar claramente al interlocutor como se va a actuar, para solventar el problema.
- Proponer una solución si es posible o indicar cuando se le va a comunicar nuestra respuesta y cumplir con este plazo.
- Agradecer al interlocutor que haya realizado la queja que nos permitirá mejorar el servicio y beneficiar a nuestra empresa y demás clientes.
- El cliente siempre tiene razón y aunque no la tenga conviene intentar al menos satisfacer sus prestaciones y nos disculparemos siempre por el error cometido.

3.7 Psicología del interlocutor

Motivación

Son los estímulos que mueven a la persona a realizar determinadas acciones y persistir en ellas para su culminación. Este término está relacionado con voluntad e interés. Motivaciones más comunes:

- Necesidad de ser atendido sin demora.
- Necesidad de seguridad.
- Necesidad de sentirse cómodo.
- Necesidad de ser comprendido.
- Necesidad de sentirse respetado y reconocido.

Empatía

Capacidad para experimentar en uno mismo los sentimientos de otras personas, es decir, para colocarse en lugar del otro, identificarse con él y apreciar la realidad desde una perspectiva distinta de la propia.

Percepción

La percepción es una actividad compleja ya que hacemos una selección por los estímulos recibidos, determinada por nuestras necesidades, deseos, motivaciones, ...

“La percepción, por lo tanto, es la interpretación secundaria de las sensaciones en base a la experiencia y recuerdos previos.”

Actitud

La actitud es la forma de actuar de una persona, el comportamiento que emplea un individuo para hacer las cosas. En este sentido, se puede decir que es su forma de ser o el comportamiento de actuar.

Estilos de comportamiento

COMPORTAMIENTO

TRATO

Es orgulloso, cree que lo sabe todo, es autoritario y tiene tendencia a mentir.

PRETENCIOSO

Elogiarle y repetir su nombre con frecuencia. Demostrar interés por sus asuntos y pedir su opinión.

No se cree nada, es desagradable y rechaza cualquier argumento. Utiliza el sarcasmo y le pone faltas a todo.

DESCONFIADO

Debes conservar la calma y el buen humor respetar sus ideas y buscar puntos comunes, no insistir ni afirmar algo que no podamos demostrar.

Esta siempre de mal humor y ofende al interlocutor, le gusta discutir.

MALEDUCADO

Hacer caso omiso de su grosería y no interrumpir.

Protesta por todo y es difícil satisfacer sus necesidades.

INSATISFECHO

Hay que escuchar y dar un trato amable, juntar todas las quejas y responder de forma global.

Dice que si a todo le gusta agradar se muestra amable y contento es cumplidor.

RECEPTIVO

Debes mantener las distancias y centrarte en la conversación, seriedad y confirmar que su interés es real no seguirle las bromas e insinuaciones.

Se muestra inseguro y duda de todo, no sabe lo que quiere. Pide la opinión del interlocutor.

INDECISO

Escucha pacientemente y dale seguridad debes orientarle en su decisión y asegurar su comprensión.

04

RECEPCIÓN DE LLAMADAS TELEFÓNICAS

4.1 El Plan nacional de numeración telefónica

El Plan nacional de numeración telefónica, aprobado mediante Real Decreto 2296/2004, de 10 de diciembre, es una adaptación al nuevo marco legal del plan de numeración que entró en vigor en España el 4 de abril de 1998. Se refiere exclusivamente a los números de teléfono y se define como un plan cerrado a 9 cifras, lo que significa que los usuarios llamantes siempre deben marcar las 9 cifras del número completo, independientemente del lugar donde se encuentren. Por ello, no son posibles las marcaciones locales abreviadas, como ocurría años atrás. El Plan adjudica los indicativos a las distintas provincias españolas y atribuye rangos de números a los servicios (por ejemplo, los servicios móviles disponen de los números que comienzan por la cifra 6, mientras que los indicativos provinciales comienzan por las cifras 9 y 8).

Dado que una parte de los recursos públicos de numeración están sin atribuir ni adjudicar (aproximadamente el 50 %), el Plan se configura como un sistema flexible que permite la apertura de nuevos rangos por la Secretaría de Estado de Telecomunicaciones y para la Sociedad de la Información en función de las necesidades existentes. Por su parte, la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones asigna los números del Plan a los operadores siguiendo el procedimiento establecido en el Capítulo V del Título IV del Reglamento sobre mercados de comunicaciones electrónicas, acceso a las redes y numeración, aprobado por Real Decreto 2296/2004, de 10 de diciembre.

Normas internacionales

El Plan nacional de numeración telefónica cumple con los requisitos descritos en la Recomendación E.164 de la Unión Internacional de Telecomunicaciones (UIT). El formato internacional de los números telefónicos, según esta Recomendación, es el siguiente:



En el caso de España, el indicativo nacional de destino (NDC) está inserto en el número de abonado (SN). Por ello, este número coincide con el número nacional. La UIT adjudicó a España el indicativo de país 34 en el marco de la citada Recomendación. Por tanto, las llamadas telefónicas dirigidas a España desde el extranjero se realizan marcando el prefijo internacional del país de origen (normalmente 00) seguido del indicativo de país 34 y del número nacional (número del abonado residente en España). Los símbolos «#» y «*» no pertenecen al Plan, aunque su empleo podría regularse en el futuro cuando ello sea de interés para los usuarios en la utilización de facilidades asociadas al servicio telefónico disponible al público. A fin de posibilitar en el futuro la utilización conjunta de letras y números en los procedimientos de marcación telefónica, el Plan recomienda a los fabricantes y operadores la incorporación en los teclados de los equipos terminales del siguiente juego de símbolos descrito en la Recomendación E.161, opción A, de la UIT.

El número nacional

El número nacional del Plan nacional de numeración telefónica consta de nueve dígitos representados por la secuencia alfabética NXYABMCDU, siendo N la cifra que se marca en primer lugar.

Los valores del dígito N están atribuidos a los siguientes servicios (se incluyen las atribuciones realizadas después de la aprobación del Plan):

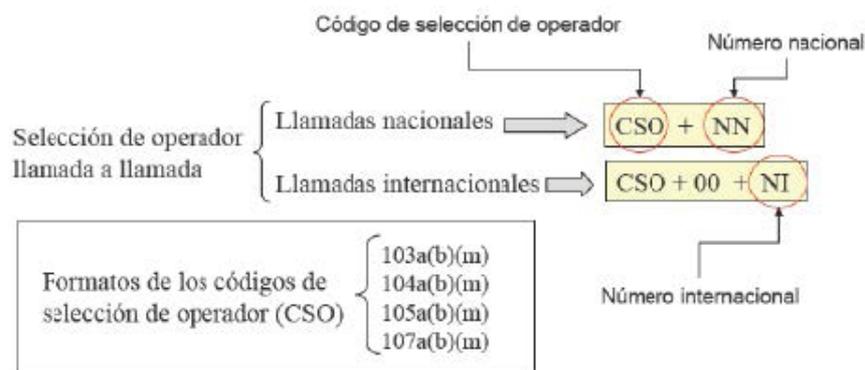
N = 0	Servicios de numeración corta (sólo de interés social) y prefijo internacional
N = 1	Servicios de numeración corta, servicios armonizados europeos (NX = 11) servicios internos (NX=12) y prefijos
N = 2	Servicios internos (NX = 22) y pendiente de atribución
N = 3	Pendiente de atribución
N = 4	Pendiente de atribución
N = 5	Servicios de red privada virtual (X=0), servicios vocales nómadas (X=1), comunicaciones máquina a máquina (XY = 90) y pendiente de atribución
N = 6	Servicios de comunicaciones móviles
N = 7	Servicios de numeración personal (X=0), servicios de comunicaciones móviles (X=1,2,3,4) y reservado para comunicaciones interpersonales
N = 8	Servicio telefónico fijo y servicios vocales nómadas (X ≠ 0, 9), tarifas especiales (X=0), y pendiente de atribución
N = 9	Servicio telefónico fijo (X ≠ 0, 9), tarifas especiales y acceso a Internet (X=0), y pendiente de atribución

Se puede encontrar información más detallada en el listado actualizado de Atribuciones y adjudicaciones vigentes del Plan.

El plan de marcación

El Plan nacional de numeración es un plan cerrado a 9 cifras, lo que significa que los usuarios siempre deben marcar las 9 cifras del número completo, independientemente del lugar donde se encuentren. No existe, por entre otras cosas, como prefijo interurbano para llamadas de larga distancia (históricamente, el prefijo nacional en España era la cifra 9).

Al igual que en el resto de la Unión Europea, el prefijo internacional es la secuencia «00», que debe anteponerse al número internacional para efectuar llamadas al extranjero.



Para hacer uso de la posibilidad de selección de operador llamada a llamada, se debe marcar en primer lugar el código del operador elegido seguido, bien del número nacional para llamadas nacionales, bien de

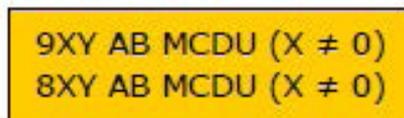
las cifras «00» y del número internacional para llamadas al extranjero, respectivamente. Los códigos de selección comienzan por las cifras 103, 104, 105 y 107, existiendo códigos de 4, 5 y 6 cifras de longitud.

El código atribuido para inhabilitar la presentación del número llamante en el terminal telefónico llamado es el 067 (ver Resolución de 2 de diciembre de 1998). Este código debe marcarse desde las redes telefónicas fijas precediendo a cualquier secuencia que se utilice para establecer la comunicación, incluidos los códigos de selección de operador. Desde las redes móviles se utiliza para este fin la cadena #31#.

Los números geográficos

El Plan nacional de numeración telefónica atribuye los números que comienzan por las cifras 8 y 9 (excepcuando el espacio determinado por los valores de la segunda cifra marcada $X=0$) al servicio telefónico fijo disponible al público y a los servicios vocales nómadas (ver Resolución de 30 de junio de 2005).

La estructura de los números geográficos es la siguiente:



El territorio nacional se organiza en 50 zonas provinciales de numeración. Cada una de ellas dispone de uno o varios indicativos definidos por las tres cifras más significativas del número nacional (cifras NXY). Asimismo, las zonas provinciales de numeración se organizan en distritos telefónicos. En total, en España existen actualmente 508 distritos telefónicos. El distrito es el área geográfica utilizada como referencia a los efectos del cálculo de las tarifas telefónicas. Por ello, cada bloque de números geográficos (que normalmente tiene un tamaño de 10.000 números) es asignado a los operadores por la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones para ser utilizado en el interior de un determinado distrito.

Las llamadas en el interior de un distrito se consideran metropolitanas, mientras que las llamadas provinciales son las que se inician y terminan en distritos diferentes de una misma zona provincial. Por su parte, las llamadas interprovinciales son las que se inician y terminan en distritos pertenecientes a provincias distintas.

En ocasiones, por razones históricas, los límites de los distritos no coinciden plenamente con las divisiones administrativas de los municipios y provincias. Sin embargo, los Ayuntamientos interesados pueden solicitar a la Secretaría de Estado de Telecomunicaciones y para la Sociedad de la Información la modificación de un distrito a efectos de conseguir una mayor coincidencia.

Aunque los indicativos provinciales más conocidos por la población comienzan por la cifra 9, todas las provincias disponen de un segundo indicativo que comienza por 8, siendo iguales la segunda y tercera cifras.

Los indicativos provinciales que comienzan por la cifra 9 sólo se utilizan para la prestación del servicio telefónico fijo disponible al público. En la siguiente tabla se muestran los indicativos provinciales vigentes comenzando por las cifras 8 y 9:

LISTADO DE INDICATIVOS PROVINCIALES

Provincia	Indicativos		Provincia	Indicativos	
A Coruña	981	881	La Rioja	941	841
Álava	945	845	Las Palmas	928	828
Albacete	967	867	León	987	887
Alicante	96	96	Lugo	982	882
Almería	950	850	Lleida	973	873
Asturias	98	88	Madrid	91	81
Ávila	920	820	Málaga	95	85
Badajoz	924	824	Murcia	968	868
Barcelona	93	83	Navarra	948	848
Burgos	947	847	Ourense	988	888
Cáceres	927	827	Palencia	979	879
Cádiz	956	856	Pontevedra	986	886
Cantabria	942	842	Salamanca	923	823
Castellón	964	864	Sta. Cruz de Tenerife	922	822
Ciudad Real	926	826	Segovia	921	821
Córdoba	957	857	Sevilla	954	854
Cuenca	969	869	Soria	975	875
Gipúzcoa	943	843	Tarragona	977	877
Girona	972	872	Teruel	978	878
Granada	958	858	Toledo	925	825
Guadalajara	949	849	Valencia	96	86
Huelva	959	859	Valladolid	983	883
Huesca	974	874	Vizcaya	94	84
Illes Balears	971	871	Zamora	980	880
Jaén	953	853	Zaragoza	976	876

Los servicios vocales nómadas ofrecen comunicaciones vocales bidireccionales en tiempo real desde puntos de acceso a los que los usuarios pueden conectarse de forma remota, habitualmente a través de Internet, y permiten tanto el establecimiento como la recepción de llamadas. En la siguiente figura se representa una configuración típica de funcionamiento de estos servicios utilizados como segundas líneas mediante un terminal de VoIP (teléfono u ordenador personal con una aplicación de telefonía IP).

En este dibujo se esquematiza el caso de un abonado del servicio telefónico fijo que ha contratado una línea ADSL con un operador alternativo. A través de este acceso a Internet obtiene los servicios de un proveedor de VoIP que le ha facilitado un número telefónico nómada para poder recibir llamadas, bien en su domicilio- en el que ha configurado una segunda línea con carácter estable- bien en cualquier lugar del mundo desde donde tenga acceso a Internet.

La posibilidad del proveedor de servicios nómadas de obtener números del Plan nacional de numeración telefónica marca la diferencia respecto de otros tipos de proveedores de servicios de VoIP, ya que le abre la puerta a la interoperabilidad con el servicio telefónico disponible al público.

Los números móviles

El Plan atribuye los números que comienzan por las cifras 6 y 7 a los servicios de comunicaciones móviles. Estos números se asignan por la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones en bloques cuyo tamaño se determina en función de las necesidades existentes. De esta forma, un mismo código de tres cifras puede ser compartido por varios operadores. La estructura de los números móviles es la siguiente:

<p>6XY AB MCDU (X = de 1 a 9)</p> <p>7XY AB MCDU (X = 1, 2, 3 y 4)</p>

La numeración personal

Los números personales identifican a los usuarios finales de forma independiente de la ubicación en la que se encuentren y del terminal (fijo o móvil) que estén utilizando en cada momento. Las llamadas telefónicas a estos números se encaminan al destino programado por sus titulares, el cual puede ser actualizado por éstos siempre que deseen. El Plan atribuye el código 70 a los servicios de numeración personal. Estos números se asignan por la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones habitualmente en bloques de mil. La estructura de los números personales es la siguiente:

70 YAB MCDU

Los números no-geográficos para servicios vocales nómadas

La numeración de los servicios vocales nómadas con numeración no-geográfica está regulada por la Resolución de 30 de junio de 2005. Estos servicios ofrecen comunicaciones vocales bidireccionales en tiempo real desde puntos de acceso a los que el usuario puede conectarse de forma remota, habitualmente a través de la red Internet, y permiten tanto el establecimiento como la recepción de llamadas en cualquier lugar del mundo.

Estos números se asignan por la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones habitualmente en bloques de mil. La estructura de los números no geográficos vocales nómadas es la siguiente:

51 Y AB MCDU (Y ≠ 0)

La numeración de las redes privadas virtuales

La numeración de los servicios de red privada virtual (RPV) está regulada por la Resolución de 23 de noviembre de 2006. Estos servicios, a los que se atribuye el código 50, permiten comunicaciones vocales a grupos cerrados de usuarios, con su plan privado de numeraciones abreviadas mediante la utilización de la red telefónica pública. Los códigos a asignar a los operadores pueden tener una longitud de 4 y 5 cifras, siendo su estructura la siguiente, en función de su utilización:

Códigos	Numeración privada	Cifras enviadas a la red pública	Tamaño de los grupos cerrados de usuarios
500 A	Cerrada a 5 cifras	9	Desde 10.000 miembros
501 A			
502 A			
506 AB	Cerrada a 4 cifras	9	Hasta 10.000 miembros
509 AB	Abierta	Hasta 15	Indefinido

La numeración de los servicios de tarifas especiales

Los servicios de tarifas especiales son aquéllos en los que el usuario llamante afronta unas cargas mayores o menores que el coste real de los medios de telecomunicaciones empleados por los operadores (por ejemplo, los servicios de cobro revertido automático, de coste compartido y de tarificación adicional). Estos números se asignan por la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones habitualmente en bloques de mil. Los códigos atribuidos actualmente al servicio de cobro revertido automático son los siguientes:

900 ABM CDU (A ≠ 0)
800 ABM CDU (A = de 0 a 9)

La numeración de los servicios de tarificación adicional vocales está regulada mediante la Resolución de 16 de julio de 2002 y la Resolución de 28 de abril de 2003. En las llamadas a estos números se remunera al llamado (proveedor de contenidos) con una parte del precio pagado por el llamante.

Los **códigos** atribuidos son diferentes para cada modalidad del servicio:

Números	Modalidad del servicio
803 A BM CDU	Servicios exclusivos para adultos
806 A BM CDU	Servicios de ocio y entretenimiento
807 A BM CDU	Servicios profesionales

Otros **códigos** atribuidos a servicios de tarifas especiales son los siguientes:

Otros servicios de tarifas especiales	
901	Llamadas de pago compartido
902	Llamadas de pago por el llamante sin retribución para el llamado

Números cortos, el Plan nacional establece los siguientes formatos de números cortos:

Números	Modalidad del servicio
803 A BM CDU	Servicios exclusivos para adultos
806 A BM CDU	Servicios de ocio y entretenimiento
807 A BM CDU	Servicios profesionales

Actualmente están atribuidos los siguientes **números de interés social** (tipo a):

Otros servicios de tarifas especiales	
901	Llamadas de pago compartido
902	Llamadas de pago por el llamante sin retribución para el llamado

4.2 Tonos de llamada

- Tono de aviso:

Dos tonos de aviso a todos los interlocutores en línea.

Secuencia: --- ---

- Tono de conferencia:

Tono dirigido a todos los interlocutores que se repite tras 15 segundos.

Secuencia: ---

- Señal de llamada interna:

Señal emitida por el teléfono que se repite tras 4 segundos hasta que se descuelga el teléfono.

Secuencia: -----

- Señal de llamada externa:

Señal de dos tonos más corta que la anterior, también repetida tras 4 segundos.

Secuencia: -- --

- Señal de retollamada: Señal de retollamada automática del recordatorio.

Secuencia: - - - - - - - - - -

Los tonos aquí expuestos a partir del tono de verificación, inclusive, no son comunes a todos los usuarios de la red telefónica pública, si bien son los más habituales.

4.3 Presentación básicas de las extensiones

Todas las prestaciones descritas a continuación son las que más utilizadas por todos los usuarios de cualquier sistema.

Puesta en espera

Se puede poner en espera al interlocutor (quien escuchará una melodía) marcando la tecla "R". La llamada se recupera volviendo a marcar "R".

Consulta/Transferencia de llamadas

Durante cualquier conversación telefónica, puede surgir la necesidad de hablar con otro usuario sin terminar la conversación inicial.

Para ello, durante la conversación con el primer interlocutor, debemos pulsar la tecla "R" para ponerlo en espera y obtener tono de marcado, entonces marcar la extensión o teléfono del segundo interlocutor.

Desvío de llamada

Se puede evitar perder las llamadas cuando estamos hablando por nuestra extensión o cuando no estamos en nuestro puesto de trabajo. Podemos activar el desvío de llamada para cualquiera de estas situaciones a un teléfono alternativo. En ese caso, cuando nos llamen, la llamada será desviada a dicho teléfono. Al mantener descolgado durante unos segundos un teléfono desviado, se provocará una llamada al teléfono destino del desvío.

4.4 ¿Qué hacer en caso de avería?

Al detectar una avería y antes de comunicarla, primero identifique los síntomas para una asistencia más eficiente. En muchos casos el fallo puede subsanarse en el mismo instante con una mínima colaboración por parte del usuario.

El teléfono no da señal:

- Lo primero que debemos hacer es comprobar si la conexión a la roseta es correcta. Tal vez esté mal conectado, o conectado a la toma de datos.
- Si la conexión está bien y el teléfono sigue sin funcionar y tiene oportunidad pruebe a conectar otro terminal para saber si el problema es del aparato o de la línea.
- Comunique la avería detectada a la Unidad Técnica, informando de las comprobaciones hechas para una resolución más rápida.

La calidad de sonido es deficiente

- La mayoría de las veces se debe a un terminal estropeado. Si tiene oportunidad pruebe a conectar otro aparato para comprobar si el problema es del aparato o de la línea.
- Comunique la avería detectada a la Unidad Técnica indicando las comprobaciones que ha realizado para una resolución más rápida.

05

ATENCIÓN TELEFÓNICA EN INGLÉS

5.1 Introducción

Un teleoperador tiene que realizar y recibir llamadas telefónicas y en muchas ocasiones esas llamadas son de habla inglesa. Lo más importante en estos casos es conocer las claves para poder realizar bien su trabajo.

5.2 Números en inglés

Un teleoperador debe saber dar y anotar números de teléfono en inglés, para ello debemos aprender los números en inglés. Números en inglés:



En inglés cuando hay que deletrear un número de teléfono no lo agrupan por parejas como en español, sino que lo hacen de manera individual, deletrean número por número y dejando pausa entre grupo de números.

Ejemplo: 926 23 24 27

(NINE-TWO-SIX TWO-THREE TWO-FOUR TWO-SEVEN)

Los números dobles en inglés se dice repitiendo el número o usando double.

Ejemplo: 926 22 33 44

(NINE-TWO-SIX TWO-TWO THREE-THREE FOUR-FOUR)

(NINE-TWO-SIX DOUBLE-TWO DOUBLE-THREE DOUBLE-FOUR)

El número cero se dice cero, pero lo más corriente es oh / ou/.

Ejemplo: 926 01 02 00

(NINE-TWO-SIX OH-ONE OH-TWO DOUBLE-OH)

5.3 El abecedario en inglés

Igual que es importante saber los números para poder deletrear los números telefónicos debemos saber deletrear en inglés para poder coger anotaciones sin ningún tipo de error.

Hay que tener en cuenta que cuando se deletrea en inglés es muy frecuente ya que las palabras no son iguales pronunciadas que escritas por lo que es importante saber bien el abecedario.

Se suele utilizar principalmente para deletrear datos personales como el nombre, apellidos, dirección, etc. La pronunciación de las letras es diferente y no contiene la letra ñ.

Abecedario en inglés (the English alphabet).

A <i>ei</i>	B <i>bi</i>	C <i>ci</i>	D <i>di</i>	E <i>i</i>	F <i>ef</i>	G <i>gi</i>	H <i>eich</i>	I <i>ai</i>
J <i>jei</i>	K <i>key</i>	L <i>el</i>	M <i>em</i>	N <i>en</i>	O <i>ou</i>	P <i>pi</i>	Q <i>quiu</i>	R <i>ar</i>
S <i>es</i>	T <i>ti</i>	U <i>iu</i>	V <i>vfi</i>	W <i>dobl iu</i>	X <i>ex</i>	Y <i>way</i>	Z <i>zzet</i>	

Al deletrear letras dobles usamos DOUBLE.

Para pedir a alguien que deletree algún dato usaremos la siguiente expresión:

Can / could you spell...? ¿Puedes / podrías deletrear...?

Cuando queremos deletrear una palabra diremos cada letra con una palabra que empiece por la letra que queremos que queremos que anote.

Ejemplo: Madrid

M de Málaga, A de Asturias, D de dedo, R, de Rioja, I de Italia, D de dedo.

En ingles: utilizamos la preposición FOR.

M for mother, A for Apple, D for dog, R for red, I for ice and D for dog.

5.4 Verbos en inglés

Los verbos nos ayudan a entender el sentido de las frases, la mayoría de las veces sin entender totalmente las otras palabras, así pues, memorizar los verbos más usados en inglés es muy importante para mejorar el nivel.

accept	aceptar	close/shut	cerrar
allow	permitir/dejar	organize	organizar
ask	preguntar	pay	pagar
bring	traer	put	poner
buy	comprar	read	leer
can/be able	poder	reply	responder
cancel	cancelar	say	decir
change	cambiar	sell	vender
complain	quejarse	send	enviar
count	contar	sign	firmar
eat	comer	speak	hablar
explain	explicar	spell	deletrear
fill	llenar	spend	gastar
find	encontrar	start/begin	comenzar

finish	terminar	study	estudiar
fix	reparar	talk	hablar
forget	olvidar	teach	enseñar
give	dar	tell	decir
go	ir	translate	traducir
have	* tener	travel	viajar
hear	oír	try	intentar
hurt	dañar, herir	turn on	encender
know	saber/conocer	understand	entender
leave	* salir/marcharse	use	utilizar/usar
look	mirar	wait	esperar
lose	perder	want	querer/desear
make/do	hacer	watch	mirar
need	necesitar	work	trabajar
open	abrir	write	escribir

5.5 Vocabulario

A continuación, veremos algunas palabras clave que puede utilizar un teleoperador.

Operator: operador/a

Switchboard: centralita

Telephone / pone: teléfono

Fax machine: fax

Answerphone: contestador

Cellphone: teléfono móvil

Area code: prefijo, código territorial

Country code: código del país

Be engaged: estar comunicando

Be over: terminar

Connect: conectar, comunicar

Cut off: desconectar

Dial (a number): marcar (un número)

Engage: comunicando

Hang on: esperar

Local call: llamada local

Long distance call: llamada de larga distancia

Make a phone call: hacer una llamada de teléfono

Message: mensaje

Put through to: pasar con

Reach: contactar, ponerse en contacto

Telephone number: número de teléfono

Work number: número de trabajo

Wrong number: número equivocado

Get through: conectar con

Rate: tarifa

Fee: pago, precio

Extensión (number): (números de) extensión

5.6 Contestar al teléfono

Como debemos actuar cuando tenemos que contestar al teléfono en inglés.

Lo primero que debemos saber es diferencias cuando una llamada es personal o cuando es profesional.

Personal:

Las expresiones más corrientes:

Diga, dígame, oiga = Hello

Maria speaking = (Maria al habla)

En una empresa:

Las expresiones más corrientes:

Contestar con el nombre de la empresa.

Tecnas, good morning = (Tecnas, buenos días).

Contestar el nombre de la empresa seguido nuestro nombre y/o apellidos, Tecnas, Carlos Pérez here = (Tecnas, le atiende Carlos Pérez).

Más opciones de cómo contestar en un ámbito laboral sería:

Can I help you? How can I help you? ¿en qué puedo ayudarle?



5.7 Comenzar una llamada

Un teleoperador debe saber cómo iniciar una llamada, para ello debe de identificarse, lo haremos con el demostrativo THIS + TO BE.

Ejemplo: This is Pilar = Hola soy Pilar

Esta expresión es la más normal, sirve para llamadas formales e informales. La única diferencia es decir, el nombre y apellido o solo el nombre.

Llamada formal:

Ejemplo: Carlos López here = Soy Carlos López

Utilizando MY NAME IS es la más utilizada

Ejemplo: my name is Pilar García

Cuando tenemos que informarnos de quien es la persona que está al otro lado del teléfono, podemos coger varias ideas:

Who's that? = ¿Quién es?

Who are you? = ¿Quién es/ eres?

Who is calling? = ¿Quién llama? (la más utilizada)

La siguiente expresión la utilizaremos cuando queramos preguntar por alguien:

Is that + nombre? = ¿está + nombre?

Is + nombre + there? = ¿está + nombre?

Is + nombre + in? = ¿está + nombre?