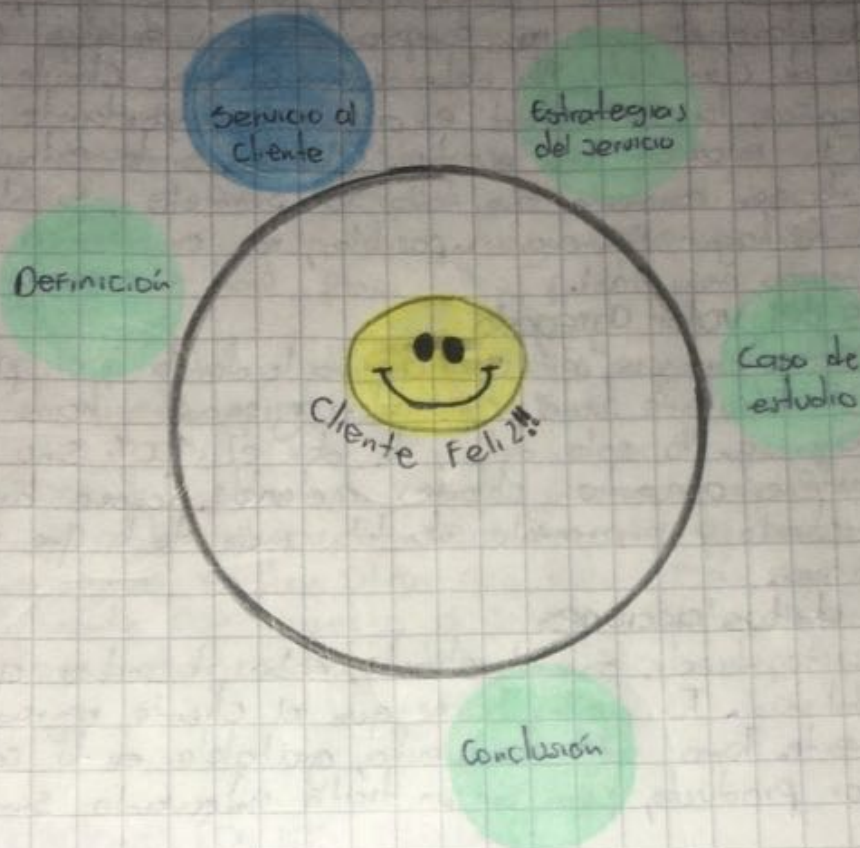


# NECESIDADES DE LOS CLIENTES



## Realizar

1. ¿Cómo consideras que se puede tener un cliente satisfecho?
2. ¿Cómo debe ser atendido un cliente?
3. ¿Cuáles son las necesidades básicas de un cliente?
4. ¿Cómo identificar las necesidades del cliente?
5. ¿Cuántos tipos de necesidades tienen los clientes?

-1= Tu cliente es lo más valioso que tienes.

Como lo mencionaba anteriormente, el cliente es lo principal, y debemos de tenerlo siempre en cuenta. Entre más clientes y mejor atendidos, tu empresa prosperará.

Nunca hay que decirle que NO a tu cliente.

Muchas veces nos topamos con clientes especiales, que tendrán solicitudes que podrían ser imposibles. Te recomiendo que de entrada no digas que NO, claro, sin comprometerte y siempre que este acorde a lo que tú o tu empresa saben hacer, trata de cumplir su petición. Tal vez te tengas que esforzar un poco más, pero el esfuerzo es algo importante si quieres tener a tus clientes contentos, así que aliéndote muy y trata de obtener lo que el cliente pide.

## Cumple todo lo que prometas

Este punto está directamente relacionado con el anterior, debemos de tener bien en claro, que si nos comprometemos a algo con nuestro cliente, debemos de cumplirlo. No debemos de obtener clientes a base de mentiras o engaños, la sinceridad es algo muy importante que debemos de aplicar en la relación con nuestros clientes. Si te estás comprometiendo de más, debes de ser consciente que todo lo prometas, se debe de cumplir. Es por eso que no hagas promesas imposibles, no engañes a tu cliente porque que podría terminar muy mal.

## Las maravillas del valor agregado

Un cliente satisfecho siempre será ese que se le da lo que pide y aparte se le da más. Un excelente trato con valor agregado hará que tu cliente sea fiel a tu empresa. No solo debes de dar el 100%. Sino más. Recuerda que debemos mantener a nuestros clientes contentos. Conoce las necesidades y deseos de tu cliente y sorprende lo dándole más de lo que espera, créeme que te lo agradecerá.

## Hazte responsable de tus acciones

Si tu tienes contacto directo con el cliente, debes de saber que tienes una enorme responsabilidad. Tú puedes hacer que el cliente regrese o que no quiera volver a verte. Toma esto en cuenta, grábalo en tu cabeza. Puede que tengas el mejor producto, pero sin un trato adecuado simplemente no te comprarán.

## La organización es clave

Este punto tiene mucho que ver con el punto número cinco, como te comentaba, puede que tengas el mejor producto, pero sin un excelente servicio, no funcionará. Aquí te dire una palabra clave "Trabajo en equipo". Todas las personas involucradas en la empresa deben de trabajar con un objetivo, la satisfacción del cliente. Si todos no están en la misma sintonía, simplemente todo saldrá mal y nuestros clientes se irán. Es por eso que desde el proceso de manufactura, entrega, atención, todo absolutamente todo debe de estar en sintonía.

## Escucha a tu cliente

Muchas veces nos enfocamos más en las estadísticas, en los indicadores para medir la calidad del servicio. Pero que para cuando estos datos no concuerdan con la fluencia de clientes dentro de la empresa. Los únicos que te dirán que debes de pensar de tu negocio, son tus clientes, por lo tanto, aprende a escucharlos.

-2- Sé amable, muestra actitud, atiende con rapidez, resuelve las quejas o reclamos, brinda un trato personalizado, ofrece un ambiente agradable. Ofrece comodidad, ofrece seguridad, ofrece higiene, sé flexible, sé sincero, cumple tus promesas, nunca presiones, nunca apures, nunca discutas. Ofrece servicios adicionales, brinda un buen servicio a todos tus clientes. Contrata personal adecuado, capacita a tu personal en el buen servicio al cliente, trata bien y motiva a tu personal y manten informado a tu personal.

Shubert A

- 3= Subsistir, protección, aprecio, entendimiento, participación, tiempo libre, creatividad, identidad, libertad, la experiencia del usuario, precios, conveniencia, funcionalidad, diseño, eficiencia, empático, transparente, justo, Opciones.
- 4= A veces, los consumidores confían en su emociones, otros escuchan los hechos, y luego a una mezcla de ambos. Leen críticas honestas y falsas. Primero quieren esto, luego quieren aquello, mientras que lo que es realmente útil para ellos puede ser algo totalmente diferente.  
Darle sentido a todo esto e identificar las verdaderas necesidades y expectativas del cliente es una tarea difícil.
- 5= Además de aquellas plasmadas en la pirámide de Maslow, donde tenemos a los de autorrealización, reconocimiento, afiliación, seguridad y necesidades fisiológicas, existen otros que están más apegadas a las necesidades del cliente con respecto a los productos o servicios. La mayoría de estas trabajan conjuntamente para impulsar una decisión de compra.