

## ¿Qué es el Servicio al Cliente?

Autor: Javier Repiso  
[norconsulting@yahoo.com.ar](mailto:norconsulting@yahoo.com.ar)

Los que estamos en el mundo de las ventas, los que sentimos la venta como profesión en la sangre, no podemos ir simplemente a comprar. Estamos todo el tiempo evaluando y examinando la forma de vender de los vendedores. Uno simplemente no puede ir a comprar algo sin salir sin criticar el nivel del servicio al cliente.

A veces entro a comprar intencionalmente en algunas organizaciones para saber o aprender cosas específicas de la venta de ese rubro.

La hora del almuerzo con mis colegas, consiste en compartir historias de horror y de éxito acerca de experiencias recientes. Estoy seguro que hay en el mundo algunas magníficas organizaciones o individuos que hacen un súper trabajo en el servicio al cliente, pero las malas pesan más que las buenas.

En una visita reciente a un centro comercial ¿creería que todas las siguientes escenas ocurrieron?

Primero, entré a una sucursal de venta de muebles de una importante empresa. En el mismo segundo que entré a la sucursal, un caballero se acercó con su brazo extendido para darme una tarjeta de presentación. El sonrió y dijo, "Soy el gerente de la sucursal y ahora voy a ir a almorzar, aquí está mi tarjeta en caso de que usted esté interesado en algo." Me dejó pasmado. ¿Le habría dolido a este hombre pasar 30 segundos para ver si yo ya había estado ahí y sólo se detuvo para tomar mi pedido? Era más sorprendente el hecho que mencionó que iba a "almorzar" en vez de ayudarme. Me pregunto si este vendedor creyó que al darme una tarjeta realmente me proporcionaría un buen servicio al cliente. No pude resistir la tentación de enseñarle una lección por lo cual escribí en la tarjeta, "Espero que su almuerzo sea magnífico porque acaba de perder una venta." Y la dejé en el mostrador.

Luego vagué por un local de artículos deportivos, encontré a un vendedor, y le pregunté dónde podría encontrar el equipo de buceo. El vendedor señaló la parte trasera de la tienda y añadió, "Si usted quiere un buen equipo de buceo, realmente tiene que ir a la tienda XX. Ellos tienen todo lo que usted quiere. La tienda está en esta misma calle, diez cuadras hacia el sur al lado derecho cuando pasa la estación de servicio. Este vendedor ni se tomó la molestia de ver lo que yo realmente quería. Ciertamente él trató de ayudarme y se aseguró de que quedara satisfecho, pero no estoy seguro que ese sea un buen servicio al cliente. Al menos No para el dueño del local.

Pase por un negocio de regalos caros. Ellos tienen productos únicos para el hogar y parecía que tenían buenos descuentos. Aproximadamente 15 segundos después de entrar, un vendedor se acercó y pronunció lo que parecía una frase bien hecha que posiblemente todos los anteriores clientes escucharon. Él dijo, "el local sólo estará abierto cinco semanas más, por lo cual toda la mercancía tiene descuentos pero si usted no compra ahora y vuelve, no le aseguro que el producto que quiere continuará aquí. Depende de usted. Tenga eso en mente mientras observa". ¡Guau! La penalización de cierre antes de entrar. Él ni siquiera se molestó en abrir una venta por lo menos al decir un hola. Fue directo al cierre. Para hacer el asunto peor, él me siguió por todo el local por lo menos 10 minutos, como un buitres. Comencé a divertirme con esta experiencia y permití que me siguiera por todo el local. Cuando llegué a la parte posterior del mismo, caminé rápido hacia la entrada. En su último esfuerzo me gritó, "¿Le gustó algo en particular? Recuerde que la mercancía ya no estará aquí si no la lleva hoy". Yo apenas podía mantener mi risa cuando salía del local.

Finalmente tuve una experiencia refrescante cuando entré a un negocio de electrodomésticos y me acerque a un joven que estaba jugando en una de las computadoras expuestas para la venta. Le pregunte por el precio de una computadora que estaba al lado y él si dejar de jugar ni de mirar la pantalla me decía. "Mas o menos \$1.500", mientras no sacaba su vista del monitor y movía su cuerpo el ritmo de esquivar las balas del juego.

Salía del centro comercial y comencé a reflexionar todos los encuentros con los vendedores cuando escuché una publicidad bastante inusual por la radio. Era el dueño de una cadena minorista que anunciaba la promoción de la semana. Este anuncio les prometía a los clientes

que los vendedores no los molestarían en sus sucursales. Tómese su tiempo para ver la mercadería y si usted tiene una pregunta, sólo hágala.

Realmente estaba confundido. Este dueño anunciaba que no proporcionan el servicio al cliente a menos que el cliente lo pida. Creo que los clientes aprecian a los vendedores que realmente los ayudan. Los vendedores que proporcionan un servicio al cliente sobresaliente harán lo que sea (dentro de lo razonable), para asegurarse de satisfacer al cliente. Estos vendedores recorrerán el kilómetro extra.

En general, las cadenas minoristas, se enorgullecen del nivel de servicio al cliente que proporcionan. Significa algo para los clientes y se vuelven sus amigos cuando es excelente el servicio. Es verdad y no es mi opinión. Muchos clientes comentan que en nuestro país, el servicio al cliente, generalmente es mal y se molestan debido a la falta del servicio al cliente. En mi opinión, los clientes quieren el servicio, pero todavía no encuentran el lugar.

En vez de eso, los clientes encuentran vendedores que los presionan, agresivos y desagradables que hacen que ellos quieran huir del negocio antes de comprar algo. Estos vendedores insistentes son los individuos que hacen que los clientes reaccionen negativamente a la palabra "arte de vender". La ironía de aquí está en que los vendedores insistentes son lo peor para el comercio en el mundo. Los vendedores que proporcionan un sobresaliente servicio son los individuos que realmente conocen "el arte de vender". De hecho, el servicio al cliente y arte de vender son realmente sinónimos, pero los dos tipos de vendedores han hecho que la gente piense lo contrario.

Los consumidores piensan que ellos se deben defender a sí mismos de las tácticas de los vendedores. Piensan que no pueden confiar en los vendedores. Piensan que los vendedores les tratan de vender todo lo que pueden, incluso lo que no quieren... sobretodo lo que no quieren.

Un buen servicio al cliente requiere arte de vender, habilidad para comunicarse y ética. Usted construye el negocio con un cliente a la vez. De la misma forma, arruina a un negocio con un cliente a la vez.