

Lo que nunca cambiará

Diario Gestión: 6 de septiembre del 2018

William Wong Loo

Vicerrector de Servicios Universitarios – Universidad de Ciencias y Artes de América Latina

wwong@ucal.edu.pe

La necesidad de sobrevivencia, el deseo de expansión o el afán por sostener el liderazgo en los segmentos; han hecho que las organizaciones recorran diferentes ciclos de atributos. Nos enorgullecimos por la casi inerte ventaja comparativa. Luego nos sorprendimos con el valor agregado de la ventaja competitiva, y hoy enloquecemos con la innovación disruptiva. Antaño, una nación se distinguía por producir el mejor cuero para zapatos. Pero al poco tiempo, otra le quitaba la posición al fabricar calzado con diseños de vanguardia. Y en este siglo, una *start up* alborota y revoluciona dichos diferenciadores, produciendo un zapato que se agranda al ritmo del crecimiento del pie de un niño. Hitos históricos que, pase lo que pase, siempre estuvieron y estarán escoltados por un compañero indispensable: el trato. En el pasado, en esta era o la que vendrá, con un producto tradicional o insólito; un cliente apreciará, invariablemente, un buen servicio. Aquí algunas pautas para que podamos brindarlo con efectividad:

- Liderazgo.- La excelencia empieza con un líder positivo. Con una buena cabeza de área que seleccione al personal idóneo, que capacite constantemente y que genere un clima apropiado. Las actitudes que mantienen los colaboradores que interactúan con clientes internos y externos, son reflejo de las actitudes de quien los lidera.
- Canales.- Las solicitudes, inquietudes y quejas de los usuarios provienen principalmente de tres canales: presencial, telefónico y mensajería virtual (correo o chat en línea). Los protocolos de atención deben ser elaborados a la medida de cada uno de estos conductos.
- Contacto.- Quizás lo más desagradable para cualquiera es ir de ventanilla en ventanilla hasta encontrar la solución. Los procesos en el mundo del servicio deben enfocarse en alcanzar la experiencia de un solo contacto. Es decir, el cliente arriba y obtiene la solución en el momento, con una sola persona y en una sola visita. Tres o más puntos de contacto, volver otro día para obtener respuesta, pueden ser sinónimo de ineficiencia.
- Software & Hardware.- Podemos contar con personal entrenado y pautas claras, pero si ello no está soportado en infraestructura tecnológica, la bonachona percepción ganada puede derribarse en minutos. El cordial ambiente creado por un colaborador comprometido con la calidad, se esfumará si el sistema se cuelga y no se procesa un pedido.

Recordemos, los gustos y preferencias de los consumidores son tan cambiantes como la forma de las olas del mar. Pero algo que nunca cambiará en ellos, es el deseo de recibir, siempre, un excelente servicio.