



¿Problemas con las política de devolución? Sigue estos consejos

Una buena relación empresa y cliente puede lograrse a través de políticas de devolución claras y convenientes para ambas partes.

Ciudad de México a 31 de Agosto de 2016.- Si alguna vez regresaste un producto y te frustró que la empresa no cumpliera con lo que prometió, bienvenido al club de los consumidores decepcionados. ¿Sabías que en 2016 se han presentado más de 56 mil quejas y denuncias sobre problemas de consumo¹ en la Procuraduría Federal del Consumidor (PROFECO)?

Pero existe un lado positivo: juntos, usuarios e industrias pueden crear políticas de devolución que funcionen mejor para ambos. **Zendesk**, la plataforma líder en atención al cliente, comparte algunos consejos:

● Políticas fáciles, consumidores felices

Desde cómo solicitar una devolución hasta el plazo que existe para hacerlo, la descripción debe ser clara. Si tienes un negocio, el secreto es anticipar las dudas que puedan tener tus clientes; como usuario, no dudes en alzar tu mano y decir a la firma: ¡no entiendo esto!

● Devolver los productos donde más convenga

Con la llegada del comercio electrónico, se han abierto nuevas experiencias de compra. El problema es que, con tantas actividades, la gente no siempre está en casa o en su oficina para devolver la mercancía.

Si cuentas con tiendas físicas, ganas un *plus* ofreciendo la devolución en cualquiera de tus establecimientos o por paquetería. Por otro lado, si decides adquirir algo por internet y tu marca favorita no se adapta a tus horarios, escríbele al buzón de sugerencias.

● Importes claros, relaciones largas

Algunos devuelven el importe íntegro, en ocasiones cambian el producto por otro igual o similar y, a veces, te ofrecen descuentos. Si vas a comprar algo, **Zendesk** recomienda investigar bien para no llevarte una sorpresa.

Atención negocio: si tu público reclama continuamente una de estas cláusulas, es hora de cambiar tu política de retorno y revisar lo que está pasando con determinado producto, pregúntate: ¿por qué quieren su dinero a cambio?

¹ Procuraduría Federal del Consumidor. *Datos abiertos de la Subprocuraduría de Servicios; Quejas ingresadas en 2016.* Rescatado de: <http://datos.profeco.gob.mx/>



● Medios que permitan la comunicación en doble vía

Ya sea un centro de atención, *chat* en vivo, *e-mail* o a través de redes sociales, tener opciones para comunicarse facilita nuestra vida.

Si tu público quiere entrar a tu página *web* o desea escribirte en Twitter, ofrécele alternativas para buscarte. Del lado opuesto, busca la ayuda de la compañía antes de interponer una queja formal, ya que probablemente la solución siempre estuvo frente a tus ojos de manera muy clara.

● Congruencia entre departamentos

A nadie le gusta que le digan una cosa en el centro de atención telefónica y otra en el correo electrónico, ¿verdad? Empresa: es muy importante que todos los departamentos estén en sintonía. Como usuario, solo recuerda tener bien identificadas tus dudas y documentos de soporte como folio de compra, etc. para recibir la mejor atención posible.

● Todas las opiniones cuentan

Como usuario, tu opinión es indispensable para mejorar el servicio de las organizaciones.

Pero el cambio también se da internamente con acciones sencillas, como preguntar a los trabajadores qué opinan sobre la compañía y qué cambiarían. Una o dos preguntas rápidas podrían ayudar a descubrir problemas y evitarlos en un futuro.

Como empresa, tu objetivo es dar la mayor información posible para que la audiencia confíe en ti; esto le ahorrará recurrir constantemente al servicio de atención y reconocerá tu esfuerzo. Si eres consumidor, ten en cuenta que las industrias reciben cientos o miles de devoluciones a diario: analiza qué sugerencias puedes dar para agilizar este proceso.

Si quieres más *tips* o tienes dudas sobre cómo construir mejores relaciones cliente - empresa, te recomendamos seguir el [blog de Zendesk](#).

###

Acerca de Zendesk

Zendesk ofrece un plataforma de servicio al cliente diseñada para acercar a las organizaciones con sus clientes. Con más de 69,000 clientes de pago, los productos de **Zendesk** son utilizados por organizaciones en 150 países y territorios en más de 40 idiomas. Fundada en 2007 y con sede en San Francisco, **Zendesk**



opera en los Estados Unidos de Norteamérica, Europa, Asia, Australia y Sudamérica. Para saber más, visite www.zendesk.com.mx