MINUTOS DE REFLEXIÓN

Servicio al cliente no malo, sino pésimo



Wilson Araque J.
wilsonaraque@uasbed.ec

Ese es uno de los deportes nacionales que es practicado por buena parte de las empresas que integran el tejido productivo nacional -independientemente de su tamaño o sector de actividad económica al que pertenecen-. Este deporte está presente en el antes, durante y después de la venta realizada; lo cual, al final, es la causa de que la experiencia no sea de las mejores, incidiendo, con ello, en que el comprador no regrese y, lo peor de todo, no lo divulgue y, así, se pierdan otros potenciales clientes que vendrían si el comprador quedaba satisfecho y, gracias a ello, mediante la práctica del boca - oído hubiese sido el gran embajador de que lo que compró es bueno. Y, ahora, en épocas de reactivación económica, ese sería un factor clave para diferenciar lo que se vende; el cual, para su implementación, requiere, principalmente, de un cambio de actitud, desde los propietarios, hasta los trabajadores del negocio que expende un terminado bien y/o servicio. Como, anécdota, del presente feriado largo de noviembre -que se ha repetido en otras ocasiones y en otros tipos de compras- al ir a un restaurante, al momento de solicitar la cuenta de los consumido, la respuesta fue: "no podemos atender su pedido en la mesa, debe levantarse y hacerlo directamente en la caja, ya que de esa forma le pueden tomar, para la facturación, los datos de forma directa"; lo cual -que fue trasmitido al responsable del local-, inmediatamente, generó una mala experiencia que borró todo lo sabroso de la comida consumida y que, claro, será un causante para no volver a ese sitio. Esperemos que, por el bien del país, esto cambie..

> Esperemos que, por el bien del país, esto cambie y, así, el turismo se vuelva potente.