



SERVICIO AL CLIENTE

Creando una cultura de excelencia en el servicio al cliente

Por Mauricio Sáenz Álvarez

Consultor en Servicio al Cliente y Gerente general de CR Conecta

Muchas organizaciones consideran que Servicio al Cliente es un área en la compañía con tres o cuatro personas responsables de atender las quejas y reclamos de los clientes. Nada más alejado de la verdad que esto.

Todas las empresas tienen procesos internos, los cuales al ejecutarlos generan un resultado que es el *input* para el siguiente paso en la cadena y de igual manera con todos los procesos, hasta llegar a entregar un servicio o producto al cliente final que está en la calle. En todos estos procesos tenemos personas que los ejecutan los cuales son clientes internos y, al mismo tiempo, proveedores de las otras áreas. Es decir, el cliente no

es solo el que está afuera en la calle comprando nuestro producto o contratando nuestro servicio.

Si dentro de esta cadena de procesos alguno de sus eslabones falla (problemas en el diseño, demoras en la producción, fallas en el control de calidad, errores en la logística de entrega, mala comunicación, etc.), el proceso completo se ve afectado impactando, en primer lugar, al cliente interno y, como consecuencia, al cliente externo que paga por ese producto o servicio.

Ahí radica la importancia de que todos en la empresa, sin importar el área en la que trabajen, el cargo que ocupen o las responsabilidades que tengan, sean conscientes de que el servicio al cliente es una responsabilidad de

El servicio al cliente debe ser considerado como una de las estrategias de la empresa, como un compromiso estratégico a largo plazo.

todos, no solo de tres o cuatro sacrificados con quienes se desahogan los clientes insatisfechos.

El servicio al cliente debe ser considerado como una de las estrategias de la empresa, no como una moda o algo pasajero: es un compromiso estratégico a largo plazo al que todos debemos apoyar, buscando ir más allá de lo que nuestro cliente final espera. La tarea más importante es servir a los clientes.

¿Cuáles son los beneficios que las empresas obtienen al contar con una cultura de excelencia en el servicio al cliente? Tal como lo aprendí en un curso de liderazgo de equipos facultados hacia la calidad, la empresa ganará mucho al incrementar la lealtad de sus clientes, lo que genera a su vez:

- Crecimiento de participación de mercado.
- Aumento de ventas a nuevos clientes y nivel de recompra de clientes leales.
- Ahorros al reducir la generación de promociones comerciales.
- Reducción de quejas, además de que las que hay se resuelven de mejor manera y más rápido. En un estudio

realizado y citado por John Tschohl en su libro *Servicio al Cliente: el arma secreta*, se pudo determinar que más del 50% de clientes que se quejaron y tuvieron una solución a su problema volvieron a comprar en la empresa.

- Crece la reputación positiva de la empresa.
- Aumenta la productividad y desempeño de los empleados mejorando el clima laboral.
- Menor rotación de personal.
- Mayor rentabilidad.

En definitiva, al trabajar con una orientación a la satisfacción del cliente, al tener una cultura de excelencia en el servicio al cliente, la empresa como tal —sus dueños, accionistas, empleados, colaboradores, *stakeholders*, etc.— tiene mucho que ganar, no solo en lo cuantificable como el dinero, sino en su imagen y reputación que, en muchos casos, son más importantes y cuentan más que el dinero, pero sobre todo en la satisfacción personal que siente el empleado cuando tiene un cliente más que satisfecho por un producto o servicio excelentes.

EL AUTOR

Mauricio Sáenz Álvarez tiene el grado de EMBA por el IDE Business School y es analista de sistemas por la Escuela Politécnica del Ejército ESPE. Posee amplia experiencia al haber trabajado más de 25 años en multinacionales como Xerox del Ecuador y Telefónica Movistar. Se ha especializado en el área de Servicio al Cliente. Actualmente es consultor en Servicio al Cliente y es socio principal y gerente general de CR Conecta, distribuidor de Telefónica Movistar en Costa Rica.