



REFLEXIONES

LUCES Y SOMBRAS DE LA MEDICIÓN DE LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE - TALLER

¿Cómo podemos definir la satisfacción del cliente? Según la literatura que se ha editado al respecto, nos encontramos con dos posibles definiciones de satisfacción:

- La satisfacción se define como el agrado que experimenta el cliente después de haber consumido un determinado producto o servicio.
- La satisfacción se define como el proceso que experimenta el cliente por el cual percibe y evalúa una supuesta experiencia.

La satisfacción del cliente se puede considerar por tanto como una respuesta emocional del cliente ante su evaluación de la discrepancia percibida entre su experiencia previa/ expectativas de nuestro SERVICIO y el verdadero rendimiento experimentado una vez establecido el contacto con el TALLER.

Hasta hace poco tiempo, medir la satisfacción de los clientes era un ejercicio saludable, pero poco practicado entre las empresas. Hoy, con los cambios en la norma ISO 9001:2000 implementar una metodología para gestionar la satisfacción del cliente es uno de los pilares del negocio.

Pero además de ser la norma ISO una precursora de la medición de la satisfacción del cliente, hemos de tener en cuenta que la satisfacción del cliente y su Fidelización son componentes esenciales para incrementar la competitividad de los talleres actuales. Si existen clientes, hay rentabilidad y si hay rentabilidad el taller se mantendrá en el mercado.

Las Pymes, para ser competitivas también deben llevar a cabo un proceso de observación de la satisfacción del cliente puesto que ello ayuda a identificar los problemas habituales y también los potenciales antes de que se conviertan en una amenaza que pueda comprometer la totalidad del negocio.

En numerosas ocasiones la medición de la satisfacción del cliente resulta un fracaso porque no aporta ninguna pista de mejora útil para el taller. En lugar de Escuchar al cliente se trata de estudios centrados en medir qué tal cumple la empresa en las cosas que está haciendo actualmente. En realidad un estudio de satisfacción debe también tener en cuenta aquellas cosas que el PYME- TALLER no hace actualmente, pero que debería hacer para tener *más satisfechos a sus clientes*.

Existen multitud de métodos para la medición de la satisfacción de los clientes, pero ¿cuál es el método más idóneo para un TALLER?. Para poder contestar a esta pregunta hemos de tener en cuenta que no hay métodos universales sino que hay métodos adaptados a las características de cada empresa. Únicamente si se tiene en cuenta esto, llegaremos a una medición que nos aportará una información muy valiosa para mejorar y por lo tanto fidelizar a los clientes.

Sea el método que sea, lo que si que debemos tener en cuenta es que no sólo se debe preguntar por las características de los productos o servicios que el TALLER ofrece, sino que es necesario interesarse por cómo se recibe a los cliente, por como es la comunicación con ellos y por el trato que se les da cuando se acercan a las instalaciones.

Es por ello que PROXIMITY aboga para que el PYME-TALLER muestre mayor interés por saber que es lo que piensan sus clientes sobre la satisfacción del servicio que reciben y obren en consecuencia, formando y haciendo un mayor énfasis en el trato personalizado, porque ello constituye el hecho diferencial que hace que sobrevivan en este mundo actual tan competitivo en el cual estamos inmersos.

Mercedes Melgar