

Paco, asistí a tu conferencia de los 30.5 secretos de la venta en el WTC y me gustó mucho el punto de lealtad en vez de satisfacción de los clientes. Pero no entiendo muy bien como conseguirlo. ¿Me puedes dar algunos tips para conseguir lealtad en vez de satisfacción?

Andrés.

Por supuesto que sí: te voy a dar las que a mi juicio son las **5.5 tareas que consiguen lealtad en los clientes**. Claro que no quieres un cliente satisfecho, sino leal. Muchas compañías tienen clientes que nunca están satisfechos pero permanecen leales. Para entender lealtad solo necesito saber dos cosas: ¿Volverá este cliente a tener negocios conmigo de Nuevo? Y, sin que le sea solicitado, ¿me recomendará con otros?

Estas son las 5.5 tareas necesarias para conseguir lealtad:

1. Ser inusual con un cliente que espera lo usual. Cambia las tareas aburridas que realizas a diario, de manera que diseñe otras que impresionen al cliente y lo dejen con la boca abierta; esto creará una atmósfera en la que el cliente se vea se sienta casi obligado a contarle a otros acerca de ti y tu servicio. Los encabezados de fax, el mensaje de correo de voz, los saludos a las llamadas de los clientes, facturas y demás papelería. Se tan original que sin quererlo te convertirás en el Standard a seguir de la industria.

2. Dale a tus clientes información valiosa y que contribuya a que ellos desarrollen sus negocios. Sus clientes quieren respuestas, no solamente más de sus productos o servicios. Si quieres clientes para siempre, se valioso para ellos- conviértete en un recurso sin el cual los clientes no puedan vivir.

3. Consiga clientes para sus clientes y prospectos. Si quieres construir lealtad más allá de lo creíble, solo comienza dándoles referencias y prospectos que se conviertan en negocios. Cuando les llames después de eso, tus clientes no sabrán si les estás comprando o vendiendo. (Esto contribuye a eliminar las malas asociaciones que pudieran existir en la mente de los clientes acerca de los vendedores).

4. Responde el teléfono y ayúdales de una forma memorable. ¿Cómo crees que se sienten los clientes cuando les contesta una voz despersonalizada grabada en una máquina? ¿Esto alimenta o destruye la lealtad? Ahorrar dinero por no tener una voz humana real saludando a tus clientes es uno de los mejores ejemplos en el siglo XX de la antigua frase “cuidar los centavos y descuidar los pesos”. Los clientes llaman por una razón: necesitan y quieren ayuda. ¿Por qué desesperarlos con la respuesta de una computadora? No se tu, pero yo no me siento tranquilo de que ALGUIEN escuchó mi mensaje hasta que ALGUIEN escuchó mi mensaje.

5. Da un servicio proactivo. Procura llamar a los clientes para decirles que necesitan tus servicios o reabastecerse de justo antes de que ellos te fueran a llamar a ti. Avísales cuando vayas a tener promociones, no por impulsar tu venta, si no realmente por ayudarles a obtener una ventaja. Haz algo tan memorable por ellos que llamen a otros posibles clientes y les cuenten acerca de ti.

5.5 Ten un servicio amistoso. ¿Qué tan importante es ser amistoso? En una encuesta reciente hecha en Estados Unidos, se les solicitó a varios cientos de personas que

evaluasen qué era más importante para ellos en una lista de características de las empresas en las que normalmente compraban sus productos y servicios. Por supuesto que todos los elementos de la lista eran importantes, pero la pregunta les solicitaba elegir uno de entre todos. Entre los elementos que contenía la lista se encontraban:

Rapidez en el servicio.

Calidad del producto o servicio constante, no a veces.

Entregar lo prometido.

Amabilidad y calidez en todos los contactos, hasta para arreglar una queja.

Etc.

Por sorprendente que te parezca, las personas están dispuestos a perdonar cualquier falla, si se les trata con una amabilidad inusual y se les hace sentir especiales desde el primer momento. El 75% de los encuestados, seleccionó la amabilidad y calidez por encima de una entrega rápida ó calidad constante. Además, ¿en dónde amas tu hacer compras? Estoy seguro que llamativamente en ese lugar, la mayoría de las personas es amable y amistosa. Tus clientes quieren lo mismo de ti.

Un afectuoso saludo,

Paco