

Universidad Popular Autónoma del Estado de Puebla



Posgrados

Marketing de Relaciones y de Servicios

**Imperativos del enfoque en el
cliente: Richard Whiteley**

Profesora Dra. Nadia Kassouf Pizzinatto

Puebla, junio-julio 2016

**Discurso de Sam Walton,
fundador del Wal-Mart,
haciendo la apertura de un
programa de formación para sus
empleados:**

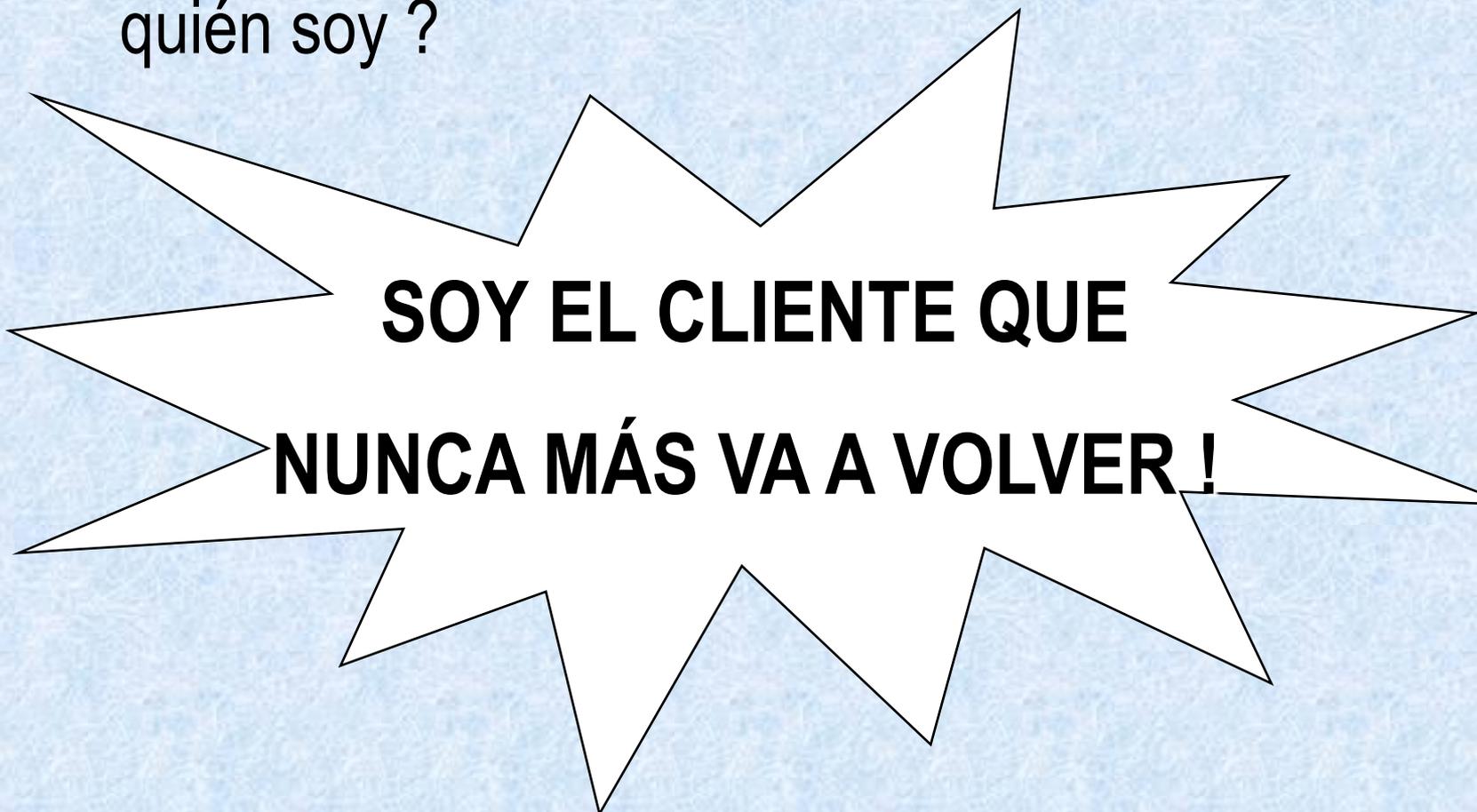
¿ QUIEN SOY ?

- Yo soy el hombre que va a un restaurante, se sienta en la mesa esperando pacientemente por el mesero que hace otras cosas, pero no lo sirve.
- Yo soy el hombre que llega a una tienda y espera en silencio, mientras que los vendedores terminen su conversación privada.

➡ Yo soy el hombre que cuando entra en un establecimiento comercial parece estar pidiendo un favor

- Yo soy el hombre que al pedir algún producto recibe una respuesta "No hay" por el empleado, que a su vez no me ofrece otras opciones
- Yo soy el hombre que, teniendo un problema para resolver, se dirige a una tienda comercial esperando alguien para ayudarlo y sólo es recibido por empleados despreparados.

- Ustedes deben pensar que soy una persona tranquila, paciente, tipo pasivo y que nunca crea problemas. Están equivocados. ¿Ustedes saben quién soy ?



**SOY EL CLIENTE QUE
NUNCA MÁS VA A VOLVER!**

- **Yo me divierto viendo lo que se gasta todos os años em anúncios para llevarme de vuelta a su negocio, y cuando fui allí por primera vez, todo lo que debería haber hecho era sólo una pequeña bondad, sencilla y barata : que me tratasen con un poco más de cortesía.**

- **Sólo existe un jefe: el CLIENTE.**
- **E el puede despedir a todas las personas de la empresa, desde el presidente al portero, simplemente al tomar su dinero para gastar en otras tiendas ".**

- **Sam Walton**

Perfil de la Compañía enfocada em el cliente:

Proporcionar una calidad *conforme la define el cliente*

2 dimensiones

calidad del
producto

(Lo que se obtiene)

calidad del
servicio

(Como se obtiene)

¿ Cómo lograr la diferenciación de la competencia?

Producto de
calidad



Tratamiento de
calidad

Quejas: oportunidades de diferenciación

- **4% de insatisfechos se quejan; y 65-90% de los que no se quejan no vuelven**

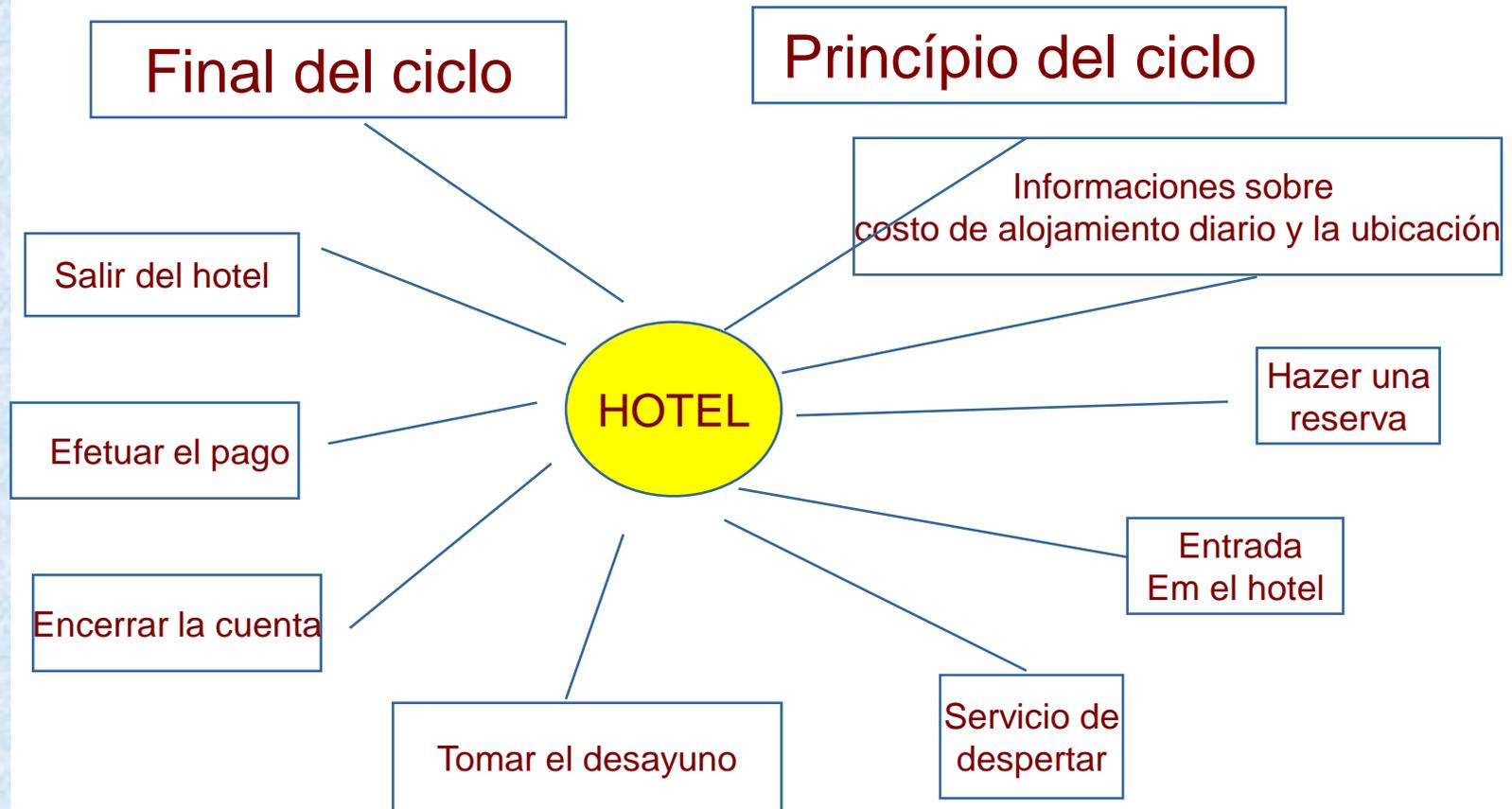
EL MOMENTO DE LA VERDAD

Todo y cada preciso momento en que un cliente entra en contacto con cierto sector de una empresa requiriendo la satisfacción de una necesidad o deseo, y forma una opinión sobre el nivel del servicio y de la empresa

CICLO DE SERVICIOS

Es un mapa de la secuencia lógica de los diferentes momentos de la verdad que el cliente puede experimentar al ponerse en contacto con una organización.

Ejemplo simplificado de un ciclo de servicios para el cliente de un hotel



El Ciclo de servicios para supermercados

- a) El acceso de peatones**
- b) Acceso de los conductores**
- c) Uso de los carritos**
- d) El movimiento entre las góndolas**
- e) Selección de productos**
- f) Empaquetamiento**
- g) El pago**
- h) La salida del cliente**

¿ Por que los clientes no se quejan?

- Ellos piensan que no resuelve nada
- Les resulta difícil, y trabajoso
- Es desagradable, no se sienten bien
- Es más fácil cambiar de empresa que hacer reivindicaciones.

Las dimensiones de la calidad de tratamiento

Confiabilidad: proporcionar lo prometido

Convicción: Cortesía y experiencia del personal

Aspectos tangibles: instalaciones, equipos, apariencia personal

Whiteley, Richard, A empresa totalmente voltada para o cliente, 1996)

Las dimensiones de la calidad de tratamiento

Empatía: la comprensión, pensar como el cliente: entender sus motivaciones, expectativas, preocupaciones.

Capacidad de respuesta:
disposición a ayudar al cliente
inmediatamente.

Deje que los clientes dicen lo que medir como resultados finales:

- **Averiguar lo que realmente importa: las características del producto / servicios importantes y cómo se ofrecen**
- **Métodos de obtención:**
 - a) Grupo de Enfoque
 - b) Buscar por correo directo;
 - c) Índices: defectos, estadísticas de variación, diagnóstico

Decálogo de Gestión de la Calidad

Claudius D'Artagnan C. Barros

- **Eduque a sus empleados antes de la capacitación en habilidades técnicas;**
- **Sea un ejemplo constante de la calidad**
- **Evalue periódicamente el nivel de motivación y la satisfacción de las necesidades básicas de los empleados .**

Decálogo de Gestión de la Calidad

Claudius D'Artagnan C. Barros

- ↘ Aliente a los empleados a practicar la creatividad y la inventiva;**
- ↘ Desencadena la agregación y la actualización de los conocimientos;**
- ↘ Promueve y reconozca el talento;**

Decálogo de Gestión de la Calidad

Claudius D'Artagnan C. Barros

- ↘ Estimula el espíritu de equipo y el placer de la obtención de resultados;**
- ↘ demuestre el comportamiento y promueve la participación;**

Decálogo de Gestión de la Calidad

Claudius D'Artagnan C. Barros

↘ Promueve la mejora continua y la comunicación efectiva;

↘ Movilize a todos para la calidad sin excepción.