

Forbes Negocios



Diario internacional en español con noticias empresariales y de negocios



Canal de vídeo noticias por cortesía de agencia RoiPress

Seleccionar idioma

FORBES Negocios | portada | internacional | empresas | tecnología | industria | inversión | economía | entrevistas | comunicae | NP | Buscar noticias | descargar app

sábado, 20 de junio de 2020

Convertir una reclamación en una experiencia positiva



Nanes Martínez-Arroyo, directora de DEC -Asociación para el Desarrollo de la Experiencia de Cliente-

ROI PRESS / ESPAÑA - Tras casi tres meses de confinamiento, aunque todavía nos quede por superar alguna fase de la desescalada, la mayor parte de las empresas ya están empezando a recuperar su actividad, algunas todavía con una serie de restricciones y otras, incluso hasta dentro de unas semanas, no podrán abrir sus negocios. De todos los sectores, el que ha sufrido un enorme varapalo ha sido el turístico, debido al gran número, casi la totalidad, de cancelaciones que se ha visto obligado a realizar; y por consiguiente, un gran aumento de insatisfacción por parte de los clientes, cuyas ilusiones en realizar un viaje quedan pospuestas o canceladas. Esto ha conllevado a que los tour operadores, agencias de viaje, compañías aéreas, hoteles, etc. hayan recibido un aluvión de quejas y reclamaciones.

Cobra especial relevancia la Experiencia de Empleado

Y es que situaciones como ésta, han provocado que la buena marcha entre el cliente y la empresa se pueda llegar a romper, cuando ocurre una incidencia o queja con el servicio o producto adquirido. Este hecho debe ser tratado con mucha delicadeza y aportar una solución al cliente, ya que no solo puede acarrear la pérdida de este, sino también puede producirse el temido, para estos casos, efecto boca a boca. Por tanto, será fundamental dar al cliente molesto la respuesta adecuada, lo que constituye un reto a afrontar por parte ya no solo de los empleados que tengan un trato más directo con el cliente, sino también por parte del resto de personas que conforman la compañía, pues no en vano, de estos factores puede depender el éxito o fracaso de la imagen de esta.

Como indica Nanes Martínez-Arroyo, directora de DEC -Asociación para el Desarrollo de la Experiencia de Cliente-, “cuando, tanto en el ámbito de la empresa como en nuestra vida personal, nos hallamos frente a reclamaciones o quejas, hemos de enfrentarnos a factores estrechamente ligados con la propia naturaleza humana: la necesidad que tienen las personas de ser escuchadas, y que sus opiniones, preocupaciones y dudas se vean reconocidas. Ello exige grandes dosis de tacto, flexibilidad y reflexión por parte del personal que atiende al cliente, con el fin de eliminar estos impactos negativos e impedir así que permanezcan en su memoria. Es vital tratar de convertir ese momento de dolor en un momento memorable para convertir el cliente en fan, en vez de en detractor”.

Cabe destacar que es muy importante facilitar los canales de contacto. Gracias al esfuerzo que realiza el cliente para trasladar su malestar, posibilita la oportunidad de mejorar los servicios y productos, así como los procesos internos para realizar las acciones pertinentes que permitan corregir esta situación. Es clave que los clientes que contacten con la empresa sean escuchados y, por ende, sean atendidos en tiempo y forma.

Para hacer frente a estas posibles situaciones, las compañías deberían tener diseñadas una serie de herramientas a tener en cuenta desde la “fase preliminar” de la conversación, mediante la expresión de palabras que hagan sentir al cliente que el personal de la compañía le comprende, le escucha, concede importancia a sus preocupaciones y empatiza con él hasta el final de la incidencia.

También es importante la formación continua de los empleados, para que trasladen los valores y el propósito de la marca a la que representa en cada contacto. Debemos empoderarles y poner a su disposición una serie de recursos que puedan ofrecer al cliente, y en determinadas situaciones, una solución.

Una de las mejores prácticas para solventar los trastornos ocasionados, es recurrir a la compensación por las molestias. El objetivo es convertir una mala experiencia en una acción, en la que el cliente salga ganando y se vea sorprendido por una respuesta inesperada y favorable a sus intereses. Algunas empresas proponen enviar un regalo de alto valor emocional. Tan importante es retener a un cliente actual, como darle las gracias por su interés en informarnos de algo que podemos hacer mejor.

“Como sabemos, la confianza se gana en base a las buenas experiencias, pero también en la resolución de los problemas; por ello, ante la situación de encontrarnos frente a una reclamación o una queja, es importante tratar de transformarlas en una oportunidad para fidelizar precisamente a ese cliente insatisfecho, convirtiéndolo en promotor de la marca”, matiza Martínez-Arroyo.

La Asociación para el Desarrollo de la Experiencia de Cliente (DEC), nace en 2014 impulsada por 29 grandes empresas fundadoras, y actualmente cuenta con 150 socios corporativos de las principales marcas. Se trata de la primera asociación española que promueve el desarrollo de la Experiencia de Cliente como elemento diferencial de la estrategia empresarial, identificando las mejores prácticas, divulgando y fomentando nuevas metodologías y reconociendo a profesionales y empresas en la materia. Trabajan para ser la referencia de grandes empresas, profesionales y expertos en España y Latinoamérica. Además, se propone estimular a organizaciones y profesionales a compartir conocimientos y unirse a su desarrollo y formación en torno a esta nueva disciplina, para que un día todos sus socios sean reconocidos por entregar una experiencia única, diferencial y rentable que garantice su sostenibilidad y su crecimiento a largo plazo.

Lectores conectados

3 8 8 3 8

Suscribirse al resumen diario

Email address... Submit

Las noticias más leídas



iCommunity Labs, obtiene 300.000 euros de CDTI para completar el desarrollo de su plataforma Blockchain /COMUNICAE/ La innovadora startup ha conseguido ser uno de los proyectos seleccionados en la convocatoria "Proyectos I+D Transferencia...



Florette se suma a la campaña de RSC #NoBajemosLaGuardia /COMUNICAE/ La empresa navarra, especializada en vegetales frescos y listos para consumir, apoya esta iniciativa para concienciar a la pobl...

Alejandro Aznar: "Si se paran los barcos, se para el comercio y la economía mundial" /COMUNICAE/ Intervención del presidente del Clúster Marítimo Español, Alejandro Aznar, durante la cumbre empresarial Empresas Españolas: Lid...



IEBS celebra su décimo aniversario con más de 123.000 Alumni formados /COMUNICAE/ Pasados 10 años, IEBS se consolida como la escuela Online nativa digital de referencia en España y Latinoamérica Hace 10 años...



¿Cómo reconocen las máquinas emociones humanas, y por qué debería preocuparme? ROI PRESS / EXPERTOS / TECNOLOGÍA / IA / NEUROMARKETING - P ara poder dar

contestación a esas preguntas, deberíamos comenzar por esta ...

Opera GX, el navegador para gamers, se renueva en su primer aniversario con la integración de Discord /COMUNICAE/ El navegador ha alcanzado ya la cifra de 3,5 millones de usuarios en el mundo y ha experimentado un crecimiento en 2020 del 121%...



Smöoy lanza una nueva tarrina para celebrar su 10 aniversario con los amantes del yogur helado /COMUNICAE/ En las dos últimas semanas ha reabierto prácticamente el 100% de sus establecimientos tanto a

nivel nacional como en aquellos r...



La empresa Pixeles Digitales realiza ésta comparativa de las mejores tarjetas con descuentos en línea /COMUNICAE/ La tendencia a utilizar con más frecuencia las tarjetas de crédito con descuento va en aumento, conociendo lo atractivo y estim...



Primera app de interacciones farmacológicas para pacientes oncológicos en tratamiento anticoagulante /COMUNICAE/ Se trata de una aplicación gratuita que puede descargarse

a través de la web: https://oncoacod.es. La app se presenta el próxim...

Marketplace Summit, el mayor evento sobre ecommerce & marketplaces, regresa en modo virtual /COMUNICAE/ En su segunda edición, Marketplace Summit analizará el papel tan relevante que juega el mundo de los Marketplaces en el ecommer...



Nuria Sanz, Directora en BTS: Consejos para el teletrabajo en situaciones de crisis Nuria Sanz, Directora en BTS ROI PRESS | ESPAÑA / OPINIÓN / EXPERTOS - Según publica Adecco, en el cuarto trimestre de 2019, a nivel estatal,...



Reconversión de Habilidades: Cómo ser más eficientes e inclusivos en la incertidumbre Isabel Carrasco, Principal de PageExecutive EXPERTOS / EMPLEO - Sin duda el término de 2019 no ha dejado indiferente a nadie. Tras el 18 ...



Inbonis Rating e Informa D&B se alían para desplegar la calificación crediticia de pymes en España España (EUROPA) - INBONIS Rating, primera agencia de rating especializada en pymes de Europa, e INFORMA D&B S.A.U. (S.M.E.), filial de C...



ViajeLogia.es hace recuento de un verano de récord en la Costa del Sol española España (EUROPA) - El portal de viajes por España , ViajeLogia.es, cumple ya 5 años de trayectoria que celebra con un repaso a las activid...



Arión facilita el cálculo de nóminas a cualquier escala para la externalización del servicio Cada vez más empresas de todo tipo y