

Opinión

Atención al cliente / Tomás Salazar Rodríguez

Tomás Salazar Rodríguez
tsalazar@cableonda.net

¿Cómo se siente usted cuando llega a un local comercial y desea comprar un artículo con ciertas características definidas y le quieren vender otra cosa diferente? Pensé en un instante que no me sabía explicar o estaba hablando en otro idioma. Le digo a la joven que quiero un saco de talla 34 color negro, camisa blanca y una corbata para mi hijo que tiene que utilizarlo en la fiesta de graduación. La vendedora me sugiere que compre otro color de saco de la talla 36 y ellos se lo llevan al sastre que tiene el almacén para su ajuste, sin costo alguno. Ahí comprendí que estábamos hablando otro idioma. “El vendedor debe ponerse siempre en el lugar del cliente y ver su empresa con los ojos de este para descubrir qué falta y cómo le gustaría ser atendido. Teniendo esto en cuenta, el vendedor podrá atender mejor, pues la regla es sencilla: Para atender bien es preciso comprender lo que el cliente quiere o necesita” Marcos Cobra en Marketing de Servicios Estrategia: Para turismo, finanzas, salud y comunicación 2000.

Estoy seguro de que el dueño del establecimiento comercial no le enseña esta forma de hacer las ventas y de atender a los clientes. Sabemos que ellos tienen una meta que cumplir en sus ventas diarias, pero eso no es ético. Hay muchos casos que puedo mencionar cuando uno realiza compras en los establecimientos comerciales como: El otro día fui a comprar un par de zapatillas en la cual calzo 9 y lo único que tenían era el tamaño 10 1/2 y el vendedor me dice que eso se solucionaba comprando una plantilla. ¡Qué le parece! Para estos tiempos de Navidad tenemos que estar pendientes a estos detalles para no lamentarnos. Cabe la reflexión que el segundo domingo de Adviento es llamado El Adviento Comercial y señala: “Comenzó ya hace unas semanas y es visible en nuestras calles. Las gentes se apresuran en los comercios y compran. Se escucha música de Navidad y se ve a Santa Claus, una atracción para los niños pequeños y grandes. El Adviento parece un mercado anual. Un auténtico caos de productos”.

Debemos estar preparados en esta falsificación del Adviento en una sociedad de consumo, en la que debemos comprar lo necesario y de calidad. El dólar vale menos y los gastos están en incrementos para estos días y el nuevo año viene con incremento de la luz, la canasta básica, gasolina, la cuota del Seguro Social, agregándole el costo de la matrícula del año escolar 2008. Lo único que tenemos es el nuevo aumento de salario mínimo que no resolverá la situación.

La atención al cliente requiere de mucho tacto, capacitación, intuición de la real necesidad del cliente, olvidándose de los márgenes de ventas y ganancias porque eso viene solo. Dependerá mucho de la interrelación que se haga entre el vendedor y el cliente. Las publicaciones de propaganda con ofertas de precios bajos, de calidad y garantías engañosas afectan también al cliente y tiene efecto multiplicador;

porque los comentarios, se dan a conocer afectando la imagen e credibilidad de la empresa y a largo plazo la disminución de las ventas.

El doctor Philip Kotler 2001, describe tres herramientas que se deben tomar en cuenta en las empresas y que se deben manejar dichos conceptos a todos los niveles, tal es: "Las necesidades, que es las cosas básicas que la gente requiere de alimentación, aire, agua, ropa, etc. Los deseos son moldeados por la sociedad en que se vive y las exigencias que son deseos de productos específicos respaldados por la capacidad de pago".

Es importante exigir una buena atención al comprar un bien o servicio y no salir molesto en dicha transacción por no tener el producto o artículo deseado.

-El autor es doctor en Ciencias Empresariales.