

Tema 3. Habilidades relacionadas a la orientación del cliente

Introducción

Una adecuada **orientación al cliente** consiste en el deseo de satisfacer a los usuarios con el compromiso personal para **cumplir con sus expectativas**. Implica preocuparse por **comprender lo que el cliente necesita** y dar solución a su requerimiento así como realizar esfuerzos extras con la finalidad de superar sus expectativas; esto se logra con habilidades como saber comunicarnos, saber escuchar, ponernos en su lugar, teniendo una actitud proactiva, entre otros.

Reflexionemos en el siguiente **caso**: imagina cómo se sentiría un cliente si se le dijera: “no tengo el reporte hoy, mañana lo hago en la tarde” y el usuario ocupa ese reporte para el día pactado; de seguro el cliente sentiría frustración y enojo y no entendería ninguna razón que se le pudiera dar. Pero en cambio si se le dice al cliente lo siguiente: “mañana va a tener el reporte que necesita, le estoy haciendo algunas modificaciones”. El cliente comprenderá que se le está diciendo un **no**, pero lo tomará con calma y aceptará el retraso.

Este es un ejemplo claro de cuando un proveedor tiene habilidad en el trato al cliente y cuando no la tiene. Para que el usuario quede satisfecho, necesitamos valernos de habilidades que nos ayuden a brindar un buen trato a éste. En esta sección se aprenderán distintas habilidades que nos van a ayudar a poder comunicarnos mejor con el cliente para darle una mejor orientación.



Subtema 1. Herramientas de la comunicación que favorecen la satisfacción del cliente



La comunicación es la competencia más preciada del ser humano. De acuerdo con Miguel Ángel Cornejo (citado por Ortiz, 2013), “un líder es 50% lo que piensa y 50% cómo lo expresa”. Se puede ser un excelente proveedor y brindar un producto de calidad, pero si nuestras ideas no se expresan de manera efectiva, si no podemos persuadir o convencer a los demás, estaremos perdidos.

Para establecer una relación entre el cliente y el proveedor, la cual es necesaria para ejercer influencia sobre el usuario, es indispensable una utilización adecuada del lenguaje verbal y no verbal, hay que saber

comunicar lo que queremos decir, pero hay que transmitir ese mensaje.

De acuerdo con Ortiz (2013), para ser efectivos en nuestra comunicación interpersonal debemos imprimir emociones, porque no hay nada que entusiasme más que el entusiasmo, nada que motive más que la motivación, nada que entristezca más que la tristeza. La comunicación efectiva es esencial para lograr la credibilidad en el cliente, para que nos entienda, confíe en nosotros y por ende salga satisfecho con nuestro servicio.

Tan importante es saber hablar como saber escuchar. El escuchar permite conocer mejor a nuestro cliente, saber sus necesidades y expectativas.

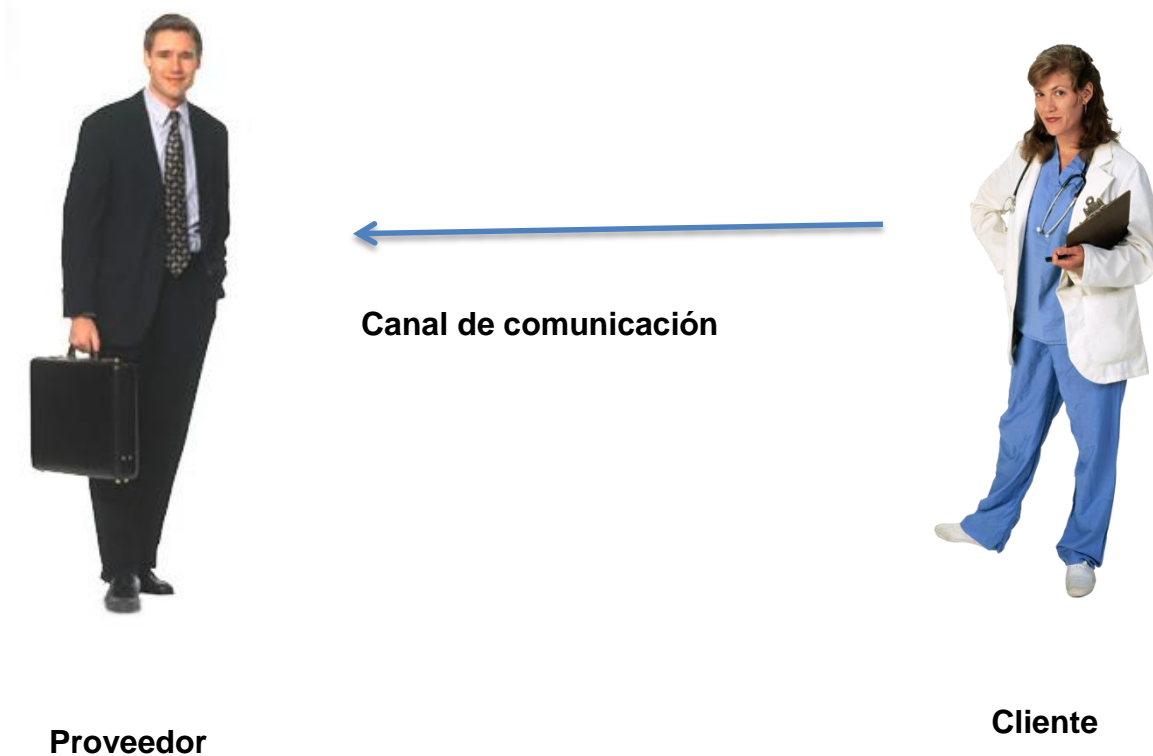
“Se necesita coraje para pararse y hablar, pero mucho más coraje para sentarse y escuchar”.

Winston Churchill

Goleman (2012), considera el escuchar como la primera de las habilidades que potencializa el manejo de las relaciones, lo que hace comprender a los demás, en lo que se incluye sentimientos y maneras diferentes de ver las cosas e interesarse por sus preocupaciones. Esto es esencial para el trato con el cliente. Gráficamente podemos visualizar la comunicación efectiva de la siguiente manera:

**Escucha
atentamente**

Emisión de mensaje



Tips para lograr una comunicación efectiva:

1. Escucha mirando a la persona que te está hablando
2. Haz preguntas para mostrar interés y así captar interés
3. Evita interrumpir
4. Evita cambiar el tema
5. Mostrar empatía por la persona que habla
6. Evita dominar la conversación, permitir la diversidad de opiniones
7. Responde de manera verbal y no verbal
8. Comunica tus emociones y opiniones

Sin duda la comunicación es un aspecto fundamental en la relación cliente – proveedor y ésta debe ser clara, objetiva y efectiva para que el empleado pueda entender las necesidades del usuario y así poderle brindar lo que necesita.

Beneficios de una comunicación efectiva entre el proveedor y el cliente

La orientación al cliente se basa en los resultados.

El éxito depende de un vínculo en el que se fomente la participación de los clientes y proveedores para que traiga como consecuencia el cumplimiento de las metas de la empresa.

Relación de asociación entre proveedor y cliente.

Va a generar la confianza y la integración adecuada, generando las mejoras y valor agregado a usuarios y proveedores.

Mejora continua e innovación.

Mediante una comunicación efectiva se fomenta un aprendizaje continuo del proveedor basado en el conocimiento de las necesidades del cliente, las cuales son expresadas por el usuario.

Subtema 2. Desarrollo de una actitud proactiva y empática

Para introducir el tema revisemos el siguiente **ejemplo**: Juan Carlos se desempeña como operario en una fábrica donde se produce tubería para el drenaje. Él es empleado con una formación empírica porque tuvo que abandonar sus estudios universitarios. A pesar de que su trabajo de operario le resultó atractivo en un principio considera que ya es momento de ascender a una plaza vacante de supervisor pues, de acuerdo con su opinión, tiene ya una amplia experiencia en el área. Juan Carlos es reconocido por sus superiores y le destacan las siguientes capacidades:



- Organiza el trabajo de sus compañeros.
- Usa el lenguaje como instrumento de comunicación e interacción.
- Reconoce términos técnicos del material que utiliza.
- Tiene iniciativa.

Sin embargo, Juan Carlos no ha demostrado una organización física en su lugar de trabajo; es decir, deja el material tirado y no guarda sus herramientas, no ha hecho ningún intento por retomar sus estudios universitarios y en ocasiones, a pesar de ser muy concreto en la comunicación con su equipo de trabajo, tiene poca capacidad de dominio de sus emociones y se enoja cuando comete un error culpando a los demás, lo cual le ha traído dificultades con sus compañeros de

trabajo. Al ser evaluado por el equipo directivo de la empresa se decidió no darle el ascenso a Juan Carlos ¿A qué crees que se deba?

La **actitud** que se desempeñe en nuestro entorno laboral y personal **es de vital importancia para el logro de las metas**. Se necesita actitud para resolver, convencer, sentir y hacer. Se dice que el éxito depende de un mínimo porcentaje de nuestras capacidades intelectuales y un mayor porcentaje a nuestras aptitudes emocionales, a nuestra actitud. Hay personas que tienen un alto coeficiente intelectual y terminan trabajando para otras que tienen un CI más bajo, esto se debe al manejo de las emociones, al saber comprender a las personas con las que tratamos.

Como hemos dicho a lo largo del curso, para satisfacer a un cliente tiene mucho que ver el producto que estamos ofreciendo, pero tiene más que ver el trato que le damos y esto no depende que tengamos un alto o bajo coeficiente intelectual. Para lograr esto tenemos que enfocarnos en la actitud proactiva y empática.

Actitud proactiva y actitud empática

Actitud proactiva

De acuerdo con Covey (2011), una actitud proactiva es no culpar a los demás por lo que nos pasa, es tomar iniciativa para hacer que las cosas sucedan y creer que se tiene el poder de tomar decisiones positivas que pueden cambiar las circunstancias negativas existentes.

Las personas que en su trabajo desarrollan una actitud proactiva tienen las siguientes características:

- Tienen confianza
- Asumen retos
- Son creativos y generan nuevas ideas
- Se comunican de manera asertiva
- Conocen sus fortalezas y sus debilidades
- Son persistentes
- Enfrentan de manera positiva las dificultades

Actitud empática

Otra característica para tener una buena relación con el cliente es tener una **actitud empática**. Lo mejor que podemos hacer es ponernos en los zapatos del usuario, hacer por ellos lo que éstos harían para sí mismo.

La comunicación de doble vía es indispensable para llegar a ofrecer un servicio de alta calidad. Si pretendemos darnos una oportunidad para alcanzar la satisfacción de los clientes debemos saber lo que éste piensa, (Tschohl, 2008). De acuerdo con el mismo autor, la empatía es estar conscientes de reconocer, comprender y apreciar a los demás, identificar sus emociones y lo que quieren transmitir.

La **empatía es una habilidad de la comunicación efectiva**, fomenta una relación de comprensión entre dos personas, es fundamental para comprender el mensaje del otro estableciendo una conversación. La empatía es el rasgo característico de las relaciones interpersonales exitosas.

Si se logran potencializar estas dos actitudes con nuestros clientes, se superarían sus expectativas.

Subtema 3. Estrategias para mejorar el servicio al cliente

Decía la Madre Teresa de Calcuta que “el que no vive para servir, no sirve para vivir”. Esta manera de pensar es fundamental para brindar un producto integral al usuario.

Una persona entra a un negocio y dice: “quiero una podadora”. El empleado puede hacer dos cosas con la petición. Buscar en toda la tienda la podadora y vendérsela o preguntar: “¿para qué necesita la podadora?” Con esta pregunta se abren múltiples posibilidades, ya que el usuario comienza a explicar que necesita cortar el zacate, lo cual hace que el empleado le pueda dar otras alternativas para cortar el zacate, éstas pueden ser más óptimas y así se superan las expectativas del cliente.

Esto es brindar un servicio de calidad, enfocado en identificar las necesidades del cliente, enfocado en el interés que el empleado tiene en servir al usuario y así lograr un resultado de ganar-ganar.



Es importante tomar en cuenta que para lograr un servicio integral se deben de seguir los siguientes pasos:

Pasos para para lograr un servicio integral

1. Entender al mercado objetivo

En este paso es importante considerar las características físicas del mercado meta como conocer su demografía, sus características psicográficas y sociales.

2. Escuchar al cliente

Es saber interpretar y entender lo que el usuario necesita, es enfocarnos en lo que el usuario pide estableciendo recursos o instrumentos que ayuden a la empresa a tener un amplio canal de comunicación entre el proveedor y el cliente.

3. Responder rápidamente las solicitudes del usuario

No hay nada más confortable para el cliente que su proveedor esté cuando él lo necesite. Es importante estar disponible para el usuario, dar agilidad a las respuestas de sus peticiones. Se puede establecer un margen de respuesta para que el cliente tenga la certeza que su petición va a ser atendida dentro de un periodo establecido de tiempo.

4. Responder correctamente a lo que nos pregunten

Es importante entrenar y capacitar a los empleados para que hablen el mismo idioma que sus clientes y así responda correctamente cada una de las preguntas, no dejar ningún cuestionamiento abierto.

5. Cumplir lo que se promete

Respetar lo acordado genera confianza y credibilidad hacia la empresa por parte del cliente.

6. Capacitación continua para actualización

La capacitación va de la mano con la innovación, hay que ofrecerle al cliente lo último, lo más actual y con esto los usuarios verán que su proveedor es el más actualizado y el que más conoce del área. Los aspectos a capacitar dependen de las áreas de oportunidad de los empleados y de las tendencias del mercado que se presenten en la actualidad.

Debido a que el personal es el activo más importante de la organización, éste va a valer más por la manera en da el servicio, ya que un servicio de calidad podrá garantizar un posicionamiento efectivo y perdurable en el mercado. Hay que establecer una relación permanente y no eventual, lo que hará que la empresa se posicione mejor en el medio en que se desenvuelva.

La satisfacción del cliente está en nuestras manos y es nuestra responsabilidad de ofrecer un producto o material de calidad, así como también estrechar lazos con nuestro cliente, de no fomentar una relación fría, sino todo lo contrario, lograr

un vínculo cordial y respetuoso. El servicio se hace presente en todas las actividades que desarrolla el ser humano, desde el hogar hasta la más grande empresa. Cada organización tiene un propósito de ser dentro de su trabajo diario, el cual marca la forma de dirección de trabajo de una empresa.

La actitud es un gran factor para el logro de la meta que tenga la empresa, para atraer clientes y mantener los existentes es importante tener iniciativa, responsabilizarnos de nuestras acciones y ponernos en el lugar del cliente. La habilidad que se tenga para ser empáticos y proactivos es un reto que se tiene que perfeccionar día con día, es algo que se practica y predica con el ejemplo, para poderlo contagiar en las personas con los otros miembros de la organización.

“Las tres cuartas partes de las miserias y malos entendidos en el mundo se terminarían si las personas se pusieran en los zapatos de sus adversarios y entendieran su punto de vista”.

Mahatma Gandhi

¡Quiero más!

- Para conocer mejor acerca de las **habilidades** que tenemos que tener **para estrechar la relación con nuestro cliente** te invitamos a leer el siguiente artículo: Lira, M. (2009). *¿Cómo puedo mejorar el servicio al cliente? Técnicas para perfeccionar la actitud en el servicio a clientes* en/ http://comunidadilgo.org/contenido/portal/portaldoc453_3.pdf?b279539a5b63be7c77e3eff144db1a45
- Para reflexionar sobre la relación que tiene la empatía como habilidad en la orientación al cliente te recomendamos ver el video titulado: **Empatía, comprender mejor a los demás** en/ http://www.youtube.com/watch?v=bFv5xRo_vh0
- El servicio al cliente es la clave del éxito de la empresa te invitamos a ver el siguiente video titulado: **Vendedor de Hamburguesas – Buena atención de clientes**, en el que podrás ver un caso de lo que siente el usuario cuando se le presta un servicio de calidad en/ <http://www.youtube.com/watch?v=QmduejpGYzU>

Mi Reflexión

Te invitamos a realizar el siguiente ejercicio, en el cual podrás ver si tienes una actitud proactiva en tu vida personal: puedes tener acceso en la siguiente liga: [http://www.createst.com/hacertests-83112-Test de Proactividad.php](http://www.createst.com/hacertests-83112-Test%20de%20Proactividad.php)

Una vez que hayas obtenido el resultado, reflexiona a partir de esta pregunta
¿Tengo una actitud proactiva?

Bibliografía

Covey, S. (2011). *Los siete hábitos de la gente altamente efectiva*. España: Paidós-Ibérica.

Goleman, D. (2012). *Inteligencia Emocional*. México: Editorial Kairós.

Ortiz, J. (2013). *Lenguaje no verbal y comunicación efectiva*. SNC, Portal Informativo ITESM. Recuperado el 10 de octubre de:
[http://www.itesm.mx/wps/wcm/connect/snc/portal+informativo/opinion+y+ analisis/firmas/dr.+jose+luis+ortiz+rosales/op\(17jun13\)jose Luisortiz](http://www.itesm.mx/wps/wcm/connect/snc/portal+informativo/opinion+y+ analisis/firmas/dr.+jose+luis+ortiz+rosales/op(17jun13)jose Luisortiz)

Sin Autor. Caso Práctico: *Implantación de la Gestión Estratégica del Desempeño en un Empresa Multinacional*. Recuperado el 10 de octubre de:
https://www.haygroup.com/downloads/es/misc/caso_practico.pdf

Tschohl, J. (2008). *Servicio al cliente: El arma secreta de la empresa que alcanza la excelencia*. México: Editorial Pax.

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.