



CURSOS

ATALCLI 123



POST VENTA

Después de una venta es recomendable tener un sistema de post venta como cultura empresarial. La cultura de post venta se basa en información, responsabilidad y respuesta inmediata. Enterarse de lo acontecido luego que el cliente adquiere un producto, un bien o un servicio, es una buena manera de obtener información eficaz sobre la percepción de lo obtenido o recibido por el cliente. Esta información ayudará a fortalecer o mejorar cualquier aspecto relacionado con la venta en general. En el caso de recibir del cliente bondades sobre lo adquirido o recibido, esta información es útil para motivar a todos los miembros de la empresa. En caso de recibir observaciones adversas, esta información es válida para tomar acciones correctivas en el futuro inmediato. Una buena post venta consolida las bases para futuras ventas. Responsabilizarse por el producto o servicio ofrecido, al igual que una respuesta eficaz son esenciales y la post venta es el mecanismo diseñado para garantizar que esto suceda.

Sería agradable para muchas personas y sorprendente para otras, recibir una llamada de un supermercado para preguntarle cómo fue la experiencia en el día de la compra. Imaginarlo puede causar gracia, por el simple hecho que es poco probable que esto suceda. Sin embargo, hacer el ejercicio mental no cuesta nada. Independientemente de la experiencia, saber que ese supermercado le importa su opinión, bastaría para considerarlo seriamente cómo su primera opción para una futura compra. Una segunda llamada sería realmente impactante para cualquier persona, sobre todo si la llamada está orientada a informar de las acciones correctivas tomadas o generadas productos de sus observaciones.

Otro aspecto básico de la post venta es el concepto de importancia. Dar importancia es cuidar, mantener un canal de comunicación con el consumidor. Otra palabra clave es asesorar, ofrecer servicio técnico, ofrecer alternativas que se ajusten a las necesidades del cliente. Una persona compra para satisfacer algo específico y algo psicológico. Un ejemplo es comer.

La necesidad específica de comer es alimentarse, la necesidad psicológica de alimentarse es ser bien atendido, sentirse apreciado, contento e importante. Otra aspecto clave en la post venta es "actualizar". Contactar un cliente después de un tiempo prudencial para ofrecerle otro producto y la alternativa de actualizar su activo, es sinónimo de interés y de preocupación.

Una buena post venta genera fidelidad por parte del cliente. La fidelidad, en este caso, es la lealtad que desarrolla un cliente hacia una marca, producto, lugar, etc. La lealtad está ligada a la comodidad, calidad y satisfacción. Frederick Reichheld, profesor de la universidad de Harvard, enunció en una reciente charla, que mejorar la fidelidad de los clientes en un 5%, produce entre 35 a 100 % de mejora en la rentabilidad. Explica detalles de esta aseveración en su libro El efecto de la lealtad.

Es recomendable en la actualidad que todas las empresas tengan una cultura definida en cuanto a la post venta se refiere. El desarrollo de esta cultura empresarial representa una serie de ventajas tales como: Clientes más satisfechos, mejor imagen de la empresa y el producto o servicio, conocimiento directo del mercado, incremento en las ventas, mayor rentabilidad, reacción inmediata para resolver inconformidades, etc. Desarrollar una cultura de post venta en cualquier empresa amerita una inversión que en algunos casos puede ser representativa. Lo importante es evaluar que no tenerla puede ser más costoso a largo plazo.

La mayoría de consumidores están dispuestos a pagar un poco más por el mismo producto o servicio si se sienten identificados con el proveedor a través del servicio post venta. Una compra puede ser traumática en un momento determinado, pero si el proveedor da una respuesta inmediata orientada a resolver o tomar acciones correctivas, hay altas probabilidades que el cliente quede satisfecho. Se considera una respuesta inmediata cuando el cliente queda sorprendido de la prontitud con que fue resuelta satisfactoriamente la inconformidad, petición, solicitud, servicio o asesoría. Las empresas más exitosas son aquellas que se responsabilizan directamente por todo lo que venden. Muchas de ellas son representantes de marcas reconocidas. Sin embargo, al momento de una inconformidad, en vez de referir al cliente a un taller autorizado, prefieren asumir la responsabilidad reemplazando inmediatamente el ítem en cuestión.

Para finalizar me gustaría compartir una pequeña anécdota relacionada con un servicio post venta. Un adinerado empresario salió en viaje de negocio en su vehículo Roll Royce a través del desierto. Al segundo día de camino se quedó accidentado. Enseguida se comunicó directamente con la empresa Roll Royce, la cual envió inmediatamente un helicóptero en su búsqueda. El empresario y sus acompañantes fueron hospedados en un hotel de lujo con todos los gastos pagados. Al día siguiente la empresa Roll Royce le envió un nuevo vehículo, sin costo alguno. Gratamente sorprendido el empresario llamó al presidente de la Roll Royce para felicitarlo por su excelente servicio post venta. El presidente de la Roll Royce escuchó pacientemente al empresario y le agradeció sus comentarios. Sin embargo, le manifestó con mucho respeto que lamentablemente no podía creerle. El empresario sorprendido le preguntó la razón, y el presidente de la Roll Royce dijo "Es difícil creerle, porque los Roll Royce no se accidentan".

Igor Rovira - Consultor

Presidente de Cursos ATALCLI 123

Irov23@cantv.net 0416-6090750

www.atalcli123.com 792.2391 / 793.3496

