



GRUPO
CEAS

Abogados - Consultores

El reto de la atención al cliente en la actualidad.

Andrés Reinoso



Satisfacer la demanda de los clientes se ha convertido en una tarea muy complicada, una serie de cambios producto de la modernización con el apareamiento de nuevas tecnologías de comunicación y sobre todo la velocidad con la que se recibe y envía información, en un mundo cada vez más globalizado ha producido una saturación de los mercados, generando una presión directa sobre la oferta y demanda de bienes y servicios. Este nuevo orden de cosas ha provocado cambios en la conducta de compra de los clientes, no solamente al momento de realizar la compra, sino también al momento de elegir que comprar y a quien comprar, lo que a su vez está obligando a las empresas cualquiera sea su giro de negocios a realizar cambios con el fin de poder integrarse y mantenerse a este nuevo orden de cosas, de mercados globalizados cada vez más agresivos y competitivos.

Dentro de este nuevo orden, el error que comúnmente cometen la mayoría de empresas de distintos tamaños y sectores es, enfocar todos sus esfuerzos en reducir costos de producción con el objetivo principal de reducir el precio de venta al público (PVP), sacrificando de esta manera la calidad de los productos y servicios, estrategia que en la mayoría de los casos no funciona principalmente en el sector de los servicios. Por lo que una receta única para ser favorecido con la elección del cliente no es válida ni viable por el contrario es una estrategia que aleja a las empresas de su objetivo principal que es, el de mantener a los clientes actuales (fidelizar clientes) y conseguir nuevos clientes.



GRUPO
CEAS

Abogados - Consultores

Las empresas que están triunfando en esa vorágine llamada mercado global, son las empresas que se han puesto como premisa “**EL CLIENTE**”, aquellas que se cuestionan y preguntan cuáles son las necesidades reales del cliente, qué busca?, de qué manera se lo puede satisfacer?. Si bien es cierto el precio de venta al público puede



ser un factor importante al momento de tomar la decisión de compra, no es el único, y tampoco es el más importante, entonces resulta primordial conocer y entender a los clientes, ; ese conocimiento nos permitirá definir nuestro producto o servicio a la medida y necesidad del cliente, con lo que conseguiremos estar a la altura de las expectativas y satisfacer plenamente todas sus necesidades. Para lograr este objetivo es necesario realizar cambios al interior de la empresa, desde su misma estructura e implementar una “**CULTURA DE SERVICIO AL CLIENTE**”, es decir enunciar y poner en practica todo un conjunto de normas, valores y formas de pensar y actuar como empresa y como personas, a tal punto que ese comportamiento personal se extienda a todos los niveles de la estructura empresarial y trascienda al exterior de una forma natural como una carta de presentación de la empresa al cliente, no sirve de nada si solamente existen valores y comportamientos registrados en un manual orgánico funcional sin ponerlos en práctica al momento de interactuar con los clientes, por lo que se debe iniciar el cambio por el equipo de trabajo, quienes deben ser los primeros y más fieles clientes de la empresa, una vez lograda esta cohesión se logra tener una identidad empresarial que trasciende hacia fuera, beneficiando la imagen de la empresa y ubicándola de esta manera un paso adelante de sus competidores.





GRUPO
CEAS

Abogados - Consultores

Los clientes son capaces de percibir ciertas diferencias que caracterizan el trato que reciben en uno y otro lugar, como por ejemplo:



El grado de iniciativa individual, responsabilidad e independencia que muestran los ejecutivos de la empresa al momento de atender a los clientes.



Tolerancia al riesgo, habilidad que tienen los ejecutivos para sortear aptitudes negativas (manejo de objeciones) de los clientes, siendo innovadores y sobre todo entendiendo cuando y como asumir riesgos.



Los clientes son los más estrictos evaluadores del comportamiento de los ejecutivos de la empresa, por lo que se requiere de un equipo de trabajo comprometido y leal con la empresa, ya que esto genera seguridad y empatía del cliente con la empresa.



Ejecutivos confiados y orgullosos de su empresa, cuando reciben un trato justo enmarcado en un ambiente de respeto donde su trabajo es reconocido y valorado, lo que genera un alto grado de rendimiento y compromiso al ver que están siendo observados de forma positiva.

Una vez lograda la identidad empresarial (cultura organizacional), es tiempo de desarrollar políticas y estrategias de atención al cliente, que contemplen:



Un excelente servicio de atención al cliente; que el cliente se sienta importante y sobre todo que sienta que sus necesidades y requerimientos van a ser satisfechos de forma íntegra.



Un excelente sistema de comunicación con el cliente; que el cliente sienta que es escuchado para ser atendido, esto le dará la certeza de que sus requerimientos van a ser satisfechos de forma correcta.



Un excelente sistema de atención post venta, que contemple la atención de reclamos y quejas, viendo estas como una oportunidad de fidelización del cliente y no como una amenaza o un problema por evadir.



GRUPO
CEAS

Abogados - Consultores

Algunos aspectos importantes:

1. Es necesario tomar en cuenta que apenas un 8% de los clientes compra por el factor precio, porque el producto o servicio es el más económico del mercado; el 13% compra por la calidad de los productos o servicios que son ofertados, en tanto que el 70% de los clientes compra por el trato (servicio) que recibió al momento de solicitar información para realizar la compra, es decir que el 83% de los clientes compra por la calidad de los productos y el buen servicio que reciben.
2. Es importante demostrar amabilidad con los clientes, ofrecer soluciones más que productos o servicios.
3. Cumplir con los acuerdos llegados con el cliente, respetando los plazos y condiciones estipuladas, tener presente que no solo se trata de servir, sino de servir bien.
4. Compromiso de mejorar constantemente en servir a los clientes, para esto no debemos asumir o adivinar las necesidades del cliente, debemos dejar que él nos explique y realice el requerimiento, nosotros debemos ratificar el mismo u ofrecer mejores alternativa de solución, por lo que tenemos que tener presente que debemos entregar lo que el cliente requiere, no lo que nosotros pensamos que el cliente necesita.
5. Todo el personal de la empresa debe estar preparado y listo para atender y servir adecuadamente sus clientes, por lo que se debe invertir en capacitación y entrenamiento de manera constante.





GRUPO
CEAS

Abogados - Consultores

Para finalizar, debemos reflexionar que la imagen y el prestigio de una empresa se da por su capacidad de servir y atender a sus clientes, no por sus años de creación ni por sus lujosas oficinas o peor aún por sus gastos exagerados en publicidad.

Sin duda es un tema muy complejo y profundo que va más allá de lo que se intentó describir en este corto artículo, Lo que hemos pretendido es dejarles con la inquietud de que para poder crecer en los negocios, debemos tener en cuenta que la atención al cliente es quizá el aspecto más importante de este engranaje llamado empresa.