

Cómo el comprender al cliente, te da clientes leales.

¿Qué quieren los clientes? ¿Para qué nos llaman?
Los clientes nos llaman por una sola razón... necesitan ayuda

- ✓ "¡Ayuda, necesito una respuesta!"
- ✓ "¡Ayuda, necesito información acerca de mi pedido!"
- ✓ "¡Ayuda, necesito servicio!"
- ✓ "¡Ayuda, tengo una pregunta!"
- ✓ "¡Ayuda, quiero hacer un pedido!"
- ✓ "¡Ayuda, algo está mal o roto!"
- ✓ "¡Ayuda, necesito hablar con alguien!"
- ✓ "¡Ayuda! ¡Ayuda! ¡Ayuda!"

Ahora, ¿les damos ayuda? No. Entonces, ¿qué les damos? En vez de quitarles el problema, les convencemos de que efectivamente tienen un problema. Si alguno tuvo la osadía de tener esperanzas, nosotros nos encargaremos de borrar esa estúpida sonrisa de su rostro.

Creo firmemente que el servicio que damos en este país es pésimo, por no decir humillante. Mientras el cliente no quiere nada especial o no tiene un problema, todo marcha bien. Pero en cuanto algo se sale de lo normal, entonces... comienzan los incumplimientos.

"Nuestra política dice..."

"Hoy no vino la encargada"

"Hago lo mejor que puedo."

"Tenemos muchas personas que están igual que usted..."

"En este momento me encuentro en otra llamada o fuera de mi escritorio..."

Cualquier computadora que contesta el teléfono; ; cualquiera que te hace esperar en la línea por más de un minuto sin darte un mensaje valioso; cualquier persona poco amistosa; cualquiera que elude el problema y se lo manda a otros; cualquiera que nos da excusas; cualquiera que nos discute... está confirmándole al cliente que tiene un problema.

¿Qué estás dando tú?

¿Por qué no le cambiamos el nombre a Servicios al Cliente y le ponemos Ayuda al Cliente? A lo mejor somos capaces de dar un mejor servicio con este pequeño cambio de nombre

Y bien, ahora que ya rompimos el hielo con un Nuevo pensamiento, nos podemos hacer una interesante pregunta que poca gente se hace. ¿Qué carambas quieren los clientes?

Aquí le va una pequeña lista de **9.5** cosas que los clientes desean y que tal vez nos ayuden a pensar mejor nuestra actitud hacia ellos.

1. Los clientes quieren VALOR -- "Quiero saber que lo que estoy comprando tiene el precio justo, y que tendré apoyo durante el tiempo que posea ese artículo. Y quiero entender cómo hago el mejor uso del producto o servicio. Quiero estar seguro que compré la mejor opción disponible".

2. Los clientes quieren **excelente comunicación** -- "Dame a conocer lo que necesito conocer, cuando lo necesito. Sin sorpresas ni malas interpretaciones".

3. Esperan que tengamos una **actitud positiva** (incluso cuando ellos no la tienen). Actitud positiva es "Feliz, ansioso por ayudar, dispuesto a atender... preparado para cumplir y satisfacer mis necesidades".

4. Los clientes esperan que seamos **confiables** -- "Se consistente... quiero que estés ahí cuando te necesite".

5. Buscan un mensaje **íntegro y tangible** -- "Productos y desempeño de calidad... combinado con una imagen profesional."

6. Necesitan **aseguramiento** y con frecuencia reaseguramiento -- "Entrega el producto o servicio cuando lo prometiste... ten un conocimiento total del producto para ayudarme... necesito que estés cada vez que te busque".

7. Esperan que seamos **empáticos** cuando algo sale mal -- "Quiero que me entiendas, a mí y a mis necesidades. Quiero tu compromiso."

8. Los clientes esperan un **Servicio Excepcional** como norma, y que sigamos manteniendo el mismo nivel de servicio cuando nos vuelven a comprar-- "Darte mi dinero es como votar por ti, y si quieres ser reelegido, necesitas asegurarme de que me vas a tratar igual de excelente cada vez que te compre y no sólo la primera vez."

9. Esperan una interacción **amistosa** -- "Quiero que una persona amistosa, me ayude a conseguir lo que necesito."

9.5 Quieren las cosas **AHORA** – NADIE quiere "presione 1, ahora presione 2", nadie quiere que lo dejen esperando en el teléfono, a nadie le gusta que le digan que no tienen su producto, nadie quiere retrasos, nadie quiere subir hasta el último piso a hacer una larga cola para que le hagan una factura y mucho menos "regrese la semana que viene por la factura". Yo digo, no compren en lugares donde los tratan así.

Los clientes claman "Conóceme, compréndeme, guíame, ayúdame, sírveme de la manera en que espero ser servido... ¡ahora!"

Definamos a tu cliente... exagerado, demandante, tacaño, moroso, de todo se queja, desleal, mentiroso -- ¡Ah!, se me olvidaba... ¡el que paga!

El cliente provee todo nuestro dinero.

El presidente, director general o dueño de tu compañía, no es el que te paga. Él o ella es solo un intermediario de los fondos. El cliente es el que te paga. El jefe solo firma los cheques por el dinero que el cliente nos deposita. No es tu jefe a quien tienes que evitar enfurecer... es a tu cliente.

Cuando en la empresa en que trabajas el efectivo es insuficiente para pagar la nómina— el jefe no acude corriendo para romper su cochinito de ahorros y pagar tu sueldo. Muy al contrario, te gritará, "¡Vendan más, cobren mejor!"

¡Pongamos los pies en la tierra... nuestros hijos comen porque los clientes nos compran! ¿Quieres un nuevo saludo para la recepcionista de tu empresa? "Hola, está usted hablando a ABC, muchas gracias por la comida de hoy".

Esta es una forma de entender perfectamente lo que el cliente significa para nosotros. Cada vez que se pierda un cliente, y deje de hacer negocios con la empresa – el resultado neto por la pérdida de ventas es... ¡Tus hijos comen menos!

Para combatir esto, esta noche que cenes en la casa, tómales una foto a los niños comiendo. Haz duplicados de la misma que puedas colocar en tu coche, escritorio, computadora, etc. Si no tienes hijos, ve a casa de tus padres y pídeles una foto tuya de cuando eras niño y estabas comiendo. El resultado es el mismo: si quieres aumentar la comida, trata mejor a los clientes.