



Atención
y servicio
al cliente



Atención y servicio al cliente

El servicio al cliente es un elemento clave en el comercio electrónico y el marketing digital, ya que implica brindar atención y satisfacción a los clientes a través de canales digitales, como sitios web, aplicaciones móviles, redes sociales, correo electrónico, chat en línea, entre otros. Los clientes esperan una atención rápida, eficiente y personalizada en el entorno digital; el servicio al cliente bien gestionado puede influir en su percepción de la marca, la fidelidad del cliente, las recomendaciones y la repetición de compras. El comercio electrónico y el marketing digital ofrecen oportunidades únicas para interactuar con los clientes de manera directa y personalizada, por lo que el servicio al cliente se vuelve esencial para mantener y mejorar la relación con los clientes en estos entornos.

i

Un buen servicio al cliente en el comercio electrónico implica brindar una atención rápida y eficaz a través de los canales digitales, resolver problemas o dudas de los clientes, ofrecer información relevante y personalizada, y mantener una comunicación abierta y transparente.

Kotler (2017) destaca la importancia de la atención y el servicio al cliente como elementos esenciales del marketing moderno; enfatiza que brindar un excelente servicio al cliente es fundamental para mantener una relación sólida y duradera con los clientes, generar lealtad y fomentar la repetición de compras. Kotler destaca que la atención y el servicio al

cliente son elementos clave en la construcción de una reputación positiva de la marca, en la generación de recomendaciones y referencias positivas por parte de los clientes satisfechos, sean en el entorno físico o digital.

En su enfoque, Kotler destaca la importancia de la atención y el servicio al cliente, en todos los puntos de contacto entre la empresa y el cliente, incluyendo los canales digitales y las interacciones en línea, subraya que brindar una atención rápida, eficiente, y personalizada a los clientes, tanto en el entorno físico como digital, es esencial para satisfacer sus necesidades, expectativas y demandas, para mantener una ventaja competitiva en un mercado cada vez más orientado al cliente. Kotler enfatiza la importancia de la atención y el servicio al cliente en sus escritos sobre marketing, destacando su papel esencial en la construcción de relaciones sólidas con los clientes dentro y fuera del entorno digital, como del e-commerce, la generación de lealtad y la creación de una reputación positiva de la marca en el mercado.

Dato tecnológico:

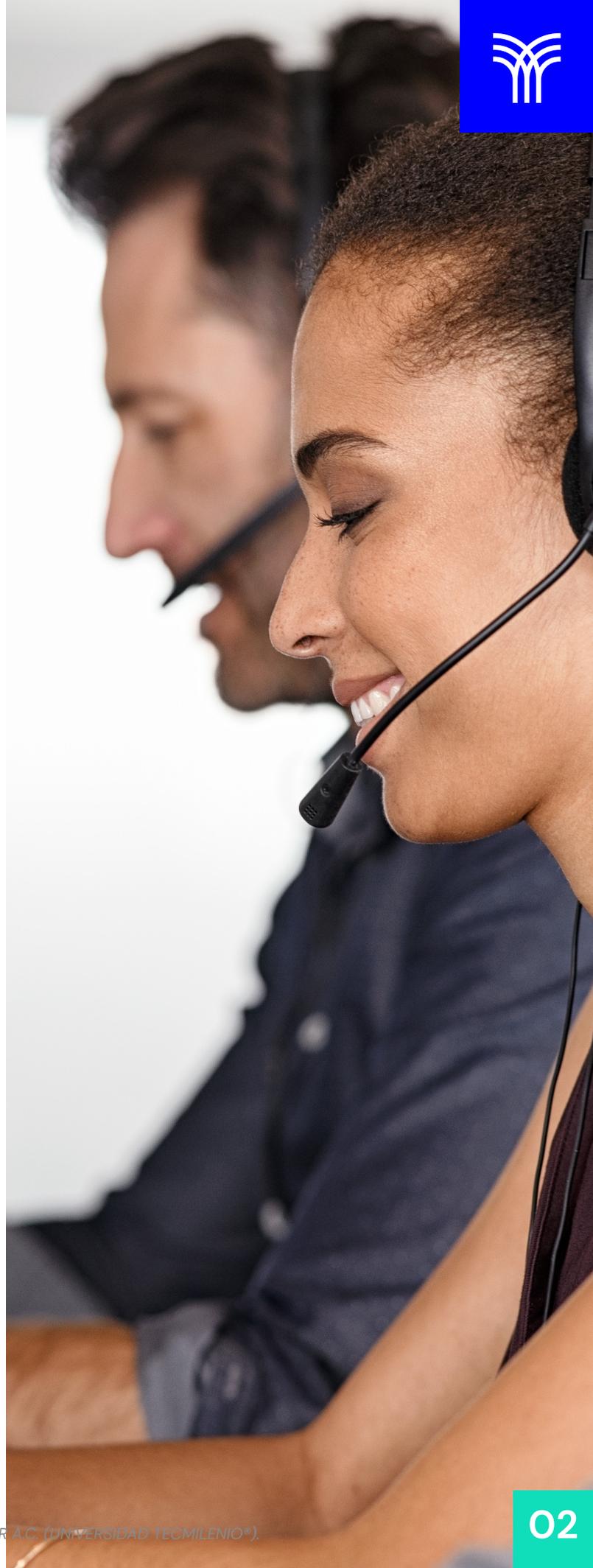
La incorporación de nuevas tecnologías ha revolucionado la forma en que las empresas brindan atención al cliente en el comercio electrónico, el avance constante de la tecnología ha logrado que las plataformas digitales se hayan convertido en herramientas poderosas para potenciar la experiencia del cliente, y mejorar la calidad del servicio en el comercio electrónico. Exploraremos a continuación cómo las nuevas tecnologías han resuelto el dilema de proporcionar una excelente atención al cliente en el comercio electrónico, centrándonos en cómo las plataformas digitales han sido clave en este proceso.

En primer lugar, las plataformas digitales han permitido a las empresas tener una mayor presencia en línea, lo que ha ampliado las oportunidades de interactuar con los clientes. Las redes sociales, por ejemplo, se han convertido en plataformas populares para la atención al cliente, ya que permiten a las empresas responder rápidamente a las consultas y comentarios de los clientes en tiempo real. Esto ha acortado el tiempo de respuesta y ha mejorado la satisfacción del cliente al brindarles una atención rápida y efectiva.

Además, las plataformas digitales también han permitido la implementación de chatbots y asistentes virtuales, que son programas de inteligencia artificial que pueden interactuar con los clientes y responder a sus preguntas de manera automatizada. Estos chatbots pueden estar disponibles las 24 horas del día, los 7 días de la semana, lo que brinda una atención al cliente constante y rápida, incluso fuera del horario laboral. Los chatbots también son capaces de manejar una gran cantidad de consultas al mismo tiempo, lo que reduce la carga de trabajo del equipo de atención al cliente y permite una atención más eficiente de nuestras ventas en el ciberespacio.

Otra tecnología que ha revolucionado la atención al cliente en el comercio electrónico es la analítica de datos. Las empresas ahora pueden recopilar y analizar grandes cantidades de datos de los clientes, lo que les permite comprender mejor sus necesidades y preferencias. La información está afuera, en el mercado, esto permite a las empresas personalizar la experiencia del cliente, ofreciendo productos y servicios relevantes y adaptados a cada cliente individual; la personalización es un aspecto crucial de la atención al cliente, ya que permite a las empresas brindar una experiencia única y memorable, lo que a su vez genera lealtad del cliente.

Observamos entonces que las plataformas digitales también han mejorado la logística y el servicio postventa en el comercio electrónico.





Por ejemplo, la implementación de sistemas de seguimiento de envíos en tiempo real ha permitido a los clientes tener visibilidad sobre el estado de sus pedidos y ha reducido la incertidumbre en el proceso de entrega; también se han implementado herramientas de gestión de devoluciones y reembolsos en línea (logística inversa), lo que ha agilizado y simplificado el proceso de devolución de productos, mejorando así la satisfacción del cliente.

Las redes sociales y las plataformas de revisión en línea han brindado a los clientes una voz más fuerte en la atención al cliente en el comercio electrónico. Los clientes ahora pueden compartir sus experiencias de compra en línea y dar opiniones sobre los productos y servicios que reciben. Esto ha creado una mayor transparencia y responsabilidad para las empresas, ya que deben responder y abordar públicamente las inquietudes de los clientes; lo que ha llevado a un mayor enfoque en la calidad del servicio al cliente y ha impulsado a las empresas a mejorar continuamente su atención al cliente en línea.

Estas tecnologías han permitido a las empresas interactuar de manera rápida y efectiva con los clientes, proporcionar una atención personalizada, mejorar la visibilidad y transpa-

rencia en el proceso de compra, y fomentar la responsabilidad y la mejora continua del servicio al cliente. La incorporación de estas tecnologías ha llevado a una experiencia del cliente más conveniente, eficiente y satisfactoria en el comercio electrónico, lo que a su vez ha llevado a una mayor lealtad del cliente y un impulso en la reputación de la marca.

Sin embargo, es importante destacar que, aunque las tecnologías han mejorado la atención al cliente en el comercio electrónico, no deben reemplazar por completo la atención humana. La empatía, el trato amable y la comprensión de las necesidades del cliente siguen siendo fundamentales en la atención al cliente. Las tecnologías deben utilizarse como herramientas para complementar y potenciar la atención al cliente, pero siempre manteniendo un enfoque centrado en el cliente y en la calidad del servicio.

Por último, ¿consideras que en algún punto pueda ser sustituida la atención humana hacia el cliente?



Referencias bibliográficas

- Kotler, P. (2017). *Dirección de Marketing: Análisis, Planificación, Gestión y Control* (15ª ed.). Madrid, España: Pearson Educación.

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.

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