

Tema 2. El servicio al cliente como eje de la venta con valor y la generación de recompra

Introducción



¿Qué elementos fundamentales del servicio al cliente deben conocer los asesores y ejecutivos de Tecmilenio para crear una cultura de servicio?

Cada miembro del equipo de asesores y ejecutivos de Tecmilenio debe entender que es el primer contacto de un alumno o padre de familia a la institución, es decir, es el primer rostro que ellos pueden observar en Tecmilenio. Por ende, es responsabilidad de todos asegurar clientes felices y satisfechos, que vivan y disfruten cada momento, aun cuando no se hayan inscrito.

El servicio al cliente no se trata solamente de un proceso transaccional de compraventa de un producto intangible, sino que el cliente viva la experiencia Tecmilenio y la disfrute, desde la primera vez que entra al campus hasta el día de su graduación, e incluso en la continuidad con el servicio de postventa cuando se convierta en un alumno Exatecmi.

Recuerda que el área de admisiones es la primera etapa del viaje de un estudiante que llega con una gran ilusión. Por esa razón, somos y seremos una de las personas más importantes en la vida profesional de una persona.

Explicación

Uno de los principios básicos de venta es un proceso que ocurre antes de lograr una venta por primera vez a un cliente que no conoce del producto y que nunca ha tenido contacto con el ejecutivo de venta o la institución. A este proceso se le llama labor de **preventa**.

La preventa engloba todas las actividades que se deben realizar ante una persona que nunca ha tenido contacto previo con la institución para poder persuadirlo y convencerlo de que adquiera el producto.

Una vez consumada la venta, el cliente empieza a vivir la experiencia que el ejecutivo o asesor de venta le narra. Por lo tanto, es responsabilidad de toda la institución que reciba lo que espera de esa experiencia.



Muchas personas creen que aquí termina el proceso de venta, pero esa creencia es completamente equivocada, ya que a partir de este momento inicia el proceso llamado **postventa**, que es otro paso dentro del **servicio al cliente**.

El servicio al cliente es responsable de mantener a los clientes satisfechos y de resolver todas las posibles situaciones que puedan surgir mientras que el aprendizador vive la experiencia Tecmilenio, lo cual incluye sus sugerencias, dudas o reclamos.

Por consiguiente, brindar un excelente servicio al cliente da como resultado uno de los procesos más redituables en las ventas: **la recompra**. Este proceso significa que un cliente, el cual ya realizó una compra o adquirió un producto, realizará una nueva compra a esta misma empresa.

En otras palabras, esto significa que un cliente está satisfecho y feliz con el producto, a tal grado que lo está adquiriendo de nuevo. Un ejemplo de esto es cuando un alumno, quien terminó la preparatoria y vivió una excelente experiencia durante esta etapa, desea seguir con la institución y solicita su inscripción para estudiar la licenciatura en Tecmilenio. Ese es el potencial de brindar un excelente servicio al cliente.

La importancia del servicio

El servicio al cliente es un proceso constante que busca anticiparse a las posibles situaciones que pudiera vivir cualquier usuario, ofreciendo siempre valor agregado. La idea fundamental es que los clientes se sientan a gusto y satisfechos con el trato que la universidad les brinda. No obstante, hay diversos factores a tomar en cuenta para que esto pueda suceder, por ejemplo, la personalización, el seguimiento continuo, la eficacia y, sobre todo, la rapidez de respuesta.

Es importante recalcar que comprender y atender la importancia del servicio al cliente permite asegurar los siguientes puntos:

- Que el cliente siga adquiriendo nuestros productos.
- Que Tecmilenio se vuelva parte de la identidad social de los alumnos.

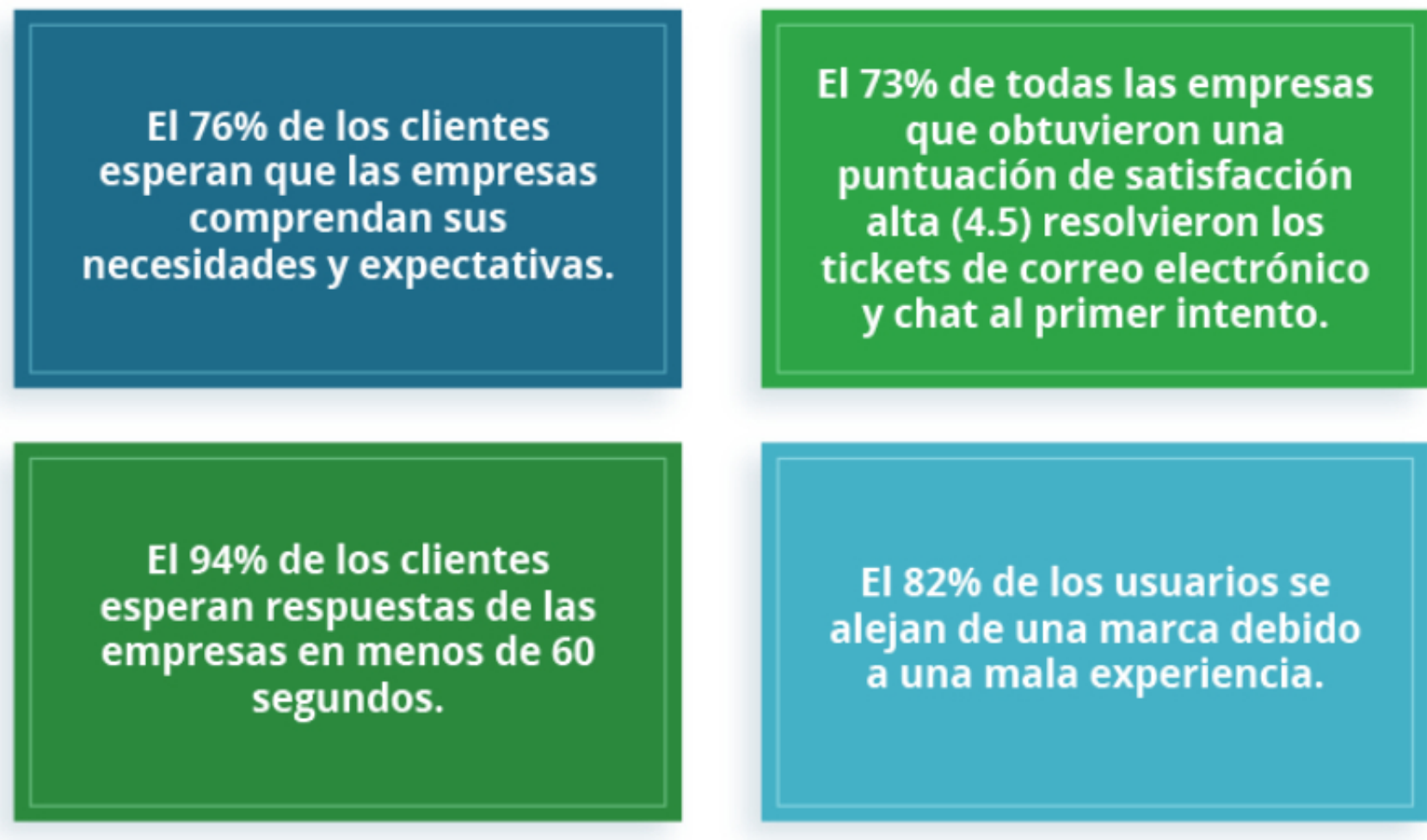
Asimismo, mantener o fidelizar a nuestros alumnos resulta hasta siete veces más rentable que traer uno nuevo. Además, hay que considerar el poder de la recomendación que hacen los clientes satisfechos, ya que la conversión de un referido llega a ser mayor al 30%.

Fuente: Ortiz, J. (2020). *La importancia del Servicio al cliente para tu negocio*. Recuperado de <https://blog.hubspot.es/service/importancia-servicio-cliente>

En resumen, el servicio al cliente es fundamental para la universidad, pues de esta forma atraerás más alumnos, consolidando una base de prospectos y exalumnos que te recomienden y potencien tus servicios.

Estadísticas sobre la importancia del servicio al cliente

El impacto en los resultados que tiene el servicio al cliente es notable, ya que es de las pocas actividades que brindan resultados de manera casi inmediata. Estos son algunos ejemplos de este tipo de resultados:



Fuente: Simplr. (2020). *The State of CX in 2020, An analysis of the customer experience at nearly 800 online brands*. Recuperado de <https://talk.simplr.ai/the-state-of-cx-in-2020>

Sin duda, brindar un excelente servicio al cliente es la gran expectativa del cliente actual.

10 cualidades que debe tener el asesor y el ejecutivo Tecmilenio para dar un buen servicio al cliente

En Tecmilenio estamos seguros de que cuentas con las habilidades necesarias para dar un buen servicio al cliente. Sin embargo, existen 10 cualidades clave que pueden ayudarte a explotar todo tu potencial para tener éxito en la creación de una cultura de servicio, las cuales se presentan a continuación:

Conocimiento del producto Tener conocimiento pleno de tu producto dará mucha seguridad y certeza cuando respondas ante cualquier cuestionamiento, por lo tanto, quien escuche tus respuestas quedará satisfecho y seguro de que tiene lo que quiere.	Atención Si no le pones atención a tu cliente no vas a entender sus necesidades. Por ende, trata de mantenerle atento y elimina los distractores que puedan alterar tu atención.
Paciencia Aunque en ocasiones llegan padres de familia y alumnos con situaciones que pueden llegar a desesperarte, debes recordar que si llegaron contigo es porque ellos piensan que tú puedes resolver esa situación. Por esa razón, la paciencia y la calma siempre deben ser las cualidades que debes tener.	Comunicación clara y positiva La comunicación es fundamental y necesaria en todos los aspectos de las ventas y el servicio al cliente, ya que es la herramienta que te permitirá acceder a las inquietudes del cliente para descubrir sus verdaderas intenciones.
Manejo del tiempo El manejo del tiempo juega un papel en el servicio al cliente, puesto que todos los clientes que atiendes te consumirán tiempo. Por ende, a mayor tiempo invertido en uno, menor tiempo se tendrá con el que sigue, ya que el tiempo disponible es finito.	Enfoque a metas La focalización en tus metas y objetivos te dará dirección para no perder tiempo en actividades que no estén relacionadas con tu meta. Es importante mencionar que debes tener objetivos diarios, semanales, mensuales y por periodo de captación. Recuerda que esta información es vital para administrar tu tiempo, la cual debe estar alineada a las metas de tu equipo de trabajo.
Persuasión Aunque no se trata de hacer un discurso de venta cada vez que te presentes con padres o alumnos, tampoco debes dejar que un posible cliente se vaya porque no pudiste desarrollar un mensaje convincente de que Tecmilenio es su mejor opción.	Tenacidad Tu tenacidad debe traducirse en una plena disposición para resolver satisfactoriamente los problemas de tus clientes sin dejarlos pendientes. Siempre hay soluciones, pero, si algún día no la tienes, acude a tu líder para que juntos encuentren la solución para ese cliente. El truco de la tenacidad es nunca soltar ni dejar un problema o un seguimiento de un alumno o padre de familia.
Resolución de problemas La mejor forma de saber si un problema fue resuelto es a través de la satisfacción del cliente, es decir, cuando tu cliente se va con la sensación de que se cumplió su expectativa o de que se hizo todo lo posible para solucionar su problema. Por ende, debe estar satisfecho y feliz.	Ganas de aprender Tecmilenio está comprometido con la educación y sus aprendedores. Por consiguiente, recuerda que tú también eres un aprendiz, por lo que es importante que nunca dejes de desarrollarte en lo profesional y en lo personal. Tener ganas de aprender es el combustible que se necesita para dedicarle tiempo al estudio, así como para el desarrollo de uno mismo.

Tipos de servicio al cliente

Existen varios y numerosos tipos de servicios al cliente que se enfocan en satisfacer las necesidades de los consumidores. Sin embargo, en el sector educativo los tipos de servicio al cliente más importantes son los siguientes:

Servicio al cliente presencial Es cuando un asesor o ejecutivo está interactuando directamente con el cliente. Características: • Directo; cara a cara. • Implica cuidar el aspecto físico por parte de asesores y ejecutivos. • Facilidad para tratar temas.	Servicio al cliente virtual Los clientes virtuales que adquieren productos o servicios por Internet eligen la comodidad de su hogar para evitar filas y pérdida de tiempo en los traslados. Para este tipo de prospectos es importante informarles sobre los servicios virtuales a los que pueden acceder en Tecmilenio. Características: • Resolución rápida y fácil a los problemas. • Mayor disponibilidad para la atención. • Genera la posibilidad de vincular a otras plataformas.	Servicio al cliente proactivo Es aquel donde la universidad busca o se acerca directamente al cliente, pero no necesariamente para resolver un problema. Puede ser para dar un aviso o para informar de un evento. Características: • Es anticipada y más amable. • Mejora la lealtad del cliente. • Mejora la tasa de retención de clientes.
Servicio al cliente reactivo Es aquel que surge cuando el cliente contacta a la universidad por algún motivo, por lo que esta última es la que debe responder, ya sea para dudas, soluciones, agradecimientos o quejas. Características: • Tiene que ser más precisa y específica. • Requiere de un equipo bien capacitado. • Necesita políticas de servicio claras y bien establecidas.	Servicio al cliente por teléfono Es un tipo de soporte que las instituciones ponen a disposición de sus clientes para ayudarlos a resolver dudas o problemas que tienen en relación con productos o servicios. Características: • Es certero y directo. • Requiere de normas claras. • Se debe tener un buen tono de voz. • Representa cercanía.	Servicio al cliente por correo electrónico Es una excelente forma de brindar un buen servicio, ya sea para invitaciones, envío de documentos y comprobantes, o para una felicitación. Características: • Rápido y versátil. • Puede vincularse a otras fuentes de información. • Es más económico y fácil de automatizar. • Requiere de un tono cálido.
Servicio al cliente por chat El chat es atendido por una persona capacitada, la cual está en línea interactuando con los alumnos o padres de familia, mientras que un chatbot, que es un robot con preguntas y respuestas predeterminadas, también puede dar servicio. Características: • Rápido y eficaz. • Altamente dinámico. • Alta disponibilidad de atención.	Servicio al cliente por redes sociales La presencia y utilización de las redes sociales es una exigencia del consumidor moderno, ya que el público también quiere aclarar dudas y saber más información a través de estos medios. Por lo tanto, tener un equipo y una estrategia en redes sociales también incrementa las probabilidades de retención del cliente. Características: • Rápido y dinámico. • Genera un alto engagement. • Incrementa la comunidad virtual. • Es versátil.	Servicio al cliente por mensajería instantánea WhatsApp es otro de los canales que muchos prefieren actualmente. A los alumnos y padres de familia les gusta comunicarse por este medio de forma habitual, por tanto, les gusta tener una respuesta de la universidad (sobre todo de los tutores y mentores) por este medio. Características: • Agilidad en la respuesta. • Comunicación más casual. • Genera eficiencia. • Mayor interacción y familiaridad.

Fuente: QuestionPro. (s.f.). *10 cualidades que debe tener una persona de servicio al cliente*. Recuperado de <https://www.questionpro.com/blog/es/cualidades-que-debe-tener-una-persona-de-servicio-al-cliente/>

Cierre



Es de vital importancia para la universidad contar con una cultura de servicio al cliente que permita garantizar que los servicios se brindan de manera efectiva, basados en las necesidades de los clientes.

Es importante que todos los colaboradores del campus creen una verdadera cultura de servicio al cliente. Por lo tanto, el mayor beneficio de brindarlo de manera constante y excelente se verá reflejado en la percepción de la sociedad, ya que se distinguirá como una institución con reputación favorable y con alto índice de recomendación.

A saber, cuando atendemos mal a un alumno o el servicio que ofrecemos es deficiente, no solo pierde el alumno, pierde la universidad, los profesores, los empleados, así como toda persona involucrada directa e indirectamente en el servicio. Por esa razón, un servicio de excelencia es mucho más rentable, no solo desde el punto de vista económico, sino también desde la emocionalidad positiva de nuestros públicos.

Por ende, es muy importante escuchar a nuestros públicos para establecer una mejor estrategia y trabajar sobre los requerimientos o fallas del servicio.

Checkpoints

Asegúrate de:

- Comprender la importancia de brindar un excelente servicio al cliente.
- Conocer y desarrollar las 10 habilidades de un ejecutivo Tecmilenio para brindar un excelente servicio al cliente en todo momento.
- Solicitar retroalimentación a tus clientes para evaluar tu nivel de servicio.

Referencias

- Ortiz, J. (2020). *La importancia del Servicio al cliente para tu negocio*. Recuperado de <https://blog.hubspot.es/service/importancia-servicio-cliente>
- QuestionPro. (s.f.). *10 cualidades que debe tener una persona de servicio al cliente*. Recuperado de <https://www.questionpro.com/blog/es/cualidades-que-debe-tener-una-persona-de-servicio-al-cliente/>
- Simplr. (2020). *The State of CX in 2020. An analysis of the customer experience at nearly 800 online brands*. Recuperado de <https://talk.simplr.ai/the-state-of-cx-in-2020>

La obra presentada es propiedad de ENSEÑANZA E INVESTIGACIÓN SUPERIOR A.C. (UNIVERSIDAD TECMILENIO), protegida por la Ley Federal de Autor; la alteración o deformación de una obra, así como su reproducción, exhibición o ejecución pública sin el consentimiento de su autor y titular de los derechos correspondientes es constitutivo de un delito tipificado en la Ley Federal de Derechos de Autor, así como en las Leyes Internacionales de Derecho de Autor.

El uso de imágenes, fragmentos de videos, fragmentos de eventos culturales, programas y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, es exclusivamente para fines educativos e informativos, y cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por UNIVERSIDAD TECMILENIO.

Queda prohibido copiar, reproducir, distribuir, publicar, transmitir, difundir, o en cualquier modo explotar cualquier parte de esta obra sin la autorización previa por escrito de UNIVERSIDAD TECMILENIO. Sin embargo, usted podrá bajar material a su computadora personal para uso exclusivamente personal o educacional y no comercial limitado a una copia por página. No se podrá remover o alterar de la copia ninguna leyenda de Derechos de Autor o la que manifieste la autoridad del material.