



### **3 Infalibles estrategias para mejorar el servicio al cliente**

En un mercado lleno de competidores que luchan día tras día por ganarse el gusto y elección de los consumidores, las empresas han decidido recurrir a diversas estrategias para mantenerse en la mente de los usuarios. Algunas realizan promociones y brindan premios por lealtad; otras remiten a través de boletines y correos electrónicos las actualizaciones de sus productos; sin embargo, la clave para atraer y mantener a los clientes con nuestros productos radica en la experiencia del servicio al cliente.

El comportamiento de los usuarios evoluciona constantemente. Los clientes que antes acudían a ventanillas o esperaban horas al teléfono para que fuera atendidos ya están casi extintos. Los usuarios de hoy en día van de un lado a otro con un smartphone en la mano a través del cual reservan, compran, alertan y exigen. Además de esta “inmediatez” que brinda la era digital, los usuarios se comunican tanto con sus amigos y familiares, como con las empresas, a través de diferentes plataformas.

[Zendesk](#), la desarrolladora de software para una mejor relación con los clientes, menciona cuáles son las estrategias para mejorar la experiencia del servicio al cliente:

#### **Adaptarse al cambio**

Con la tecnología móvil se pueden hacer más que llamadas telefónicas o mandar mensajes de texto. Los clientes rara vez se separan de su smartphone y están convirtiendo el uso de estos dispositivos como un esencial para la resolución de problemas de soporte. El mercado de Apps tiene un valor de miles de millones de dólares ya que ha cambiado a una manera muy fácil para establecer una relación entre las empresas y los usuarios finales.

Es por esto que las empresas necesitan adaptarse al cambio. Crear vías de interacción a través de los medios en los que se comunican los usuarios: chat de Facebook, mensajes directos en Twitter, mensajes en Whatsapp e Instagram, chat en línea en el portal de internet de la empresa, mensajes de texto tradicionales, llamadas telefónicas, ventanillas tradicionales. Todos los canales posibles brindando el mismo tipo de experiencia y que tengan los usuarios la posibilidad de cambiarse de uno a otro sin perder el hilo de su conversación. Lo que se conoce como omnicanalidad.

#### **Ser empáticos**

La mejor estrategia que puede existir para las empresas es tener un buen servicio al cliente. ¿Cómo lograrlo? Generando empatía. Si nos ponemos en el lugar de las personas que reciben un servicio y medimos tanto la forma como el fondo de la atención que brindamos, sabremos que el servicio que hemos brindado es una buena o mala experiencia.

El buen o mal servicio al cliente es intangible ya que se genera una sensación en el usuario. Esta percepción sólo puede ser medible si éste permanece o no con nosotros. La gran ventaja que tenemos frente a esto es que también el servicio al cliente es inseparable a lo que ofrecemos, es decir que cada vez que se acerca un usuario o probable cliente, además de ofrecerle nuestro producto o servicio, tenemos la oportunidad de brindarle un servicio de calidad, mismo que le genere una experiencia satisfactoria y que fortalezca la fidelidad a la marca o empresa. Cualquier cosa que hagamos a nivel de servicio, es irreplicable; existe un momento único. Hay una sola oportunidad para generar una primera buena impresión.



## **Sea diferente a los demás**

Teniendo claro que existe un mar de empresas que ofrecen similares servicios y productos a la población y realizan campañas o atienden a sus clientes de formas muy similares entre sí, entonces existe la gran oportunidad de innovar y crear mejores prácticas para ir más allá de sólo generar ventas y cultivar la lealtad del cliente hacia la empresa.

Empresas como **Zendesk** acercan y facilitan la tecnología a diversos negocios para que éstos puedan ser más fiables, flexibles y aptos para el crecimiento. Implementar tecnología en el servicio al cliente permite mejorar la comunicación e interpretar lógicamente grandes cantidades de datos. Pero sobre todo, funciona en conjunto para ayudar a convertir las interacciones en relaciones duraderas. Esto lo hará diferente a los demás: más rápido, más seguro y más confiable.

Incluso permite obtener análisis sobre la forma en que los usuarios consumen productos y servicios, personalizar informes y conocer a fondo las métricas importantes: en qué situación se encuentran los clientes y qué efecto tiene esa situación sobre el negocio.

La mejor estrategia que pueden implementar las empresas para mejorar los negocios es buscar la completa satisfacción de sus clientes: atraerlos y retenerlos en un entorno ultra competitivo es una hazaña difícil de lograr.

Muchas empresas que ignoran la importancia de proporcionar una experiencia perfecta y eficaz al cliente pueden terminar perdiendo con rivales que entienden que el cliente es quien define un buen servicio. Los consumidores han demostrado una y otra vez que sin dudar irán con la competencia si están insatisfechos, y además, compartirán sus experiencias negativas con otros clientes. En última instancia, cuando las empresas se centran en ofrecer una experiencia satisfactoria al cliente, generan ingresos mientras que las que se enfocan exclusivamente en generar riqueza, por lo general están condenadas al fracaso.

###

## **Acerca de Zendesk**

Zendesk es la desarrolladora de software para una mejor relación con los clientes. Empodera a las empresas a mejorar el engagement con sus clientes y entenderlos. Con más de 101,000 cuentas pagadas de los clientes, los productos de Zendesk son utilizados por organizaciones en 160 países y territorios. 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](http://www.zendesk.com.mx)