

TIPOS DE CLIENTES SEGÚN EMOCIONES

ESTUDIA Y TRABAJA EN
IRLANDA





TIPOS DE CLIENTES SEGÚN EMOCIONES

Para atender eficazmente a los diferentes tipos de clientes interesados en programas de estudio y trabajo en el extranjero, es útil considerar sus emociones y motivaciones. Cada tipo de cliente puede tener preocupaciones y necesidades emocionales distintas, y adaptar tu enfoque a estas emociones puede mejorar la efectividad de tus ventas y el nivel de satisfacción del cliente. Aquí te presento una clasificación de tipos de clientes basada en sus emociones y cómo atender a cada uno de manera efectiva:

1. EL EXPLORADOR AVENTURERO

Emociones:

- Motivación: Deseo de aventura, exploración y nuevas experiencias.
- Preocupaciones: Miedo al desconocido y ansiedad por salir de su zona de confort.

Cómo Atenderles:

- Enfócate en la Experiencia: Destaca las oportunidades de exploración cultural, aventuras y experiencias únicas que ofrece el programa.
- Proporciona Seguridad: Asegúrate de explicar los detalles sobre el soporte y la adaptación cultural que recibirán.
- Crea Expectativa: Utiliza testimonios de otros estudiantes que hayan tenido experiencias emocionantes y enriquecedoras.

Este cliente necesita trabajar con las emociones, ser más sensible y mostrar sus experiencias, las experiencias de sus clientes anteriores.

Hablar de la ciudad, de las experiencias que pueden vivir durante su estancia, alejándose de su día a día.



2. EL PROFESIONAL AMBICIOSO

Emociones:

- Motivación: Mejorar habilidades, avanzar en la carrera profesional, y alcanzar metas personales.
- Preocupaciones: Dudas sobre el retorno de la inversión y el impacto en su carrera.

Cómo Atenderles:

- Destaca los Beneficios Profesionales: Enfatiza cómo el programa ayudará a desarrollar habilidades relevantes para su carrera y mejorar su perfil profesional.

- Proporciona Datos y Resultados: Ofrece estadísticas sobre empleabilidad, testimonios de profesionales que se beneficiaron del programa y detalles sobre oportunidades laborales.
- Ofrece Apoyo en la Carrera: Asegúrate de destacar el apoyo en la búsqueda de empleo y el desarrollo profesional que brinda el programa.

Hay que tener cuidado, no ser demasiado agresivo, para demostrarle que esta experiencia impulsará su carrera, tanto en el destino como si regresa a su país de origen.

Es una inversión, pero a corto o medio plazo dará sus frutos gracias a la experiencia.



3. EL ESTUDIANTE PRAGMÁTICO

Emociones:

- Motivación: Obtener un título, aprender el idioma y alcanzar metas educativas específicas.
- Preocupaciones: Costo del programa, calidad de la educación y la validez del título.

Cómo Atenderles:

- Proporciona Información Clara: Explica en detalle la calidad del programa, los requisitos académicos, y cómo se comparan con otros programas similares.
- Ofrece Opciones de Financiamiento: Detalla las opciones de becas, financiación y planes de pago disponibles.
- Resalta la Credibilidad: Asegúrate de que comprendan las acreditaciones del programa y la reputación de las instituciones educativas asociadas.

Centrarse en nuestra calidad, nuestras certificaciones y, por supuesto, nuestra mezcla de nacionalidades, nuestro apoyo antes y después del envío.

Ser detallistas en cada detalle, puntos importantes como el número de alumnos, aulas, la procedencia de nuestros profesores.



4. EL CAUTELOSO

Emociones:

- Motivación: Deseo de mejorar el inglés y ganar experiencia, pero con preocupaciones sobre la seguridad y la adaptación.
- Preocupaciones: Miedo al fracaso, la adaptación cultural y la seguridad personal.

Cómo Atenderles:

- Ofrece Seguridad y Apoyo: Proporciona detalles sobre el apoyo que recibirán en términos de seguridad, alojamiento, y adaptación cultural.
- Explica el Proceso de Adaptación: Ofrece información sobre el proceso de integración y los recursos disponibles para ayudarles a adaptarse.
- Proporciona Testimonios y Referencias: Comparte historias de otros clientes que tenían preocupaciones similares y cómo el programa les ayudó.

Demuéstrale al cliente que ya has pasado por lo mismo, que tienes experiencia y comprendes todos sus miedos y ansiedades, y que estarás ahí para ayudarle. Céntrate en nuestro apoyo, consejos y experiencias que han funcionado.



5. EL DECIDIDO Y MOTIVADO

Emociones:

- Motivación: Entusiasmo y determinación para seguir adelante con el programa.
- Preocupaciones: Pocas preocupaciones, más enfocados en la ejecución y menos en el proceso.

Cómo Atenderles:

- Facilita el Proceso: Ofrece un proceso de inscripción rápido y eficiente, y asegúrate de que toda la información esté disponible y sea fácil de entender.
- Ofrece Apoyo Continuo: Mantén una comunicación constante para asegurar que todo esté en orden y que se sientan apoyados durante todo el proceso.
- Reafirma su Decisión: Asegúrate de confirmar que están tomando la decisión correcta y reafirma los beneficios del programa.

Hay que ser ágil, estar disponible para responder siempre que sea necesario, los clientes van por emociones, así que mostrando un servicio rápido y servicial, se puede cerrar muy rápido.

6. EL INSEGURO

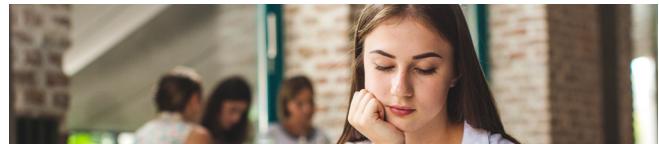
Emociones:

- Motivación: Deseo de mejorar su situación actual, pero con dudas sobre el impacto y el futuro.
- Preocupaciones: Inseguridad sobre la decisión, el futuro y el valor del programa.

Cómo Atenderles:

- Ofrece Apoyo Emocional: Sé paciente y escucha sus preocupaciones. Brinda apoyo emocional y asegura que comprendan todas las opciones disponibles.
- Proporciona Información Detallada: Asegúrate de que tengan toda la información necesaria para tomar una decisión informada.
- Reafirma la Decisión: Proporciona garantías sobre el valor del programa y los beneficios a largo plazo.

Necesitas mostrar confianza, que somos una escuela seria y que valoramos el apoyo. Paciencia, porque puedes hacer las mismas preguntas una y otra vez, para estar seguro de tu respuesta, necesitarás pedir referencias de otros estudiantes, ver certificaciones y ser siempre claro y objetivo en tus respuestas.



7. EL FINANCIERO

Emociones:

- Motivación: Buscar una opción económica que ofrezca un buen retorno de inversión.
- Preocupaciones: Preocupaciones sobre el costo del programa y el valor recibido.

Cómo Atenderles:

- Ofrece Opciones de Financiamiento: Presenta diversas opciones de financiamiento, becas y descuentos disponibles.
- Destaca el Valor: Muestra cómo el programa representa una buena inversión en términos de resultados y oportunidades.
- Proporciona Comparaciones: Compara el costo y los beneficios del programa con otras opciones en el mercado.

Este cliente necesita entender lo que son el valor y el precio, todos nuestros diferenciadores, que la inversión es mayor en este momento pero el retorno será más rápido, debido a nuestro apoyo, ferias de empleo, ayuda con los visados y orientación, por lo que necesitan centrarse mucho en esto.



8. EL NEGOCIADOR

Emociones:

- Motivación: Este tipo de cliente es hábil para buscar ventajas y conseguir el mejor trato posible.
- Preocupaciones: Siempre les gusta regatear y esperan ventajas adicionales, aunque ya les hayas ofrecido un buen descuento.

Cómo Atenderles:

- Aspectos de valor e flexibilidad nos términos e condiciones: Para tratar con un cliente negociador, lo más eficaz es saber destacar los aspectos de valor, ofrecer flexibilidad en las condiciones y, por supuesto, estar dispuesto a negociar.
- Destaca el Valor: Nunca des primero tu mejor precio, entiende mejor tus objetivos, explícalo todo, siente por el cliente, y sólo presenta el mejor precio cuando ya entiendan que es lo mejor que puedes ofrecer.
- Proporciona Comparaciones: Compara el costo y los beneficios del programa con otras opciones en el mercado.

Este cliente siempre quiere que se aprovechen de él, por lo que hay que añadir valor al paquete, mostrar las ventajas y no presentar nunca el mejor valor directamente, haciéndole entender que está consiguiendo la mejor oferta.



Ahora que conoce los principales tipos de clientes y cómo tratar cada perfil de la mejor manera posible, debe interiorizar esta información.

La práctica constante conduce a la excelencia en la negociación y en la superación de objeciones, además de facilitar la relación entre cliente y empresa en los distintos niveles de contacto. Conocer los diferentes tipos de clientes es fundamental para entender mejor quiénes son sus consumidores y así fidelizarlos.



Cada tipo de cliente tiene diferentes necesidades emocionales y expectativas, y adaptar tu enfoque de ventas a estas necesidades puede mejorar la eficacia de tu asesoramiento y las tasas de conversión.

9. CLIENTE DE LA COMPETENCIA

Emociones:

- Motivación: Este perfil ya es cliente de un competidor y hay que convencerle de que cambie de proveedor
- Preocupaciones: Es crucial destacar las ventajas competitivas y ofrecer beneficios adicionales que superen a los ofrecidos por los competidores .

Cómo Atenderles:

- Proporciona Información Detallada: Necesita entender todos nuestros detalles, mostrarnos lo mejor de nosotros y quedar encantado con nosotros.
- Proporciona Comparaciones: Los que están insatisfechos con la competencia y están abiertos a ofertas atractivas, y los que están satisfechos pero podrían convertirse si la oferta es muy buena.

Este cliente suele buscar a la competencia porque está insatisfecho, ya sea con el servicio, las prestaciones o las formas de pago, así que siempre le mostramos lo mejor de nosotros, somos atentos y serviciales, y al hacerlo le deleitamos.

