

**LA IMPORTANCIA DEL SERVICIO AL CLIENTE Y EL REFLEJO DE LAS
VENTAS EN UNA EMPRESA**



**ALEJANDRO ROBAYO RODRIGUEZ
D5200755**

Trabajo de grado presentado como requisito para optar al título de:

Especialista en Alta Gerencia

Director:

KAROLINA GONZALEZ

**UNIVERSIDAD MILITAR NUEVA GRANADA
FACULTAD DE ESTUDIOS A DISTANCIA
ESPECIALIZACIÓN EN ALTA GERENCIA
BOGOTÁ, COLOMBIA
Abril 07 de 2017**

TABLA DE CONTENIDO

RESUMEN	2
INTRODUCCION	5
MARCO TEÓRICO	6
SERVICIO AL CLIENTE	7
¿QUIÉN ES EL CLIENTE?	7
¿QUÉ ES EL SERVICIO AL CLIENTE?	7
CARACTERÍSTICAS DEL SERVICIO AL CLIENTE	7
CLAVES PARA UN BUEN SERVICIO AL CLIENTE	10
QUÉ DEMANDA UN CLIENTE	11
¿POR QUÉ SE PUEDEN PERDER CLIENTES EN UNA EMPRESA?	12
MALA ATENCIÓN AL CLIENTE	12
CALIDAD DEL SERVICIO	13
VENTAJA COMPETITIVA	14
¿CÓMO AFECTA EL SERVICIO AL CLIENTE EN LAS VENTAS DE UNA EMPRESA?	15
¿QUÉ TAN IMPORTANTE ES QUE LA EMPRESA REALICE PERIÓDICAMENTE ENCUESTAS DE SATISFACCIÓN DE CLIENTES?	16
CONCLUSIONES	17
REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS	19

RESUMEN

Un Buen Servicio al Cliente es calificado óptimo solamente si éste logra satisfacer las necesidades y deseos del cliente. Lo que indica que los esfuerzos del área correspondiente deben concentrarse hacia las necesidades del cliente, a fin de que el servicio otorgado y recibido sea lo que el cliente realmente necesita.

La competencia en el mercado hoy día es cada vez más fuerte y los productos son más variados, por lo tanto, los consumidores cada vez se están volviendo más exigentes. Ya no solo buscan calidad y precio sino un buen servicio al cliente.

Si un cliente está buscando un producto y lo encuentra y adicionalmente recibe una buena atención, quedará satisfecho; esto hace que este cliente regrese y vuelva a comprar, y probablemente recomiende a otros consumidores generándose una buena fuente de promoción.

Al igual, se debe evitar que el cliente reciba una mala atención, ya que esto puede generar que no regrese y que hable mal de la compañía. Se debe procurar que el cliente reciba un buen servicio y así lograr su fidelización, un buen canal de voz a voz entre los consumidores, y una diferenciación en el mercado entre sus competidores.

Cuando se resuelven los problemas y/o necesidades del cliente de manera ágil y clara, significa que se ofreció un excelente servicio al cliente. Se deben tratar de resolver los problemas a medida que ocurran, y en lo posible, tratar de evitarlos.

ABSTRACT

A good service the customer is qualified optimal only if it achieves to the needs and desires of the customer. This indicates that the efforts of the corresponding area should focus towards the needs of the client, to the service given and received are what the customer really needs.

Competition in the market today is getting stronger and the products are more varied, therefore consumers increasingly are becoming more demanding. Not only seeking quality and price, but a good service to the customer.

If a customer is looking for a product and finds it and additionally receives a good service in care, you are satisfied; This makes this customer return and again to buy, and probably recommend to other consumers generating is a good source of promotion.

Similarly, to avoid that the customer receives poor attention, since this can lead to not return and to speak badly of the company. Does must ensure that the customer receive a good service and thus achieve his loyalty, a good channel of voice to voice between them consumers, and achieve a differentiation in the market between its competitors.

When is solve the problems, or needs of the customer of way agile and clear, means that is offered an excellent service to the customer. They should try to solve problems as they occur, and if possible, they should be avoided in the first place.

PALABRAS CLAVES

Satisfacción de clientes, fidelización, atención personalizada, calidad, servicio.

KEY WORDS

Customer satisfaction, loyalty, personal attention, quality, service, strategy service.

INTRODUCCION

La importancia que tiene la relación con los clientes en los diferentes ámbitos del mercado y en cada una de las empresas prestadoras de servicios, nos permite introducirnos en este tema y determinar los beneficios que esto conlleva.

Una buena relación con el cliente está dada por un excelente servicio al cliente. ¿Qué quiere decir esto? Un buen servicio al cliente comienza desde el abordar al cliente, determinar y crear las necesidades del mismo, guiar al cliente a la adquisición del producto y/o servicio, y acompañar al cliente en el período de post venta con el objetivo de conocer la satisfacción del cliente con lo adquirido.

En el desarrollo de este ensayo veremos las claves para un buen servicio al cliente y las ventajas competitivas para una empresa.

Luego de esto, podremos contestar a la pregunta... ¿Qué tan importante es que la empresa realice periódicamente encuestas de satisfacción de Clientes?

MARCO TEÓRICO

Es de vital importancia para el análisis del presente ensayo el entendimiento y el abordaje del tema planteado referente al servicio al cliente en una compañía. Debemos empezar por entender el concepto basándonos en las teorías y diversas investigaciones para así poder aplicar esto en el mercado real.

El servicio al cliente como lo vamos a ver es indispensable y puede considerarse como parte o como un elemento clave en toda compañía.

Se debe dejar claro que el objetivo de este ensayo es demostrar lo importante que es la relación empresa – cliente y los resultados que esto conlleva en las ventas y en el posicionamiento de la compañía en el mercado. La satisfacción de los clientes hace que la organización empresarial siempre tenga tendencia al crecimiento.

“El cliente es quien determina una empresa. Ya que es el cliente, y sólo él, quien, gracias a que está dispuesto a pagar por un bien o servicio, convierte los recursos económicos en riqueza, cosas en bienes” (Peter Drucker, 1954; citado en Bund, 2006, pp.1)

SERVICIO AL CLIENTE

¿Quién es el Cliente?

“El Cliente es el personaje más importante de cualquier organización, es su razón de ser. Es el usuario del producto y/o servicio que generamos y que espera satisfaga sus necesidades. Pero, en realidad... ¿quién es el Cliente? El Diccionario de la Lengua Española de la Real Academia ofrece la siguiente definición de cliente: Cliente (Del lat. cliens, -entis) 1. com. Persona que utiliza con asiduidad los servicios de un profesional o empresa.” Recuperado de:

<http://solucionesdecalidadasuservicio.blogspot.com.co/2012/02/quien-es-el-cliente.html>

¿Qué es el Servicio al Cliente?

El servicio al cliente es el conjunto de varias características que se agrupan para satisfacer una necesidad a un consumidor y cumplir con sus expectativas. Es la atención que una empresa brinda a sus clientes, ya sea para atender sus consultas, pedidos, reclamos, venderle un producto o un servicio.

Este concepto tiene como objetivo principal para la compañía la fidelización del cliente con la empresa, un cliente contento estará mucho más dispuesto a adquirir nuevos productos o servicios.

Características del Servicio al Cliente

Existen varios factores que incurren en el servicio al cliente en una compañía para poder sacar ventaja competitiva entre sus competidores y lograr así la fidelización del cliente.

- Amabilidad: La amabilidad hace referencia al trato amable, cortés y servicial que se le da al cliente. Saludar con una sonrisa.

- **Honestidad:** La honestidad es un factor muy importante ya que es cuando no se engaña al cliente, el vendedor se interesa más por satisfacer la necesidad del cliente y no solo por vender.
- **Atención personalizada:** es la atención directa y personal con el cliente, tomando en cuenta los gustos y las preferencias para poder ofrecerle el mejor producto o servicio.
- **Rapidez en la atención:** La rapidez en la atención es el tiempo en el que se atiende al cliente, ya sea para gestionar y buscar dar solución a sus reclamos, consultas, o venderle un producto o servicio.
- **Confianza:** La confianza está dada cuando el cliente se siente seguro del producto que está adquiriendo. Comprende lo que el vendedor le habla y le genera seguridad.
- **Disposición de Servicio:** Cuando la persona que atiende al cliente le hace sentir que sus necesidades y requerimientos son importantes. Hay un trato amable, un ambiente agradable. El vendedor escucha al cliente sin interrumpirlo.

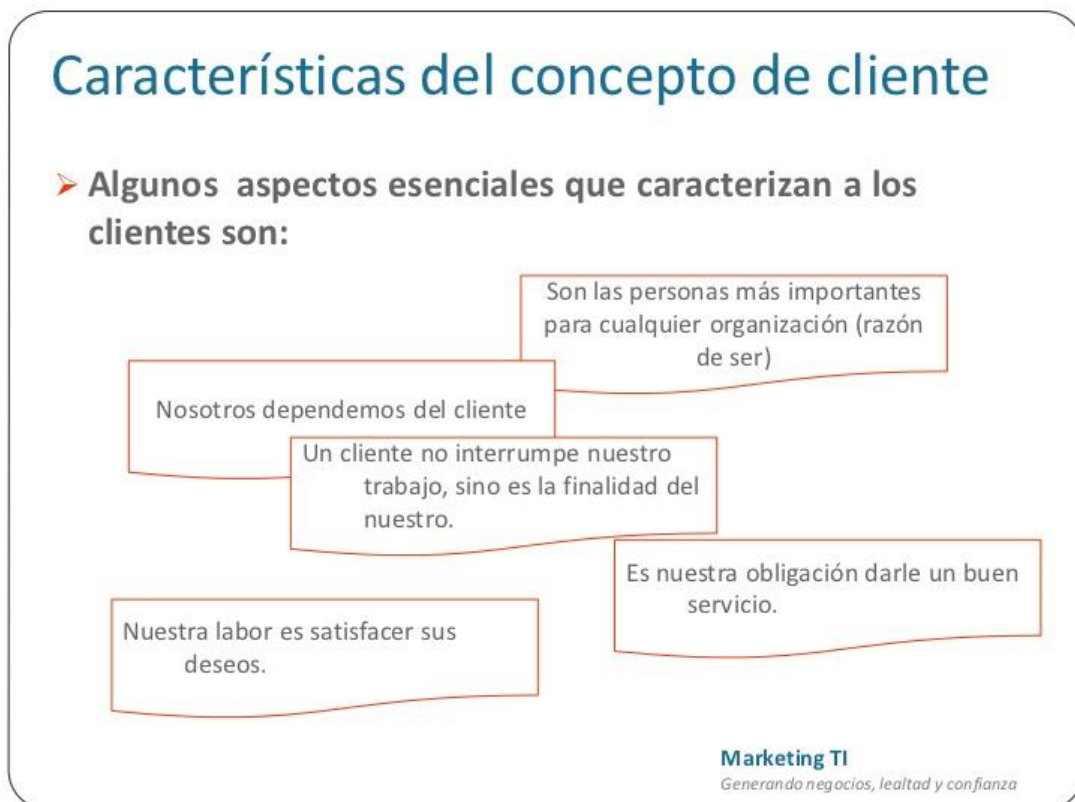


Figura N.1 <https://es.slideshare.net/MarketingTI/capacitacion-atencion-al-cliente-14140002>

El departamento de servicio al cliente de cualquier empresa debe cumplir con los siguientes mandamientos: Ver figura N. 2



Figura N.2 <https://es.slideshare.net/Tamayo24/diapositivas-servicio-al-cliente-1-13939722>

En toda empresa el departamento de servicio al cliente debe comenzar por conocer el cliente y saber identificar y crear sus necesidades para así luego poder cumplir con las expectativas del cliente y tener posterior a un cliente satisfecho.

Para esto, se debe partir por tener claro las respuestas a las siguientes preguntas:

- ¿Qué es servir? Es servirle al cliente, estar dispuesto a escucharlo y ayudarlo buscando solución a su requerimiento.
- ¿Qué es valor agregado? Es entregar más de lo esperado. Es hacer el factor diferenciador con la competencia.

- ¿Todos los clientes son iguales? Sí, todos los clientes deben ser iguales para la empresa, sin embargo, algo que es muy importante es que cada cliente debe tratarse de manera diferenciada, ya que cada uno tiene sus propias necesidades y expectativas.
- ¿Qué diferencia hay entre cliente y prospecto de cliente? La diferencia es que cliente es el que compra en el momento y el prospecto de cliente es el que aún no compra, pero tiene el perfil que la empresa busca para ser un cliente potencial.

Claves para un buen servicio al cliente

- Atención personalizada
- Disposición de servicio
- Actitud Positiva
- La Comunicación, contacto directo con el Cliente

“Los consumidores de hoy ya no solo buscan productos de buena calidad y bajos precios, sino también que se les brinde una buena atención, que se les trate como amabilidad, que se les haga sentir valorados e importantes. Un trato amable puede ser motivo suficiente para que un consumidor nos elija antes que, a la competencia, mientras que un trato tosco o indiferente puede ser motivo suficiente para que se desanime en comprarnos o para que deje de hacerlo por más años que tenga siendo nuestro cliente.

Por tanto, para captar y retener clientes hoy en día es fundamental satisfacer la necesidad de los consumidores por un servicio al cliente enfocado en el buen trato humano; y una de las mejores formas de satisfacer dicha necesidad es brindando una atención personalizada.” Recuperado de: <http://www.crecenegocios.com/claves-en-el-servicio-al-cliente-la-atencion-personalizada>.

Algunos puntos importantes que se deben tener en cuenta en la atención con el cliente son:

- Saludar siempre al cliente y hacerlo sentir que alguien está ahí para atenderlo y ayudarlo
- No calificar al cliente por su apariencia, hay que conocerlo primero
- Escuchar siempre al cliente, nunca interrumpir al cliente mientras habla

- Buscar satisfacer las necesidades de cada uno de los clientes
- Se debe proyectar una imagen profesional, una imagen que transmita lo que se está vendiendo. La imagen es muy importante ya que proyecta la seriedad y el profesionalismo de la empresa. De igual manera, proyecta y genera confianza en el producto o servicio a adquirir.

Qué demanda un cliente

Todo cliente demanda ciertos factores que se deben dar en el servicio al cliente. Ver figura N.3



Figura N.3 <https://es.slideshare.net/jcfdezmxvtas/presentacin-servicio-al-cliente>

¿Por qué se pueden perder Clientes en una empresa?

Principalmente por la mala atención recibida, seguida por la calidad del producto o servicio, no cumplimiento, entre otros. Ver figura N.4



Figura N.4 <https://es.slideshare.net/MarketingTI/capitacion-atencion-al-cliente-14140002>

Mala atención al cliente

Se presenta una mala atención al cliente cuando:

- No se cumple con las expectativas del cliente
- El asesor comercial demuestra ansiedad y solo deseo de venta
- No hay escucha al cliente
- No demuestra interés hacia el cliente

Dada la mala atención al cliente se tiene clientes insatisfechos, clientes que no se sintieron bien atendidos, el producto adquirido no suple las necesidades del cliente, o no se cumplió con las expectativas.



Figura N.5 <https://es.slideshare.net/jcfdezmxvtas/presentacin-servicio-al-cliente>

Calidad del Servicio

Para todo cliente es muy importante la calidad del servicio que se le está entregando y la confianza y respaldo que se le genere. Ver figura N.6



Figura N.6 <https://es.slideshare.net/MarketingTI/capacitacion-atencion-al-cliente-14140002>

Ventaja Competitiva

Una ventaja competitiva para una empresa ante su competencia es una característica que permite tener un mejor desempeño y, por lo tanto, una posición competitiva en el mercado.



Figura N.7 https://es.slideshare.net/lionelpineda/cadena-de-valor-y-ventaja-competitiva?next_slideshow=2

“Algunos aspectos en los que una empresa podría tener una ventaja competitiva son el producto, la marca, el servicio al cliente, el proceso productivo, la tecnología, el personal, la infraestructura, la ubicación, la distribución, etc.” Recuperado de: <http://www.crecenegocios.com>

¿Cómo afecta el servicio al cliente en las ventas de una empresa?

El servicio al cliente es un factor clave para la maximización de las ventas de una empresa. Cuando se recibe un buen servicio, una buena atención, y un buen producto o servicio, detrás de esto hay un cliente satisfecho y tres referidos. Un cliente satisfecho que seguramente volverá a comprar y sus referidos que serán clientes prospecto.



Figura N.8 https://es.slideshare.net/YerikaMarcelaRendon/1721-mercadeo-ventasyservicioalcliente-12011718?qid=cf34a335-9b81-4472-a6bb-1c347d59abd6&v=&b=&from_search=2

El comportamiento de las ventas se verá reflejado en una estabilidad con tendencia al crecimiento, siempre que exista un buen servicio al cliente, el cliente volverá a comprar y se tendrán referidos formando un canal de comunicación.

Con el cumplimiento de los factores y características que se agrupan en el concepto al cliente, se verá como resultado una empresa en crecimiento comercial.

Luego de estar estudiando diferentes puntos que intervienen en el servicio al cliente, puedo dar respuesta a la pregunta planteada al inicio de este ensayo....

¿Qué tan importante es que la empresa realice periódicamente encuestas de satisfacción de Clientes?

Para toda empresa debe ser muy importante saber que piensan los clientes y toda persona que tenga de alguna manera relación con la misma; ya que permite un mejoramiento del servicio y/o del servicio otorgado.

Saber si se cumple o no con la satisfacción del cliente debe ser el foco de servicio al realizar estas encuestas al cliente.

Por lo tanto, es muy importante la realización de las encuestas de satisfacción para un análisis y plan de mejora en los procesos internos de la empresa y en los aspectos en que se ha fallado para corregir y mejorar.

Con el resultado de la encuesta de satisfacción y con las mejoras, permite y conlleva a la fidelización de clientes con la empresa y el producto.

CONCLUSIONES

En este ensayo se puede concluir que el servicio al cliente es de vital importancia para toda compañía que participe en el mercado. Su objetivo y su foco deberán partir por el cliente, por el cliente quien es lo más importante para toda empresa.

El departamento de servicio al cliente es el más importante en cualquier empresa. Cuando una empresa se preocupa por el cliente y en satisfacer sus necesidades, siempre va a mantener un canal directo y abierto con el cliente con el objetivo de cumplir con sus expectativas.

Para que exista un buen servicio al cliente se deberá partir por una buena actitud de servicio, disposición de servicio y escucha con el cliente. La persona encargada de atender al cliente es quien puede crear el factor diferenciador en el mercado con la competencia. Cuando se le hace saber al cliente que están para él – para atenderlo, y que están interesados en satisfacer sus necesidades antes que venderle se obtendrá un cliente feliz y leal a la compañía.

Cuando se presta un mal servicio al cliente, se puede llevar a perder al cliente, y si no se toman las medidas de mejoramiento necesarias en el momento, esto se puede ser factor de llevar a la quiebra a la empresa. Un Cliente satisfecho regresa y trae referidos. Un Cliente insatisfecho aleja clientes.

Se puede decir entonces, que un buen servicio al cliente brindado es cuando se han abarcado varios factores mencionados, como, por ejemplo: la atención personalizada, el trato con amabilidad, rapidez en la atención buscando solucionar los requerimientos del cliente, se les ofrece un ambiente agradable, haciéndoles sentir comodidad, confianza y seguridad. Un buen servicio al cliente siempre debe ser Puntual, eficiente y uniforme.

“Una reputación para mil años, puede depender de la conducta de un solo momento”.

Ernest Bramah

Podemos decir también que para toda empresa lo primordial debe ser el ente llamado cliente. El cliente es para quien trabaja la empresa, es para quien se produce y/o se presta un servicio.

¿Cuándo se tiene una empresa, uno de los principales puntos importantes a tener presente es quién es nuestro cliente? Y cuando ya se tiene definido el tipo de cliente se deberá pensar en los requerimientos de éste para la satisfacción de las necesidades del mismo.

A medida que se va conociendo el cliente, se van creando y mejorando los canales de servicio al cliente, por los cuales se tendrá un contacto para venderle un producto o servicio, y para atender sus solicitudes o reclamos.

EL foco principal del área de servicio al cliente deberá ser el atender bien al cliente. Un cliente bien atendido es un cliente conforme aun sin haber adquirido el producto y/o servicio. El cliente valora la amabilidad, la honestidad, y la disposición en que fue atendido.

Cuando el cliente es bien atendido, y logra suplir sus necesidades, es un cliente realmente satisfecho que formará una voz a voz en su círculo social lo que le generará más clientes prospecto a la empresa.

La persona que presta un servicio al cliente nunca debe mostrar el ansia por vender, ya que esto generará la no venta, y un cliente insatisfecho.

Un cliente insatisfecho, es aquel que no solo no adquirió el producto o servicio, sino que no se sintió cómodo, no se sintió escuchado y posiblemente no sintió amabilidad u honestidad por parte de la persona que lo atendió. Es un cliente que no dará una buena referencia de la empresa en su círculo social.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

Mendoza, J. (2012). Soluciones de calidad a su servicio. Recuperado de:
<http://solucionesdecalidadasuservicio.blogspot.com.co/2012/02/quien-es-el-cliente.html>

Mendoza, J. (2012). Soluciones de calidad a su servicio. Recuperado de:
<http://solucionesdecalidadasuservicio.blogspot.com.co/2012/02/quien-es-el-cliente.html>

Bund, B. (2006). De afuera hacia adentro: Cómo construir una organización basada en el cliente para obtener resultados decisivos. México: McGraw Hill. Recuperado de:
<http://solucionesdecalidadasuservicio.blogspot.com.co/2012/02/quien-es-el-cliente.html>

Deming, W. (1989). Calidad, Productividad y Competitividad: La Salida de la Crisis. Madrid: Diaz de Santos. Recuperado de:
<http://solucionesdecalidadasuservicio.blogspot.com.co/2012/02/quien-es-el-cliente.html>

Diccionario de la Lengua Española de la de la Real Academia: <http://www.rae.es>

Tschohl, J. (2001). Servicio al Cliente: El Arma Secreta de la empresa que alcanza la Excelencia. México: Editorial Pax. Recuperado de:
<http://solucionesdecalidadasuservicio.blogspot.com.co/2012/02/quien-es-el-cliente.html>

Mendoza, J. - Crecenegocios. (2013). Claves en el servicio al cliente: La atención personalizada. Recuperado de: <http://www.crecenegocios.com/claves-en-el-servicio-al-cliente-la-atencion-personalizada>.

Anónimo. - Crecenegocios. (2015). Que es una ventaja competitiva. Recuperado de:
<http://www.crecenegocios.com/que-es-una-ventaja-competitiva/>

Hernández, X. Marketing TI. (2012). Capacitación atención al cliente. Como mejorar la atención al cliente. Recuperado de: <https://es.slideshare.net/MarketingTI/capacitacion-atencin-al-cliente-14140002>

Anónimo. (2012). Servicio al cliente. Recuperado de: <https://es.slideshare.net/Tamayo24/diapositivas-servicio-al-cliente-1-13939722>

Gaxiola, G. (2009). Seminario de Mercadotecnia- Servicio al cliente. Recuperado de: <https://es.slideshare.net/jcfdezmxvtas/presentacin-servicio-al-cliente>

Pineda, L. (2009). Ventaja Competitiva. P&A Consulting. Recuperado de: <https://es.slideshare.net/lionelpineda/cadena-de-valor-y-ventaja-competitiva>

Rendón, Y. (2012). Mercadeo, servicio al cliente y ventas. Recuperado de: https://es.slideshare.net/YerikaMarcelaRendon/1721-mercadeo-ventasyservicioalcliente-12011718?qid=cf34a335-9b81-4472-a6bb-1c347d59abd6&v=&b=&from_search=2