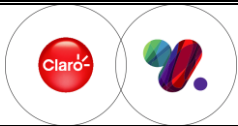


Role Play: Servicios Fijos y Móviles

Fecha: mayo 2026

SERVICIOS FIJOS



Caso 1:

Cliente con deuda anterior en el domicilio

El cliente se mudó hace un mes a una nueva dirección y está interesado en contratar Internet para teletrabajo y estudio. Cuando le informamos que la dirección tiene una deuda anterior de \$35.000, que no le corresponde, reacciona con inquietud, pero mantiene un tono respetuoso. No le gusta la incertidumbre ni la falta de claridad en los procesos. Tiende a pedir explicaciones detalladas y documentación que respalde lo que se le dice. También en las verificaciones determinamos que su domicilio no cuenta con factibilidad para fibra.

Le preocupa que su nombre quede vinculado a una deuda que no le corresponde. Busca un trato profesional y transparente. Prefiere decisiones basadas en hechos, no en emociones.

El tipo de cliente presentado es un cliente de tipo Analítico (detallista y racional)

Ejemplo de Sondeo esperado que realice el ejecutivo:

- ¿Hace cuánto tiempo se mudó a esta dirección? ¿Tiene servicios instalados?
- Le comento que aparece una deuda en el domicilio; ¿sabía que el ocupante anterior tenía servicios activos?
- Entiendo que le preocupa que esto le impida contratar, ¿Verdad? ¿Le ha pasado antes con otras empresas?
- Si le explico cómo validar que no es responsable de la deuda y cómo avanzar con la solicitud, ¿Le gustaría continuar el proceso?

Ofrecimiento que podría realizar el ejecutivo según el caso presentado:

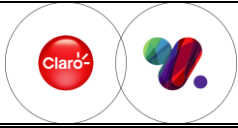
- Producto: Internet HFC
- Atributo: Servicio HFC con conexión estable y rápida instalación.
- Ventaja: Permite conexión inmediata sin interrupciones.
- Beneficio: Puede disfrutar Internet de calidad sin asumir deudas ajenas, sintiendo seguridad y confianza en la gestión.

Conclusión ideal:

El ejecutivo debe aplicar el protocolo de venta consultiva: escuchar, empatizar, informar con claridad y acompañar el proceso de validación del domicilio y la gestión para resolver la situación presente en el domicilio en relación con la deuda. Además, entregar los beneficios y atributos correspondientes al plan que puede contratar en su domicilio según su factibilidad.

Es ideal ofrecer Internet HFC porque:

- Permite instalación rápida en una red disponible.
- Cubre las necesidades de conectividad de un usuario exigente y analítico.
- Mantiene al cliente comprometido aún con el inconveniente de la deuda.



Caso 2:

Cliente con servicios activos en otro domicilio

Cliente con servicios activos en red FTTH en su domicilio principal y que desea contratar Internet y TV en un segundo hogar. El cliente es práctico, directo y con poco tiempo. Le interesa resolver rápido, sin repetir procesos ni escuchar explicaciones técnicas. Espera que el ejecutivo reconozca su historial y lo atienda como cliente “preferente”. Si el cliente percibe lentitud o burocracia, se frustra.

El tipo de cliente presentado es un cliente de tipo Asertivo (directo y decidido)

Ejemplo de Sondeo esperado que realice el ejecutivo:

- ¿Le interesa mantener los servicios actuales en su otra dirección o está considerando trasladarlos?
- ¿Le gustaría mantener el mismo nivel de conexión en ambos domicilios?
- Si pudiera mantener los beneficios o descuentos por ser cliente activo, ¿le interesa aprovecharlos?
- ¿Desea que le recomiende el plan más conveniente para esta nueva dirección?

Ofrecimiento que podría realizar el ejecutivo según el caso presentado:

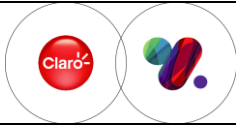
- Producto: Pack Fibra Experto
- Atributo: Tecnología FTTH (fibra directa al hogar) con Wi-Fi 6.
- Ventaja: Alta velocidad, máxima estabilidad y cobertura extendida.
- Beneficio: Le garantiza la misma calidad premium que disfruta en su primera propiedad, sin complicaciones.

Conclusión ideal:

El ejecutivo debe aplicar protocolos de reconocimiento y cierre directo (agradecer la lealtad, ofrecer continuidad y confirmar la contratación). Durante la atención debe reafirmar que le entregaremos la misma tecnología y con la misma calidad que ya conoce. Entregar detalles concretos sobre la contratación y envío de los documentos de respaldo correspondiente.

Es ideal ofrecer Pack Fibra Experto (FTTH) porque

- Refuerza la imagen de continuidad y fidelización.
- Satisface el perfil asertivo con una solución de alto rendimiento y cero demoras.
- Permite ampliar su experiencia VTR/Claro con beneficios por cliente recurrente.



Caso 3:

Cliente con familia numerosa

Cliente nuevo que vive con una familia grande (5 personas). Todos usan Internet al mismo tiempo para clases, trabajo remoto, streaming y juegos. Le interesa tener Internet potente y TV con variedad de canales. Es sociable, conversador y responde positivamente a la calidez y empatía.

Busca que el servicio solucione conflictos domésticos ("siempre se cae el Internet cuando todos se conectan"). Su decisión se basa más en cómo mejora su vida diaria que en aspectos técnicos.

El tipo de cliente presentado es un cliente de tipo Amistoso (cercanía y confianza)

Ejemplo de Sondeo esperado que realice el ejecutivo:

- ¿Cuántos dispositivos se conectan normalmente al mismo tiempo?
- ¿Han tenido problemas cuando todos están conectados o viendo TV?
- ¿Cómo afecta eso la rutina familiar o el tiempo compartido en casa?
- ¿Le gustaría tener una conexión que soporte todo eso y una TV con contenido para todos?

Ofrecimiento que podría realizar el ejecutivo según el caso presentado:

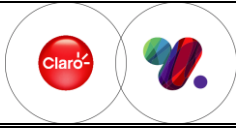
- Producto: Pack Fibra Avanzado + Extensor
- Atributo: Alta velocidad con conexión simétrica para múltiples dispositivos.
- Ventaja: Permite que toda la familia navegue y vea contenido simultáneamente.
- Beneficio: Evita conflictos, mejora la convivencia y mantiene a todos conectados con calidad.

Conclusión ideal:

El ejecutivo debe aplicar protocolo de venta emocional por el tipo de cliente: escucha activa, empatía y lenguaje cercano. Debe entregar los beneficios asociados a adquirir un plan que le permita que toda la familia pueda navegar con tranquilidad y cubriendo todos los rincones del hogar y con múltiples usuarios conectados a la vez.

Es ideal ofrecer Pack Fibra Avanzado con Extensor porque:

- Atiende simultáneamente las necesidades de conectividad y experiencia dentro del grupo familiar.
- Transforma la venta en una solución integral para el hogar.
- Crea una relación de confianza y satisfacción duradera.



Caso 4:

Cliente interesado solo en TV

Cliente adulto de 50 años, independiente sin pareja y sin hijos, que desea solo televisión. Tiene dos televisores y quiere acceder a canales deportivos y de películas. No necesita Internet ni Fono. Es detallista, racional y cuidadoso con el presupuesto. Le gusta comparar proveedores y exige información concreta (canales, decodificadores, costos). No tolera la insistencia en servicios que no solicitó.

El tipo de cliente presentado es un cliente de tipo Analítico (detallista y racional)

Ejemplo de Sondeo esperado que realice el ejecutivo:

- ¿Qué tipo de contenido disfruta más: deportes, películas o noticias?
- ¿Qué le ha faltado en sus servicios anteriores (si corresponde) que quisiera mejorar?
- ¿Le interesa tener la misma calidad conexión en ambos televisores?
- ¿Quiere que lo asesore con las opciones de TV disponibles en fibra con canales premium?

Ofrecimiento que podría realizar el ejecutivo según el caso presentado:

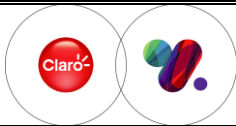
- Producto: Plan TV Premium + Canal Premium de Deportes (Ej: TNT Sport)
- Atributo: Más de 80 canales HD
- Ventaja: Ofrece calidad de imagen superior y programación a la medida.
- Beneficio: Accede solo al contenido que realmente disfruta, sin pagar por servicios innecesarios.

Conclusión ideal:

El ejecutivo debe aplicar protocolo de precisión y respeto por la necesidad que manifiesta el cliente: escuchar, responder y no forzar. Debe entregar información concreta y precisa sobre las características del plan y los servicios a los que puede acceder con la contratación servicio (SVA) he informarle que todos los respaldos de la contratación serán enviados para su respaldo y transparencia del proceso.

Es ideal ofrecer TV Premium con Canal Premium de deporte porque:

- Satisface su interés principal sin presionar con productos no deseados.
- Refuerza la confianza y percepción de asesoría profesional, no de venta agresiva.
- Facilita una relación de largo plazo basada en satisfacción real según su necesidad.



Caso 5:

Cliente sin factibilidad técnica

Cliente nuevo, convencido de contratar Internet y TV, pero el sistema indica “sin factibilidad técnica”. Menciona que su vecino sí tiene servicio, lo que lo irrita y genera desconfianza. Es directo, crítico y quiere resultados rápidos. Puede elevar el tono si siente que lo “pasan a segundo plano”. Espera soluciones concretas, no excusas.

El tipo de cliente presentado es un cliente de tipo Asertivo (directo y decidido)

Ejemplo de Sondeo esperado que realice el ejecutivo:

- ¿Podría darme su dirección exacta?
- Entiendo que le genera molestia que su vecino tenga cobertura y usted no, ¿verdad?
- ¿Le propongo escalar el caso con el área de factibilidad y una vez confirmada la respuesta lo mantendremos informado del resultado?

Ofrecimiento que podría realizar el ejecutivo según el caso presentado para escenario con factibilidad FTTH (luego de escalar):

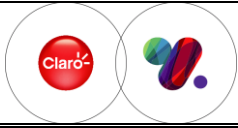
- Producto: Plan Plus Fibra
- Atributo: Más de 80 canales HD
- Ventaja: Ofrece calidad de imagen superior y programación a la medida.
- Beneficio: Accede solo al contenido que realmente disfruta, sin pagar por servicios innecesarios.

Conclusión ideal en dos escenarios:

1. Respuesta con Factibilidad FTTH

El ejecutivo debe aplicar protocolo de contención y gestión activa, mostrando compromiso con la resolución. Debe entregar los beneficios y características del plan a contratar, dando foco a las ventajas que tendrá siendo cliente con red FTTH la cual le permite velocidades simétricas y una experiencia de conectividad y calidad.

- Mantener al cliente interesado en mantener sus productos.
- Reforzar la percepción de eficiencia y atención personalizada.
- Seguridad en que la tecnología que está contratado cumple con sus expectativas.



Role Play: Servicios Fijos y Móviles

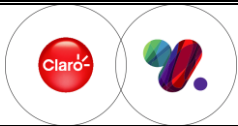
Fecha: mayo 2026

2. Respuesta sin Factibilidad

El ejecutivo debe aplicar protocolo de contención y gestión activa, mostrando su interés en tratar de solucionar y contener al cliente. Debe contextualizar al cliente que la empresa está en constante expansión por lo que le puede recomendar que deje sus datos de contacto para poder avisarle en cuanto se tenga cobertura en el domicilio que quiere contratar, de esta manera el ejecutivo puede entregar al cliente la tranquilidad de que será uno de los primeros en acceder a nuestras ofertas y beneficios.

Es importante:

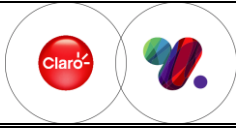
- Mantener al cliente interesado y en seguimiento activo.
- Reforzar que nuestros clientes son importantes para la compañía.
- Evitar que el cliente pierda la confianza en las gestiones que se puedan realizar.



Role Play: Servicios Fijos y Móviles

Fecha: mayo 2026

SERVICIOS MÓVILES



Caso 1:

Cliente con deuda móvil asociada a su RUT

Cliente quiere hacer una portabilidad a Claro, pero al validar su RUT aparece una deuda antigua por un plan móvil que estuvo asociado hace dos años. El cliente indica que ya no recuerda esa contratación y que quiere regularizar solo si la información es clara. Habla calmado, pero pide explicaciones detalladas, respaldo y documentos.

El tipo de cliente presentado es un cliente de tipo Analítico (detallista y racional)

Ejemplo de Sondeo esperado que realice el ejecutivo:

- ¿Hace cuánto tiempo dejó de usar servicios móviles asociados a su RUT?
- Al validar su información aparece una deuda anterior, ¿tenía conocimiento de ella?
- ¿Le preocupa que esta situación detenga su portabilidad al operador?
- Si puedo explicarle cómo revisar el detalle de la deuda y cómo continuar con su portabilidad, ¿le gustaría avanzar?

Ofrecimiento que podría realizar el ejecutivo según el caso presentado:

- Producto: Desde Plan Max L Libre
- Atributo: Plan con redes sociales libres y minutos ilimitados.
- Ventaja: Mantiene conectividad completa sin preocuparse por consumos extra.
- Beneficio: Puede continuar su día con estabilidad, sin sorpresas en la factura y con respaldo detallado de su uso.

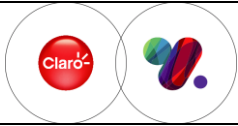
Conclusión ideal:

El ejecutivo debe aplicar venta consultiva, entregando información concreta, explicando cómo resolver la deuda y acompañando el proceso para avanzar con la portabilidad.

Debe enviar respaldo por correo y detallar los documentos que se emitirán.

Es ideal ofrecer este plan porque:

- El cliente analítico valora facturación clara, estabilidad y transparencia.
- El plan Sin Límites tiene esquema simple, fácil de comprender y controlar.
- Evita cargos extras, lo que reduce su preocupación futura por nuevas deudas.



Caso 2:

Cliente quiere portarse, pero está apurado

Cliente llama porque vio una promoción de portabilidad en redes sociales. Quiere cambiarse “rápido” para aprovechar el descuento. Habla directo, con sentido de urgencia, rechaza explicaciones largas y pregunta solo por “qué tengo que hacer para portarme hoy”.

El tipo de cliente presentado es un cliente de tipo Asertivo (directo y decidido)

Ejemplo de Sondeo esperado que realice el ejecutivo:

- ¿Actualmente tiene plan o prepago con su operador
- ¿Está experimentando problemas de velocidad, señal o facturación?
- ¿Qué consecuencias le genera no tener un servicio estable hoy?
- ¿Le gustaría activar el plan hoy mismo para no perder la promoción?

Ofrecimiento que podría realizar el ejecutivo según el caso presentado:

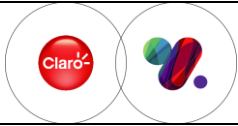
- Producto: Plan MAX XL Libre
- Atributo: Plan de alta capacidad + opción de renovar smartphone con cuotas sin interés (TC)
- Ventaja: Resuelve 2 necesidades al mismo tiempo: plan potente + renovación inmediata.
- Beneficio: Puede portarse hoy mismo y mejorar su dispositivo sin trámites adicionales.

Conclusión ideal:

El ejecutivo debe usar un cierre directo, enfatizar tiempos, pasos y envío inmediato del código de portabilidad.

Es ideal ofrecer este plan porque

- Los clientes asertivos buscan rapidez + soluciones completas.
- Un plan robusto + un equipo nuevo en cuotas genera sensación de “avance inmediato”.
- Elimina fricciones y responde a su estilo de compra práctico y orientado a resultados.



Caso 3:

Cliente con familia numerosa que quieren plan familiar

Cliente indica que tiene **4 líneas a su nombre** (adolescentes y adultos). Gastan muchos datos, ven TikTok, YouTube y juegan online. Busca un plan familiar, pero quiere “algo que todos puedan usar sin quedarse sin gigas”.

El tipo de cliente presentado es un cliente de tipo Amistoso (cercanía y confianza)

Ejemplo de Sondeo esperado que realice el ejecutivo:

- ¿Cuántas personas en casa usan el celular de forma intensiva?
- ¿Han tenido problemas quedándose sin datos antes del fin del mes?
- ¿Cómo afecta eso la convivencia o el uso de los teléfonos del hogar?
- ¿Le gustaría una solución familiar donde todos tengan datos suficientes sin preocupaciones?

Ofrecimiento que podría realizar el ejecutivo según el caso presentado:

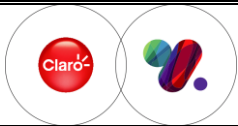
- Producto: Plan Max XL Libre + líneas adicionales
- Atributo: Todas las líneas comparten beneficios y tienen datos individuales
- Ventaja: Nadie se queda sin navegación y el costo por línea baja al agregar más.
- Beneficio: Mantiene a la familia conectada sin discusiones por “quién queda sin gigas”.

Conclusión ideal:

El ejecutivo debe usar un **enfoque emocional**, conectando con la vida diaria del cliente y reforzando tranquilidad, convivencia y familia.

Es ideal ofrecer plan familiar porque:

- Se ajusta a familias grandes con diferentes necesidades.
- Reduce el costo por línea, lo que es un beneficio claro.
- Permite conexión continua, clave en familias con alto uso digital.



Caso 4:

Cliente interesado solo en un plan barato

Cliente adulto de 72 años, llama preguntando: “¿Cuál es el plan más barato que tienen?” No le interesan redes sociales ni Roaming. Solo quiere **llamadas para comunicarse con su familia** y pocos datos para WhatsApp.

El tipo de cliente presentado es un cliente de tipo Analítico (detallista y racional)

Ejemplo de Sondeo esperado que realice el ejecutivo:

- ¿Qué uso le da normalmente al celular?
- ¿Ha tenido problemas antes con cargos extra o exceso de datos?
- ¿Le preocupa pagar por servicios que realmente no utiliza?
- ¿Le gustaría un plan económico que cubra lo esencial sin costos adicionales?

Ofrecimiento que podría realizar el ejecutivo según el caso presentado:

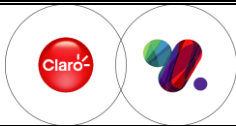
- Producto: Plan Persona Mayor (Controlado 50 GB)
- Atributo: Plan económico y sencillo.
- Ventaja: Los datos cubren uso ligero.
- Beneficio: Cumple exactamente lo que necesita sin pagar de más.

Conclusión ideal:

El ejecutivo debe aplicar venta consultiva simple, ofreciendo un plan económico, pero asegurando claridad absoluta

Es ideal ofrecer este plan porque:

- Es el plan más ajustado a su necesidad real (llamadas + datos simples).
- Evita confusión y cargos inesperados.
- Refuerza la confianza de un cliente con preocupación por el presupuesto.



Caso 5:

Cliente quiere un smartphone de alta gama

Cliente joven quiere portar a un plan móvil pero su interés es tener un smartphone de alta gama. Le interesa la cámara, el rendimiento y la batería. Compara operadores y quiere saber “qué beneficios tiene Claro que no tengan los otros”. Es impulsivo, motivado por lo tecnológico.

El tipo de cliente presentado es un cliente de tipo Asertivo (directo y decidido)

Ejemplo de Sondeo esperado que realice el ejecutivo:

- ¿Qué equipo tienes actualmente y qué te está faltando?
- ¿Has tenido problemas con batería, cámara o rendimiento?
- ¿Cómo afecta eso tu trabajo o tus hobbies (fotografía, gaming, redes)?
- ¿Te gustaría un equipo de alta gama con cuotas y un plan de datos que acompañe ese rendimiento?

Ofrecimiento que podría realizar el ejecutivo según el caso presentado:

- Producto: Desde Plan L Libre + iPhone
- Atributo: Muchísimos datos, equipo de calidad y altas prestaciones.
- Ventaja: Permite aprovechar todo el potencial del smartphone.
- Beneficio: Puede cambiar de equipo sin desembolso inicial y navegar sin límites reales. Al pagar con tarjeta opta a un precio preferencial y posibilidad de cuotas sin interés dependiendo del banco.

Conclusión ideal:

El ejecutivo debe usar **cierre directo**, reforzando rendimiento, tecnología y rapidez del proceso.

Por qué este producto es ideal:

- El cliente quiere **tecnología**, y el plan + equipo premium son la solución natural.
- Responde a su interés emocional (status, potencia, rendimiento).
- Le da sensación de “mejora inmediata” —clave para clientes asertivos.