¿Qué es atención al cliente? Definición, elementos e importancia para las empresas en la actualidad

Concepto de servicio al cliente:

El servicio al cliente, conocido también como servicio de atención al cliente es una herramienta de marketing, que se encarga de establecer puntos de contacto con los clientes, a través de diferentes canales, para establecer relaciones con ellos, antes, durante y después de la venta.

Si revisamos un poco la historia, antes de la existencia del marketing como disciplina, encontramos que se hablaba de **las teorías de la administración** a través de diferentes autores. Estas teorías estuvieron marcadas por hitos históricos y económicos, que afectaron la oferta y la demanda, y modificaron el comportamiento del consumidor.

A partir del año 1950, aparece el llamado **modelo de administración moderna**, de la mano del autor Peter Drucker. Pero esto tampoco sucedió de forma espontánea, surgió motivado por dos factores percibidos como amenaza: la globalización y las tecnologías de la información.

Con dicho modelo, empiezan a tener relevancia los empleados y los clientes, inicia el conocido como enfoque de marketing. Peter Drucker afirmó "**El propósito de un negocio es crear y servir a un cliente**". Declarando así que las empresas existen para satisfacer las necesidades de los clientes y no al contrario.

"Lo que hagas, hazlo tan bien para que vuelvan y además traigan a sus amigos"- Walt Disney.

¿Por qué es importante el servicio al cliente?

"El servicio es una ventaja competitiva cada vez más importante para las empresas, tanto grandes como pequeñas, que facilitan los negocios y priorizan las necesidades de sus clientes".

Se plantea que es además, un enfoque bastante estratégico en términos comerciales, considerando que 7 de cada 10 consumidores estadounidenses están dispuestos a gastar más dinero para hacer negocios con una empresa que ofrece un excelente servicio.

Centrarse en el cliente es la principal estrategia para aumentar la competitividad y la rentabilidad, tras analizar los seis pilares de la experiencia del cliente.

Elementos del servicio al cliente:

1. **El cliente:**

Es indispensable para que pueda darse el servicio al cliente. No es un elemento sobre el cual la empresa tenga control directo desde el interior, pero al ser la razón de ser de este proceso, es importante que todo lo que se haga esté basado en el profundo conocimiento de sus necesidades y expectativas.

2. **El producto o servicio**

El elemento de servicio al cliente de producto o servicio, se refiere a las características del bien o servicio que ofrece la empresa a sus clientes. Por ejemplo, la calidad, el precio, las especificaciones técnicas, la cantidad, entre otras.

3. **Los procedimientos**

Este elemento se refiere a todo aquello que hace posible el acceso del cliente a los productos o servicios de la empresa.

Los procedimientos están asociados a los **canales de atención al cliente e interacción con la empresa**, medios de pago habilitados, disponibilidad y tiempos de respuesta.

4. **Las instalaciones**

Está conformado por todo aquello que tenga influencia en el espacio (físico o virtual) donde tiene lugar la prestación del servicio.

Por ejemplo, si hablamos de un punto de venta, este elemento incluye aspectos como las vías de acceso, la posibilidad para estacionar, la ubicación, la iluminación, la ventilación, la amplitud del lugar, la seguridad, la disposición de los productos, entre muchos otros aspectos que el marketing define como merchandising.

Cuando se trata de un espacio virtual, algunos aspectos a considerar son por ejemplo: la velocidad de carga del sitio web, la facilidad de búsqueda, la navegación intuitiva y la capacidad que tiene el sitio para resolver algunos problemas por sí solo, sin remitir a otro canal.

5. La tecnología

Son todas las herramientas tecnológicas que la empresa pone a disposición del cliente (cuando son para su uso) o en beneficio del cliente (cuando son para uso interno de los empleados pero generan beneficios para el cliente).

Los objetivos de dichas herramientas pueden ser: facilitar el acceso del cliente, minimizar el esfuerzo y agilizar la gestión de trámites.

6. La información y la comunicación

Hace referencia a la calidad de información que la empresa entrega a sus clientes. Comprende aspectos como la claridad, la cantidad, la veracidad, la oportunidad y los canales de comunicación que la empresa habilite.

7. El prestador del servicio

Hace referencia al empleado, pero no sólo al vendedor, sino también a todos los representantes de la empresa (empleados o subcontratados para actuar en su nombre) que tengan interacción con el cliente a través de cualquiera de los puntos de contacto.

Es importante que además de la amabilidad y el respeto, sean considerados aspectos como la responsabilidad, el cumplimiento y la efectividad. Cuando se trata de un contacto físico, también es clave la presentación personal, el aseo y en general, la apariencia agradable del personal.

TECNICAS DE ATENCION.

1. Técnicas de explicación:

Explicar es una parte crucial de cualquier prestación de servicios, La *estructura* aumenta la fluidez del proceso: esto significa que las personas conservan información que ha sido estructurada un 40% más precisa y fiablemente que la información no estructurada.

2. Técnicas de empatía

La empatía es la capacidad de entender o sentir lo que otra persona está experimentando. Mostrar empatía en atención al cliente es esencial porque muestra al cliente que te interesa. Saltar directamente a la parte de arreglar el problema puede hacerte parecer frío o antipático.

3. Técnicas de memorización de nombres

¿No odias cuando alguien olvida tu nombre? No es fácil recordar nombres, por supuesto, y a nosotros mismos se nos olvidan. Pero cuánto apreciamos cuando la gente recuerda el nuestro.

4. Técnicas de escucha

Uno de los puntos principales, *Cómo ganar amigos e influir sobre las personas,* es hacer sentir importante a los otros. Escuchar cuidadosamente es una de las herramientas más rápidas para lograrlo.

5. Técnicas de interrogación

Sin pensarlo, todos utilizamos regularmente una combinación de las siguientes técnicas de interrogación. Pero ser conscientes del efecto y la influencia de este tipo de preguntas te permitirá implementarlas con mayor propósito. A punta de preguntas puedes guiar una conversación — una habilidad crucial en el servicio al cliente.