



15 ESTRATEGIAS

PARA MEJORAR EL SERVICIO AL CLIENTE
Por Antonio Jiménez

La mejor estrategia del mundo es definitivamente el **servicio**. Sin embargo, si hacemos un inventario, nos damos cuenta de que hay muchas maneras en que una empresa, de cualquier tipo, puede fallar en este aspecto.

Veamos: en generar **empatía** (cuidado con los gestos, lenguaje facial-corporal); en dar un "buenos días", "buenas tardes", "buenas noches"; en brindar un **saludo sincero**; en recibir de inmediato al cliente; en **tratarlo con respeto**; en **no tutear, ni vosear**; en dar la mano con firmeza, seguridad, pero sobre todo calidez; en conocer la necesidad del cliente desde el principio; en **repetir lo que requiere** para mostrar interés en lo requerido; desde luego, ni qué decir de la **rapidez en la atención**, y finalmente, si el cliente debe esperar, en no olvidar **entregarle una revista**, un catálogo u ofrecerle un café.

Recordemos que el servicio se deriva del mercadeo de servicios y por eso vale la pena recordar que se divide en cuatro grandes pilares a los que debemos prestar atención cuando elaboramos planes y estrategias.

En ese sentido, las características de todo servicio son las siguientes:

Intangible: No se toca, no lo vemos, pero el cliente lo siente y lo vive.

Inseparable: Si no se encuentra quien ofrece el servicio, no se puede dar.

Personal o heterogéneo: No importa cuántas reglas, planes, protocolos, lineamientos existan, todos tenemos una personalidad diferente que nos hará llamar la atención de manera especial ante los clientes.

Perecedero: Cualquier cosa que hagamos a nivel de servicio, no se puede repetir; existe un momento único. Esto nos lleva a la siguiente frase: "No existe una segunda oportunidad para generar una primera buena impresión".

Consejo y estrategias

Por consiguiente, el servicio es parte integral de un plan de mercadeo y aunque en anteriores artículos he descrito estrategias de *trade marketing*, de *merchandising*, de mercadeo y otras, la mejor herramienta sigue siendo el servicio.

Por eso, algunos consejos le pueden servir:

Capacitar al personal en esta área de forma constante; no basta una sola charla sobre el tema.

Efectuar evaluaciones constantes y/o estudios de percepción de servicio.

Realizar el "Comprador incógnito" para generar control y motivación al mismo tiempo.

Servicio a domicilio (infaltable)

Dar la milla extra. Evitar el "no se puede"; buscar respuestas creativas.

Evitar la frase "eso no me toca a mí".

Explotar las fortalezas del personal o de uno mismo (en caso de ser pyme), tales como: ¿Tengo muchos contactos? ¿Soy esforzado? ¿Conozco bastante sobre el producto que vendo? ¿Mi habilidad son las relaciones públicas?

Otras estrategias que le pueden servir para mejorar el servicio al cliente, que he recolectado y ejecutado, durante durante varios años, son las siguientes:

- 1. Amar lo que uno hace.**
- 2. Resolver problemas siempre, no dejar para después.**
- 3. Ser vendedor de 24 horas (la tecnología de hoy ayuda montones).**
- 4. Generar curiosidad ante el cliente, expectativa.**
- 5. Ofrezca una experiencia, no el producto mismo (aunque sea un servicio).**
- 6. Vender más en menos tiempo; el cliente lo agradece.**
- 7. Uso de [Paretto](#) (20-80) en la cartera de clientes (concentrase en el 20% de los clientes que le generan el 80% de sus utilidades).**
- 8. Estudiar al cliente (costumbres, hábitos, cultura en general).**
- 9. Aprender a ceder: quién no lo hace, no es negociador.**
- 10. Paciencia (hoy significa sumar inteligencia emocional).**
- 11. Ser transparente con los sentimientos en la negociación.**
- 12. Analizar resultados.**
- 13. Siga, aunque le vaya mal, pues en cualquier momento viene la recompensa.**
- 14. Hacer que cada explicación sea un cierre de ventas.**
- 15. Tener un buen manejo de objeciones.**

Tenga presente que **por más bueno que sea un servicio, siempre podemos mejorar.**

El cliente desde luego está primero y el servicio es primero antes que el producto.

Cuando hablamos de servicio, estamos refiriéndonos una vez más a la herramienta más económica, pero más eficiente para que un cliente regrese.

Piense en esto: **¿Cuántas veces preferimos viajar más kilómetros donde nos cortan el cabello, porque ahí nos atienden mejor, muy a pesar de que existen peluquerías más cercanas?**

Fuente: Jiménez, A. (2015). *15 estrategias para mejorar el servicio al cliente*. El Financiero. Recuperado de <https://goo.gl/usSvXv>