



# Excelencia en el servicio al cliente: cinco errores a evitar

Por **Mauricio Sáenz Álvarez**

Consultor en Servicio al Cliente y Gerente general de CR Conecta

**C**rear una cultura de servicio de excelencia no es tarea fácil. A menudo, los líderes empresariales cometen errores cuando buscan implementar un cambio de esta magnitud en toda la organización.

Para desarrollar una cultura que demuestre un verdadero liderazgo en servicio, le invito a evitar caer en estos cinco errores comunes:

## **PRIMER ERROR: LA PRIMERA LÍNEA NO CUENTA CON APOYO ADECUADO**

Para mejorar el nivel del servicio al cliente, la alta dirección de las empresas decide capacitar a los empleados de la primera línea. Esta decisión parece correcta, ya que el equipo de servicio al cliente y los representantes del *call center* son las primeras personas a las que el cliente contacta. Pero si la primera línea de atención no cuenta con el apoyo de jefaturas y gerencias

y, sobre todo, de las otras áreas de la empresa, su trabajo será infructuoso.

Toda la empresa debe hablar el mismo idioma de servicio y tener un enfoque común hacia el cliente. Fomente el servicio en toda la organización.

## **SEGUNDO ERROR: PENSAR QUE LA CAPACITACIÓN POR SI SOLA SERÁ LA SOLUCIÓN AL PROBLEMA**

Tanto la formación como la educación son vitales para la creación de una cultura de excelencia en el servicio. Sus colaboradores, más allá de las funciones que desempeñan y del área en que trabajan, deben compartir los mismos altos objetivos de servicio. Pero formación y educación por si solas no son suficientes: existen otros componentes que contribuyen a crear una cultura de excelencia.

- ¿Contrata a las personas adecuadas? ¿Cuál es la orientación del nuevo personal?
- ¿Su comunicación interna y externa es consistente y coherente con el enfoque al cliente?
- ¿Solo los vendedores reciben reconocimientos? Quienes dan un servicio de excelencia al cliente interno y externo ¿reciben reconocimientos?
- ¿Mide los costos? ¿Mide la calidad de su servicio al cliente?

Tenga presente: **toda** su organización debe apoyar y ser parte del cambio para dar un servicio de excelencia. El problema no se resuelve solo capacitando a la primera línea.

### TERCER ERROR: TRABAJAR EN SILOS, CADA ÁREA TIENE SUS PRIORIDADES PARTICULARES

Todos en la empresa buscan los mismos resultados. Un servicio de excelencia genera *fans* (clientes encantados), aumenta el *market share*, los ingresos y la rentabilidad, mejora la reputación de la empresa y atrae y retiene al mejor personal.

Si cada área trabaja de manera independiente y se enfoca en sus objetivos particulares, se rompen los esfuerzos por construir una cultura de servicio.

Es responsabilidad de los líderes unir a la organización para lograr una visión de servicio de excelencia y dar pautas claras de cómo cada área aporta para hacer realidad esa visión.

### CUARTO ERROR: “SIEMPRE LOS HEMOS HECHO ASÍ”

Si la justificación a su nivel de servicio actual es que “siempre lo hemos hecho así”, está dejando de lado nuevas maneras de construir una cultura de servicio más eficiente. Considere que esta manera de pensar puede estar limitando la creatividad de su equipo. Hacer siempre lo mismo generará los mismos resultados.

¿Sus procesos actuales crean valor y apoyan en la construcción de una cultura de servicio de excelencia? ¿Qué tanto facilitan la experiencia al cliente? ¿O solo facilitan las actividades de la empresa?

### QUINTO ERROR: LOS ALTOS MANDOS NO ESTÁN DISPUESTOS A APRENDER

En la mayoría de los casos, los líderes de la empresa han llegado al más alto nivel por ser muy buenos en aspectos particulares del negocio como comercial, técnico, financiero, estratégico etc. Muy pocas personas en estos cargos cuentan con una carta de presentación de un servicio de excelencia como una fortaleza sobresaliente.

Ante esto, es necesario contar con una actitud optimista y abierta a buscar guía y apoyo para que la estrategia de servicio de excelencia sea exitosa. Esta actitud sincera del líder permitirá alinear la experiencia de otros miembros del equipo en otras funciones de la organización, demostrando a todos en la empresa que los altos mandos apoyan el aprendizaje en todos los niveles de la compañía.

#### REFERENCIA

Basado en el libro “Servicio Inspirador” de Ron Kaufman

### 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 socio principal y gerente general de CR Conecta, distribuidor de Telefónica Movistar en Costa Rica.