Clientes empoderados, empresas exitosas

Por Alex Barrera, vicepresidente de Zendesk para América Latina

Las estrategias comerciales, aunque no lo parezcan, son sencillas: si quieres incrementar tus ventas y fidelizar una mayor cantidad de clientes con tu marca, debes tratarlos bien y entender lo que buscan de tu empresa.

Las relaciones con los consumidores han tomado fuerza gracias a la interconectividad de las plataformas de comunicación, pues éstas ayudan no sólo a determinar qué es lo que buscan, sino las experiencias que quieren vivir mientras buscan un producto o servicio que se adecúe a sus necesidades.

De este modo, debemos identificar qué es lo que quieren los clientes más allá de productos o servicios de calidad a costos competitivos. La respuesta a esta interrogante engloba todo un universo de posibilidades: que los traten bien.

Sin embargo, es crucial no caer en el error de considerarlos un elemento más que incrementa tus ventas. Para empezar, piensa en ellos como un amigo al que debes ayudar con lo que ofrezcas, y si se enfrenta a algún contratiempo, solucionar su problema al ofrecer servicio al cliente de calidad.

Ahora, para lograr entablar una relación exitosa con los compradores, necesitas averiguar cuáles son sus necesidades más inmediatas y, posteriormente, analizar qué tipo de expectativas les quieres generar.

Esto lo podrás saber a través del servicio de atención al cliente por una simple razón: si solucionas un problema, estarás detectando una necesidad, y éstas se traducen en mejores respuestas y tiempos de atención. Recuerda que no basta detectar una falla en tu producto o servicio, sino ofrecer soluciones. Platica con tus clientes para saber cómo te perciben y qué clase de soluciones busca.

Sin lugar a duda, el servicio debe ser excepcional desde el momento en que un consumidor conoce tu marca, hasta que te contacta para resolver un problema. Entre mejor sea la experiencia, más clientes atraerás incrementando el *engagement*; empero, debes mantener los mismos estándares de calidad en cada interacción.

Esto se logra si te pones en los zapatos de los compradores. Piénsalo, todos somos clientes y, como tales, necesitamos de ciertos compromisos con las marcas para arriesgarnos a tomar una decisión sobre los artículos o servicios que ofrecen. En cuanto comprendas que para otras

empresas tú eres un cliente, podrás pensar y desarrollar soluciones que satisfagan necesidades reales.

Hoy, los clientes se encuentran más empoderados que nunca y esto, lejos de ser un inconveniente, representa una ventaja para las compañías sólo si logran entender que ellos son el centro de los negocios y, al mismo tiempo, son el puente que las dirigen hacia la evolución e innovación en todas las áreas que las conforman.

Al momento de crear tus planes y estrategias, considera el servicio al cliente como el pilar más importante, pues éste ayuda a construir ese enlace que transforma y mejora el rendimiento de las empresas.

###

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 87,000 clientes de pago, los productos de **Zendesk** son utilizados por organizaciones en 150 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

CONTACTO
Another Company
Violeta Salas
violeta@anothercompany.com.mx
+52 55 6392 1100 ext 2436