



**Atención de  
necesidades  
y expectativas**



# Atención de necesidades y expectativas

Stanton (2018) define la atención de necesidades y expectativas como un enfoque centrado en el cliente, el cual busca comprender y satisfacer las necesidades y expectativas de los mismos de una manera efectiva. Esto implica un enfoque proactivo para identificar y entender las necesidades y expectativas de los clientes, y luego trabajar para cumplirlas de manera adecuada y oportuna.

La atención de necesidades y expectativas implica una escucha activa y comprensiva a los clientes, para identificar claramente lo que quieren o necesitan, esto puede implicar realizar investigaciones de mercado, encuestas a los clientes, entrevistas, análisis de datos, y otros métodos para recopilar información sobre sus necesidades y expectativas.

Una vez identificadas las necesidades y expectativas de los clientes, la atención se centra en satisfacerlas de la mejor manera posible, implica la adaptación de productos, servicios o soluciones para cumplir con los requisitos específicos de los clientes, proporcionar un servicio al cliente de alta calidad, ofrecer soluciones personalizadas, resolver problemas, y mantener una comunicación clara y abierta con ellos. La atención de necesidades y expectativas también implica anticiparse a las necesidades y expectativas de los clientes, una mentalidad proactiva y una capacidad para adaptarse y evolucionar en respuesta a los cambios en las demandas del mercado, y esto es más evidente en los mercados híbridos modernos donde el ciber mercado está presente.

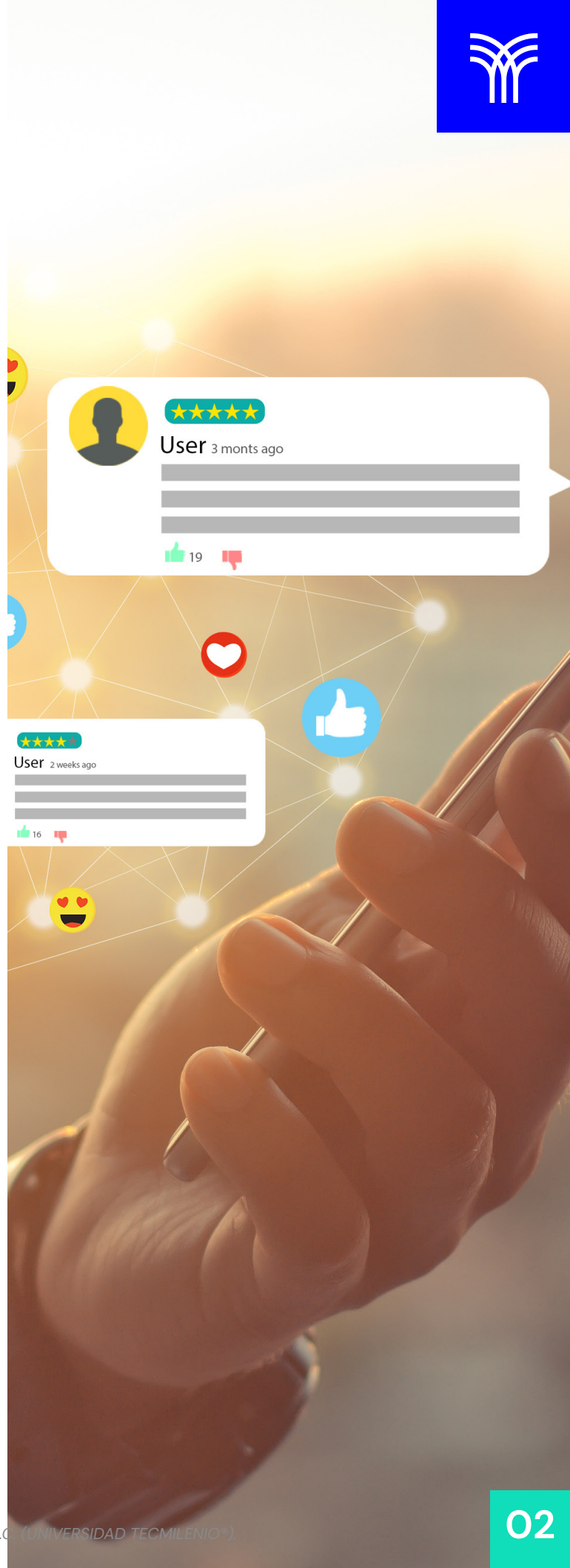
La atención de las necesidades y expectativas de los clientes y usuarios es un aspecto fundamental en la gestión del marketing digital en plataformas digitales. Una plataforma digital de marketing es un medio o canal en línea utili-

zado para llevar a cabo estrategias de marketing, como redes sociales, sitios web, blogs, aplicaciones móviles, correo electrónico, entre otros. Atender las necesidades y expectativas de los clientes y usuarios, implica entender y satisfacer sus requerimientos y deseos, así como cumplir con las expectativas que tienen en relación a la plataforma digital y los servicios o productos ofrecidos, esto es esencial para construir relaciones sólidas con los clientes, y fomentar la fidelidad a la marca para lograr el éxito en el marketing digital.

A continuación, se detallan algunos puntos clave sobre cómo atender las necesidades y expectativas de los clientes y usuarios en plataformas digitales de marketing:

- **Conocer a los clientes y usuarios:** Es fundamental comprender quiénes son los clientes y usuarios de la plataforma digital, sus características demográficas, preferencias, comportamientos de compra, intereses y necesidades; esto se puede lograr mediante la recopilación y análisis de datos de clientes, como datos demográficos, historiales de compras, interacciones en la plataforma, y retroalimentación del cliente.
- **Ofrecer contenido relevante y personalizado:** En una plataforma digital de marketing el contenido es clave. Es importante crear y ofrecer contenido relevante, y personalizado, que sea interesante para los clientes y usuarios, así como también que sea útil. Esto puede incluir publicaciones en redes sociales, *blogs*, *newsletters*, vídeos, entre otros. El contenido debe adaptarse a las necesidades y preferencias de los clientes, y estar en línea con los objetivos de marketing de la empresa.

- **Proporcionar una experiencia de usuario excepcional:** Este es un apartado en el que debemos hacer énfasis: la gente quiere experiencias únicas; en la plataforma digital, es un factor crítico para satisfacer las necesidades y expectativas de los clientes. La plataforma debe ser fácil de usar, intuitiva, rápida y accesible en diferentes dispositivos, ofreciendo funcionalidades y características que sean relevantes y útiles para los clientes, como opciones de búsqueda, navegación clara, proceso de compra sencillo, entre otros.
- **Mantener una comunicación efectiva:** La comunicación con los clientes y usuarios en una plataforma digital de marketing es esencial para atender sus necesidades y expectativas, implica responder rápidamente a preguntas, consultas o comentarios, brindar soporte técnico si es necesario, y mantener una comunicación clara, transparente y coherente, en todos los canales de la plataforma.
- **Gestionar la reputación en línea:** La reputación en línea de una empresa o marca, puede tener un gran impacto en la percepción de los clientes y usuarios; es importante gestionarla en la plataforma digital, monitoreando y respondiendo a reseñas, comentarios, y opiniones de los clientes. También es importante mantener una imagen de marca coherente y positiva en la plataforma digital. Es un apartado muy importante en el que se profundizará más adelante.
- **Mejorar continuamente:** La atención de las necesidades y expectativas de los clientes y usuarios en una plataforma digital de marketing, es un proceso en constante evolución, el cual no se detiene y es cambiante; es importante recopilar y analizar datos sobre el comportamiento y las preferencias de los clientes, así como obtener retroalimentación del cliente para identificar áreas de mejora y oportunida



des para ofrecer una experiencia aún mejor cada vez, esto puede incluir la optimización de la plataforma, la incorporación de nuevas funcionalidades tecnológicas, visuales, la personalización del contenido, entre otros.

- **Adaptarse a las tendencias y cambios del mercado:** El entorno digital es dinámico, cambia constantemente y puede llegar a ser agresivo en términos de competencia, por eso es importante estar atento a las tendencias y cambios del mercado en el ámbito digital, y adaptarse a ellos para seguir atendiendo las necesidades y expectativas de los clientes, y de los usuarios. Esto puede incluir cambios en las preferencias de los clientes, la adopción de nuevas tecnologías, la evolución de las plataformas digitales, entre otros.
- **Cumplir con la privacidad y seguridad de los datos:** La privacidad y seguridad de los datos de los clientes y usuarios, son aspectos fundamentales en el marketing digital. Es importante asegurarse de que se cumplan las regulaciones y normativas aplicables en materia de privacidad y seguridad de datos, como el Reglamento General de Protección de Datos (GDPR) en la Unión Europea u otras regulaciones nacionales e internacionales, y establecer medidas adecuadas para proteger la información de los clientes en la plataforma digital.

La atención de las necesidades y expectativas de los clientes y usuarios en plataformas digitales de marketing implica comprenderlos, ofrecer contenido relevante y personalizado, proporcionar una experiencia de usuario excepcional, mantener una comunicación efectiva, gestionar la reputación en línea, mejorar continuamente, adaptarse a las tendencias del mercado, y cumplir con la privacidad y seguridad de los datos. Al hacerlo, se puede construir una relación sólida con los clientes,

fomentar la fidelidad a la marca, y alcanzar el éxito en el marketing digital.

Por otro lado, el nuevo papel en la generación de experiencias acorde a las expectativas del cliente en el marketing digital, es el de un "**Estratega de Experiencia del Cliente**". Este rol se centra en comprender las necesidades, deseos, y expectativas de los clientes, para utilizar esa comprensión al diseñar y ejecutar estrategias digitales que ofrezcan experiencias excepcionales. El *Estratega de experiencia del cliente* trabaja en estrecha colaboración con equipos de marketing, diseño de productos, desarrollo de sitios web, redes sociales, logística, finanzas, y atención al cliente, para asegurarse de que todas las interacciones digitales con los clientes sean coherentes, personalizadas, y satisfactorias.

El papel del Estratega de experiencia del cliente en el marketing digital, implica comprender y anticipar las necesidades, pero también expectativas del cliente en el entorno digital, diseñar y ejecutar estrategias personalizadas y coherentes para optimizar continuamente las experiencias, y garantizar la satisfacción y fidelidad del cliente.

Veamos este escenario desde la perspectiva de Porter (2014); él, como experto en estrategia empresarial, define la satisfacción del cliente como el nivel de cumplimiento o superación de sus expectativas, en relación con los productos o servicios que una empresa ofrece. Según la visión de Porter, la satisfacción del cliente es un elemento clave en la estrategia competitiva de una empresa, ya que puede tener un impacto significativo en la lealtad del cliente, la retención de clientes, la reputación de la marca y, en última instancia, en el éxito y la rentabilidad del negocio.

Porter sostiene que la satisfacción del cliente no se limita simplemente a la calidad del producto o servicio, sino que implica un enfoque más amplio que abarca factores como: el servicio al cliente, la confiabilidad, la disponibili-



- Galiana, F. (2016). *El nuevo marketing relacional: Cómo gestionar la atención, satisfacción y fidelización del cliente en el entorno digital*. España: ESIC.
- Porter, M. (2015). *Estrategia competitiva*. México: Patria.
- Stanton, W. (2018). *Fundamentos de Marketing*. (15a ed.). México: McGraw-Hill.
- Torres, R. (2018). *Marketing Digital Estrategias, herramientas y técnicas*. McGraw-Hill Interamericana.

## Referencias bibliográficas

La obra presentada es propiedad de ENSEÑANZA E INVESTIGACIÓN SUPERIOR A.C. (UNIVERSIDAD TECMILENIO), protegida por la Ley Federal de Derecho de Autor; la alteración o deformación de una obra, así como su reproducción, exhibición o ejecución pública sin el consentimiento de su autor y titular de los derechos correspondientes es constitutivo de un delito tipificado en la Ley Federal de Derechos de Autor, así como en las Leyes Internacionales de Derecho de Autor.

El uso de imágenes, fragmentos de videos, fragmentos de eventos culturales, programas y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, es exclusivamente para fines educativos e informativos, y cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por UNIVERSIDAD TECMILENIO.

Queda prohibido copiar, reproducir, distribuir, publicar, transmitir, difundir, o en cualquier modo explotar cualquier parte de esta obra sin la autorización previa por escrito de UNIVERSIDAD TECMILENIO. Sin embargo, usted podrá bajar material a su computadora personal para uso exclusivamente personal o educacional y no comercial limitado a una copia por página. No se podrá remover o alterar de la copia ninguna leyenda de Derechos de Autor o la que manifieste la autoría del material.

Tecmilenio no guarda relación con alguna de las marcas mencionadas como ejemplo. Las marcas son propiedad de sus titulares conforme a la legislación aplicable. Estas se utilizan con fines académicos y didácticos, por lo que no existen fines de lucro, relación publicitaria o de patrocinio.

Derechos de Autor Reservados. ENSEÑANZA E INVESTIGACIÓN SUPERIOR A.C. (UNIVERSIDAD TECMILENIO®).

dad, la conveniencia, la atención al detalle, y otros elementos que influyen en la percepción global del cliente sobre la experiencia que tiene con una empresa; la satisfacción del cliente no es un objetivo estático, sino que debe ser gestionada de manera activa y estratégica. Para ello, es necesario entender las expectativas del cliente, medir y monitorear continuamente la satisfacción del cliente a través de indicadores clave de desempeño (KPIs), y realizar mejoras y ajustes en la oferta de productos, servicios, y procesos, para garantizar la satisfacción y fidelidad del cliente a lo largo del tiempo.

