El cliente como eje de la sostenibilidad empresarial

El cliente es tan importante para una compañía que se convierte en el centro de su estrategia de sostenibilidad. Pero, ¿qué significa sostenibilidad? Significa que una empresa pueda mantenerse y perdurar en el tiempo, garantizando su crecimiento, rentabilidad y permanencia en el mercado. Para lograrlo, resulta esencial atraer nuevos clientes y conservar a los existentes, ya que de ello depende directamente la continuidad de la organización.

Para ofrecer un tratamiento adecuado a los clientes, es necesario conocer quiénes son y entender los diferentes términos que los describen, como cliente, consumidor y usuario. Aunque estos conceptos son similares, varían según la relación que cada persona mantenga con la empresa y su comportamiento frente a los productos o servicios. De acuerdo con estas características, los clientes pueden clasificarse en distintas tipologías, y es fundamental que los agentes de servicio al cliente las reconozcan, para ajustar sus pautas de comportamiento y comunicación de acuerdo con el perfil de cada cliente, generando así interacciones positivas y efectivas.

Fines de la relación con los clientes

Toda empresa busca, a través de su gestión comercial y de servicio, alcanzar tres grandes fines:

- Tener clientes satisfechos, es decir, lograr que las personas se sientan contentas con los productos o servicios recibidos.
- Fomentar la lealtad, lo que significa que los clientes prefieran la marca o la empresa frente a cualquier otra.
- Convertir clientes en promotores, ya que un cliente satisfecho y leal tiende a recomendar la empresa a otras personas, generando nuevos clientes a través del voz a voz o los referidos.

Por estas razones, los agentes de atención al cliente deben contar con sólidos fundamentos técnicos que les permitan gestionar los procesos de forma integral y eficiente. Aunque la amabilidad es una cualidad esencial, el servicio al cliente va mucho más allá: implica conocimiento, empatía, gestión emocional y dominio de técnicas que garanticen una atención efectiva y respetuosa.

Inclusión y discapacidad en el servicio al cliente

Hoy en día, la inclusión es un tema transversal en todas las organizaciones, gobiernos e instituciones internacionales. La inclusión significa que todas las personas se sientan parte de algo, con igualdad de derechos y oportunidades, sin importar sus condiciones físicas, sociales o culturales. Sin embargo, aún existen situaciones que generan percepciones de exclusión.

Por ello, este componente formativo aborda diferentes tipos de inclusión familiar, social, laboral y empresarial y dedica un apartado especial al tema de la discapacidad.

Las personas en situación de discapacidad pueden encontrarse dentro o fuera de la organización: como colaboradores, compañeros de trabajo o clientes.

Por eso, es esencial que los agentes de servicio al cliente conozcan las pautas básicas de atención inclusiva, garantizando un trato digno, respetuoso y empático, que promueva modelos de atención accesibles y equitativos.

Seguridad y salud en el trabajo (SST)

La Seguridad y Salud en el Trabajo (SST) es otro tema clave dentro de la gestión empresarial.

Se trata de un cumplimiento normativo obligatorio, vigilado por las Administradoras de Riesgos Laborales (ARL), y su propósito es proteger la integridad física y mental de los trabajadores.

Para los agentes de servicio al cliente, este tema cobra especial relevancia, ya que su labor suele implicar largas jornadas en posiciones estáticas, ya sea sentados frente a un computador o de pie atendiendo al público. Estas condiciones pueden generar fatiga, estrés o lesiones posturales, por lo que resulta indispensable conocer y aplicar las pautas de ergonomía, pausas activas y autocuidado.