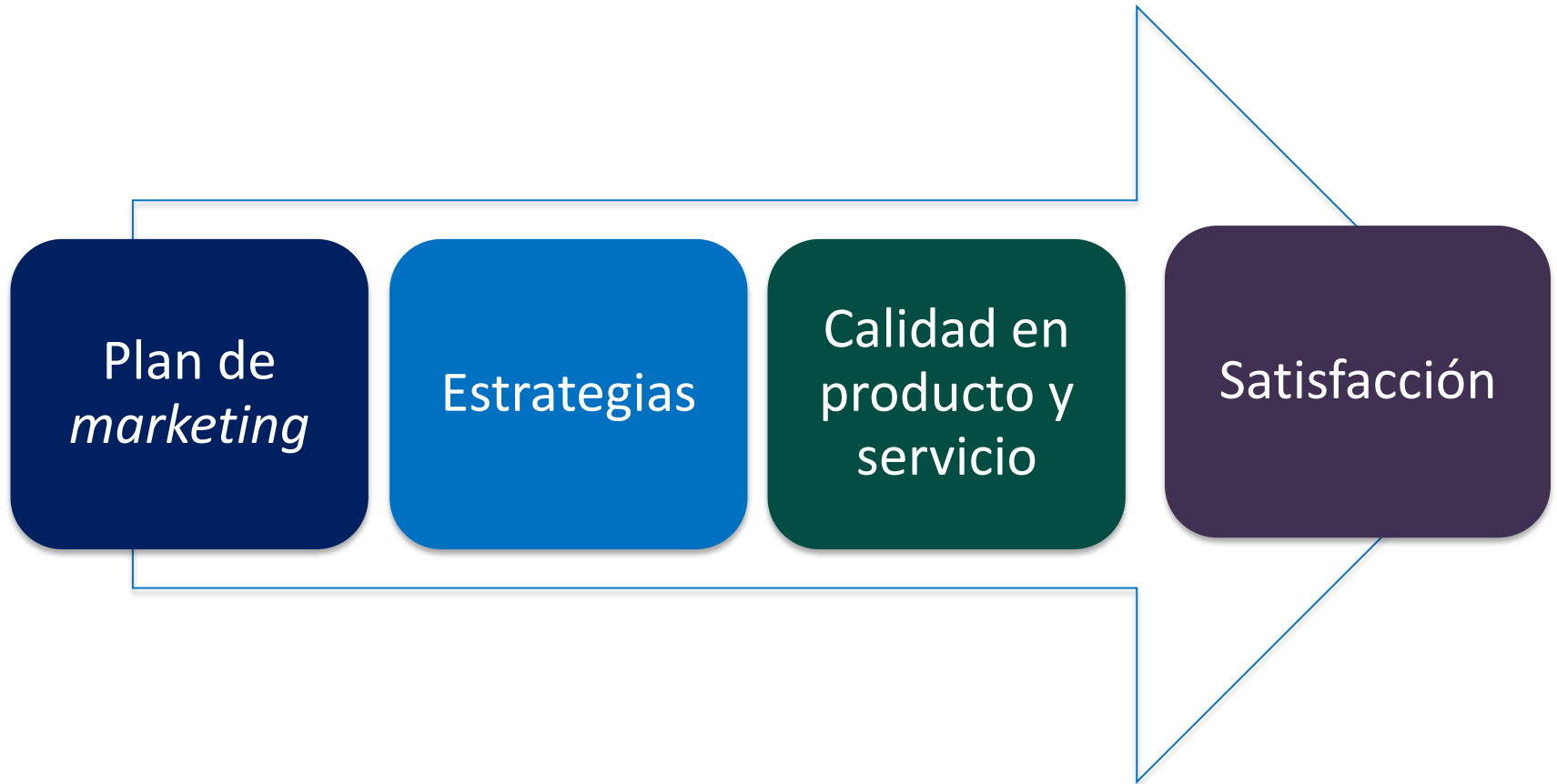


Tema 8. Satisfacción del cliente externo = lealtad



Tema 8. Satisfacción del cliente externo = lealtad


Subtemas

1. La importancia de medir la satisfacción del cliente externo
2. Características de la empresa que generan la lealtad de nuestro cliente externo
3. El *marketing* para la satisfacción del cliente externo




Tema 8. Satisfacción del cliente externo = lealtad

La satisfacción del cliente es el grado en que el desempeño percibido de un producto o servicio concuerda con las expectativas de éste.



Toda empresa que logra satisfacer al cliente externo obtiene como beneficios la lealtad del cliente, una difusión gratuita y una participación en el mercado.



El estudio de la satisfacción del cliente es una de las piezas clave de cualquier política de *marketing* esto se usa para poder tomar mejores decisiones ya que se estudia a conciencia a los clientes.

Importancia de la satisfacción del cliente externo

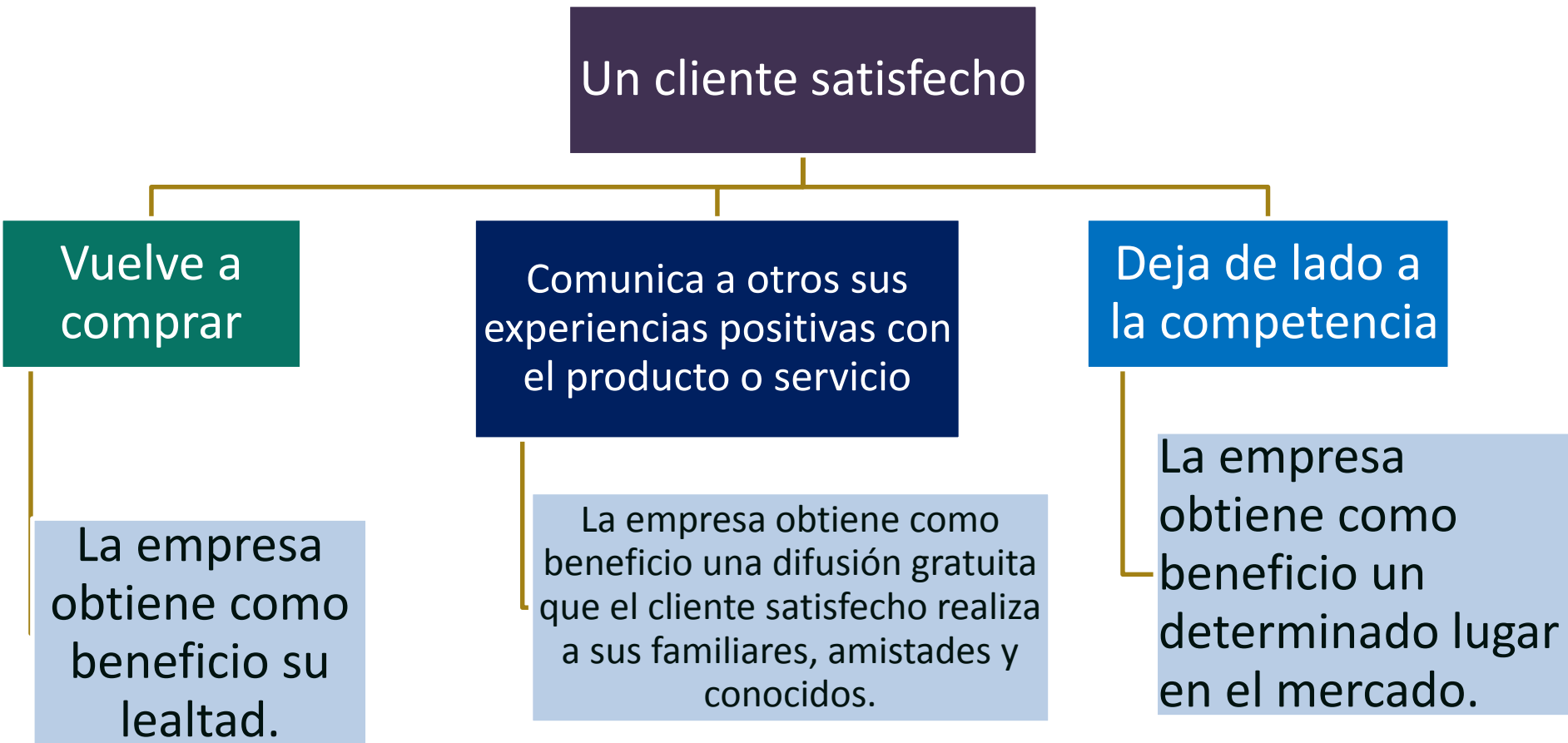
“ Crea un cliente, no una venta”

Katherine Barchetti

La satisfacción del cliente es el grado en que el desempeño percibido de un producto o servicio concuerda con las expectativas del cliente, por lo tanto si este producto no alcanza estas expectativas, el comprador queda insatisfecho; además se dice que un cliente puede experimentar diferentes niveles o grados de satisfacción, por lo tanto, si este producto o servicio excede sus expectativas, el cliente estará muy complacido.

(Kotler y Armstrong 2001)

Beneficios de tener un cliente externo satisfecho



Características de la empresa que generan la lealtad de nuestro cliente externo

Para poder lograr la satisfacción del cliente una empresa debe de ofrecer calidad en sus productos y servicios, en donde el término calidad se traduce en clientes complacidos, una actitud que va más allá de simplemente protegerlos contra las molestias .

(Horovitz, 1998)



Características de la empresa que generan la lealtad de nuestro cliente externo



La lealtad del cliente es la clave para que su negocio pueda crecer y obtener beneficios, los clientes leales a la empresa generan un mayor flujo de ingresos ya que compran el producto de forma constante.

Estrategias que generan la lealtad de los clientes



El *marketing* para la satisfacción del cliente externo

Cuando una empresa quiere mejorar la satisfacción del cliente debe ser capaz de identificar claramente cuáles son los atributos que comunican valor al cliente externo.

Para poder identificar estos atributos, es necesario medir cuáles son las expectativas que tienen, cuáles son las percepciones de desempeño y sobre todo cuál es la importancia de cada uno de los componentes del valor, es decir, el producto, el servicio y el precio, (Lamb, 1998).



El *marketing* para la satisfacción del cliente externo

Una estrategia de *marketing* tiene que ver con la planificación de un programa de ventas orientado al cliente tomando en cuenta qué se debe vender, a qué precio y sobre todo cuáles son los objetivos y las preguntas diseñadas de acuerdo con las técnicas de comercialización aplicables.



Aspectos que debe atender al *marketing*

Necesidades, deseos
y demandas

Productos, servicios
y experiencias

Valor, satisfacción y
calidad

Intercambio,
transacciones y
relaciones

Mercados

Créditos

- Experto de contenido: Berenice Aguilar Ibarra
- Diseñadora instruccional: Alejandra Laura Govea Garza
- Diseñadora gráfica: María Enriqueta López Galván
- Programador: Hugo Arnulfo Aguilar Bugarin
- Administradora del proyecto: Enna A. Espinosa Sastré
- Coordinadora: Adriana M. González González
- Dirección del proyecto: Laura A. Serrano Corral

Dirección de Innovación
Vicerrectoría de Formación Ejecutiva y Adultos
Tecmilenio Online
Universidad Tecmilenio

La obra presentada es propiedad de ENSEÑANZA E INVESTIGACION 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.