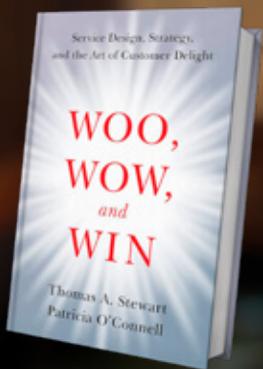


# CINCO PRINCIPIOS DE UN SERVICIO DE CALIDAD

Estrategias y consejos para mejorar la experiencia del cliente



Contenido inspirado en el libro en inglés  
**“Woo, Wow, and Win” (Corteja, Encanta y Gana)**  
de **Thomas A. Stewart y Patricia O’Connell**



 **EXTRACTOS**  
[www.extractodelibro.com](http://www.extractodelibro.com)

EXTRACTOS es un esfuerzo educativo para estimular el desarrollo personal. Extraemos la esencia útil de libros en inglés y escribimos en español un extracto de aplicación práctica

La mayoría de empresas que ofrecen productos o servicios aspiran a que sean de la más alta calidad. Pero la calidad es subjetiva. Depende de las necesidades individuales de cada cliente, de su percepción y su experiencia

Por eso, primero hay que identificar quiénes son los clientes correctos y luego conocerlos mejor. Es después de comprender al cliente correcto que debemos cortejarlo y encantarlo

Thomas A. Stewart goza de un gran prestigio debido a su trayectoria y experiencia en el ámbito financiero, especialmente como director ejecutivo del National Center for the Middle Market en Estados Unidos.

Por otra parte, Patricia O'Connell es la presidenta de Aerten Consulting en Estados Unidos, una firma consultora que ha asesorado a cientos de empresas en el diseño de estrategias para mejorar su rendimiento a través de una comunicación eficiente

Stewart y O'Connell han combinado sus conocimientos para reunir una serie de principios y consejos útiles para toda persona que desea ofrecer un servicio que supere las expectativas del cliente

En su libro “Corteja, Encanta y Gana” los autores argumentan que todo servicio debe diseñarse con precisión alrededor de lo que conocemos del cliente o potencial cliente. Para dicho diseño, ofrecen 5 principios

## PRINCIPIOS PARA DISEÑAR TU SERVICIO

1

El cliente correcto tiene la razón

2

Deleita al cliente sin sorprenderlo

3

Simplifica y hazlo muy práctico

4

Guarda la consistencia del servicio

5

Sigue mejorando, creando e innovando

A continuación se explica cada uno de ellos y se detallan consejos prácticos



### PRINCIPIO #1: EL CLIENTE CORRECTO TIENE LA RAZÓN

Es común escuchar que “el cliente siempre tiene la razón”. Pero no debemos darle la razón a todos. Hay clientes que no son para tu negocio y no debes permitir que te alejen de los clientes ideales. Hay que darle la razón sólo al cliente correcto

Considera estos argumentos para diseñar mejor tu servicio



No todos los clientes son iguales, algunos te convienen más

Debemos aprender a ser más selectivos y atraer al cliente correcto

En la mayoría de casos, es imposible adaptarse al gusto de todos

Si un cliente se siente inconforme, quizás no sea tu tipo de cliente

Cuídate de desperdiciar recursos en clientes que no te convienen

Busca al cliente ideal, pues tiene altas probabilidades de gastar más

### IDENTIFICA AL CLIENTE CORRECTO

Tu primer objetivo es saber qué tipo de cliente se adapta mejor a tu servicio, a sabiendas que te conviene más. Busca estas características:

Que estén alineados con lo que ofreces (no hacen falta grandes cambios)

Ya tienes lo que andan buscando, te ajustas fácilmente a sus necesidades

Además de ser fieles, gastan bastante sin necesidad de ser recurrentes

Comparten un punto en común que, de ser satisfecho, influencia a otros

## TIPOS DE CLIENTES

Comprende mejor a los posibles clientes para saber escoger y prepararte:



### El mariposa

No son tan exigentes, pero son indecisos y volátiles. Es difícil entender lo que buscan. No es recomendable invertir en ellos



### El cazador

Andan en busca de ofertas. Tienen expectativas muy altas, pero gastan poco. No son leales. No es recomendable invertir en ellos



### El francotirador

Desean algo muy puntual. Es posible analizarlos para que compren más. Son fieles. Puedes transformarlos en mejores clientes



### El aspirante

Desean comprar, pero no pueden hacerlo regularmente. Son fieles y llegarán cuando puedan. Enfócate en ellos para fidelizarlos

## PRINCIPIO #2: DELEITA AL CLIENTE SIN SORPRENDERLO

Sorprender a tus clientes no siempre es una buena idea. No todos quieren sorpresas, muchos quieren saber a qué atenerse. Es más seguro explicarles detenidamente

Ofrece un servicio claro y cumple lo que prometes. Tus clientes acuden a ti buscando algo específico. Muchas veces, dar más de lo ofrecido los sorprende y además los confunde. Sorprender no siempre tiene una reacción positiva

Recuerda que es difícil lidiar con algo desconocido; intenta que perciban tu servicio como algo claro, estable y predecible en sus vidas

## 4 CONSEJOS PARA DELEITAR

Es posible deleitar al cliente dándole exactamente lo que espera. Estudia a tus clientes y aprende cómo mejorar tu servicio y su experiencia:

1

Busca comprender qué buscan y qué sienten respecto a tu servicio

2

Habla de tu producto con personas comunes y mide si te entienden fácilmente

3

No intentes obligarlos a hacer cosas que raramente hacen

4

Repite experiencias memorables, cada vez como si fuera la primera vez



## PRINCIPIO #3: SIMPLIFICA Y HAZLO MUY PRÁCTICO

La simplicidad es por lo general un buen camino hacia la excelencia. Mientras más simple sea un sistema, menos probable es que falle. No es necesario que seamos "superhéroes" o rompamos las reglas para dar un excelente servicio

La excelencia surge a partir de un buen diseño y una buena planificación, donde cada punto está detallado y es fácil de entender. Esto se traduce en un servicio claro y directo, una interfaz sencilla y una cadena de mando eficiente

## 3 FORMAS DE SIMPLIFICAR

La simplicidad y la practicidad son por lo general excelentes aliados en la experiencia del cliente. Crea un sistema que sea fácil de entender y práctico de aplicar:



Reduce los pasos de la experiencia  
Es molesto tener que hablar con varias personas. Elimina pasos innecesarios y reduce tiempos para que el proceso sea más ágil

Programa procesos en paralelo  
Si hay un proceso que consume mucho tiempo, hazlo de primero y realiza paralelamente otros mientras sucede lo más tedioso

Anticipate, elimina y estandariza  
Anticipa la experiencia y diseña plantillas que se adapten a la mayoría de las situaciones; evita la redundancia y elimina procesos innecesarios

## FRASES DE STEWART Y O'CONNELL

“ Todo diseño de la experiencia del cliente necesita un poco de flexibilidad, ya que cada cliente es diferente ”

“ La excelencia es un objetivo dinámico, debes moverte junto a ella para atraparla o serás superado por tu competencia ”

“ Un gran servicio no requiere de esfuerzos heroicos. Es el resultado de una buena planificación, eficiencia y simplicidad en la ejecución ”

“ El servicio es una experiencia, y la experiencia del cliente toma un trayecto, una ruta, y esa ruta hay que diseñarla y planificarla ”



## PRINCIPIO #4: GUARDA CONSISTENCIA EN EL SERVICIO

Un servicio de calidad se percibe o siente en cada una de sus expresiones o puntos de contacto. Asegura que cada detalle represente tus valores y objetivos

La simetría y consistencia es valorada por la gran mayoría de clientes. La mínima desviación o inconsistencia es fácilmente perceptible y esto afecta la experiencia

Ajusta y pule todos los componentes de la experiencia del cliente y asegura que la ejecución sea igual cada vez que se presta el servicio. Esto implica no dejar cabos sueltos o espacios de discrecionalidad que puedan alterar la consistencia

## 3 FORMAS DE CONSOLIDAR LA EXPERIENCIA

Invierte en crear una imagen unificada en tu servicio, empresa y medios de contacto, tanto en la comunicación como en la ejecución del servicio:

### 1 Sintonía

Sin importar el medio de contactar con tu servicio (propio o de terceros), el cliente debe sentir que es tratado de la misma manera

### 2 Integración

Todos tus servicios deben estar conectados a la misma base de datos. Así reduces repetir preguntas y agilizas el proceso

### 3 Consistencia

Cada paso debe ser simple, eficiente y agradable, sin que varíe la calidad. Esto tiene que ver con ejecución y comunicación

## PRINCIPIO #5: SIGUE MEJORANDO, CREANDO E INNOVANDO

Si deseas mantener la calidad de tu producto o servicio, actualízalo constantemente para que se adapte a la realidad y mejore de acuerdo a la tecnología disponible

Continúa estudiando el mercado y las tecnologías disponibles para integrarlas eficientemente en tu sistema y mejorarlo continuamente

Sin embargo, las mejoras en procesos, en valor, en eficiencia o en tecnología, deben estar fundamentadas en la experiencia total que el cliente percibe al interactuar con cualquier persona de la organización. Y eso requiere trabajar en la cultura

## MEJORA LA CULTURA DE SERVICIO



Tu servicio va más allá de lo que ofreces; debe estar alineado con la cultura de la compañía. Presta atención a estos puntos para lograr una buena alineación o coherencia entre la cultura de la organización y el estándar de servicio:

### Claridad

Es necesario que todos los empleados conozcan exactamente lo que el cliente puede esperar y lo qué no, del producto o servicio ofrecido

### Comprendión

Todos los empleados deben saber cuál es la propuesta de valor y cuáles son los pasos para brindar un buen servicio según lo ofrecido

### Liderazgo

Debe asegurarse que los líderes en todos los niveles cumplan sus funciones y promuevan un ambiente de unidad, eficiencia y bienestar

### Transparencia

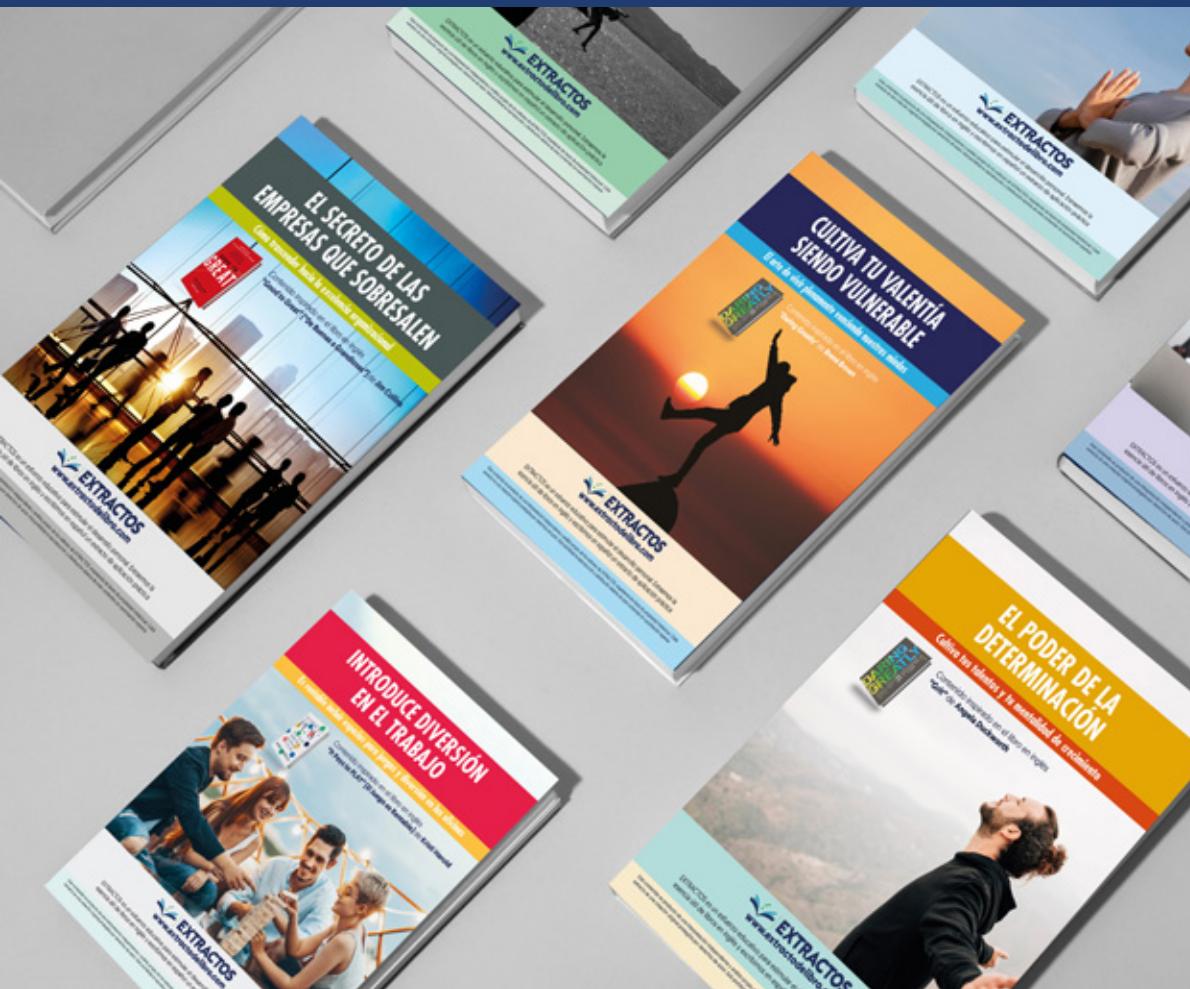
Si existe un problema o situaciones imprevistas que impiden cumplir las promesas del servicio, todos los empleados deben estar enterados

### Relaciones

Deben procurarse relaciones positivas con el equipo y entre sus miembros, pues la calidad de las relaciones son percibidas por los clientes

# APRENDE MÁS LEYENDO MENOS

Un extracto es la forma más conveniente de aprender. Son resúmenes ilustrados de excelentes libros en 5 categorías: familia, salud, trabajo, mente y superación



Con una suscripción empresarial coloca a disposición de sus colaboradores una biblioteca privada de extractos

[www.extractodelibros.com](http://www.extractodelibros.com)