



Introducción

Tradicionalmente se piensa que el elemento más importante en un proceso de venta es el producto o el servicio que ofrecen las empresas. Sin embargo, se ha visto que no es así: son los clientes con su intención de compra, con su dinero y con sus opiniones, el elemento más importante dentro de este ciclo.

Son los clientes quienes deciden qué comprar, a qué precio, en qué tipo de establecimientos y cuál es el anuncio publicitario que más les gusta. Y son los clientes quienes nos indican qué es lo que debemos hacer y cómo actuar dentro de la empresa. Por eso es indispensable tomarlos en cuenta

¿Por qué dicen que el cliente es el rey?

Sencillamente porque es cierto. El cliente es el rey porque nuestro negocio puede prosperar gracias a las ventas que hacemos.

a los clientes. Sin los clientes los negocios no existirían y no tendríamos ganancias. Vayamos a una serie de ejemplos.

Súper Muebles "El Surtidor"

Artemio Barrera es dueño de "Súper Muebles El Surtidor", una pequeña empresa que fabrica muebles de madera con acabados de palma, ubicada en Xochimilco El negocio de Artemio tiene ya muchos años funcionando, y es considerado el mejor negocio mueblero del rumbo. Muchos otros también fabrican muebles de madera con acabados de palma, e incluso le copian sus modelos

Artemio es siempre el que más clientes tiene: la gente normalmente termina comprando ahí sus muebles Ha progresado tanto, que podría decirse que los otros empresarios del rumbo le tienen envidia, y se preguntan cómo le hace, sin tener estas respuestas muy claras He aquí su fórmula.

Primer paso: reciben con amabilidad a sus clientes.

Cuando llega un cliente solicitando información, es atendido personalmente por Artemio, o bien por alguno de sus dos hijos, llamados Justo y Rosita Con gran cortesía, las palabras que utilizan con los clientes son las siguientes:

¿Puedo ayudarle en algo?

¿Puedo sugerirle algo?

Estamos a sus órdenes para cualquier cosa que se le ofrezca Gracias, etcétera.

Segundo paso platican con los clientes acerca de los muebles.

Artemio, Justo y Rosita conocen muy bien los productos que venden, así que siempre platican con los clientes acerca de los materiales, de la historia de un diseño en particular, a qué tipo de personas les gusta tal o cual estilo, etcétera.

Tercer paso- invitan a los clientes a hacer sus propios diseños.

Fundamentos de negocio

Mercadotecnia > El ABC de la mercadotecnia > El cliente es el rey



Si los clientes no desean exactamente lo que la familia Barrera tiene en existencia, ellos los invitan a decir qué les gustaría como mueble, y se ponen a dibujarlo. Entonces le dicen al cliente que ellos se lo pueden fabricar exactamente como lo desea. A los clientes generalmente les gusta esta idea.

Cuarto paso. cumplen con las fechas de entrega.

La familia Barrera ha establecido como una política de trabajo generalizada el ser sumamente puntuales con las fechas de entrega de su mercancía. Es decir, cuando se comprometen a entregar uno o varios muebles en una fecha determinada, hacen lo imposible pero cumplen con esa promesa. Por ello tienen la fama de ser sumamente formales en sus negocios.

¿y como corresponde la clientela a las atenciones de la familia barrera?

Con hechos, comprándoles. Comprándoles en grandes volúmenes. Por eso decimos que los clientes son quienes generan las ventas, las utilidades y el progreso de las empresas.

Entonces, ¿cual es su fórmula?

"Súper Muebles El Surtidor" debe su éxito a que piensa que el cliente es el rey, ya que a él le debe sus ganancias y su fama del mejor mueblero del rumbo.

"Foto Servicio Ramírez"

Se trata de una pequeña empresa ubicada en Tuxtla Gutiérrez, Chiapas. Su principal giro es el fotorevelado y las fotocopias, aunque también venden rollos de película, algunas cámaras y juguetes y regalos. Este negocio exitoso también piensa que "El cliente es el rey", hecho que les ha permitido llegar a tener ventas y utilidades superiores a las que se habían imaginado, e incluso abrir un nuevo local a unas diez calles del actual. Veamos qué fue lo que hicieron.

Anteriormente, el local de "Foto Servicio Ramírez" ocupaba escasamente veinte metros cuadrados. Había cuatro metros de frente y cinco de fondo. Los clientes siempre estaban amontonados, especialmente los que solicitaban fotocopias, ya que entre dos personas se las arreglaban para atender todo el negocio. Los clientes normalmente debían hacer una larga fila para esperar su turno, fila que a veces llegaba hasta la calle.

Un día, el propietario del negocio, el señor Guillermo Ramírez, al llegar al local, escuchó que sus clientes se quejaban platicando, y decían entre ellos: "lo malo es que nos tenemos que aguantar porque no hay otro negocio de éstos cerca de aquí".

El señor Ramírez comprendió que eso no podía durar mucho tiempo, y que le debía poner un remedio, porque los clientes – pensaba - son lo más importante que tiene un negocio. Fue así como llegó a la conclusión de que podía hacer dos cosas.

La primera: revisar la apariencia del local

Así, el dueño del negocio decidió reacomodar sus instalaciones actuales para poder emplear a otra persona y contratar otra fotocopidora. Todo con el fin de que las personas no tuvieran que esperar tanto tiempo. Para que sus clientes se percataran de su esfuerzo, el señor Ramírez puso en el mostrador un letrero que decía: "Estimada clientela: ahora, para darle la atención que usted se merece, ponemos a sus órdenes nuestro servicio *express*, más rápido y con la misma calidad de siempre".



La segunda: rentar otro local

Don Guillermo Ramírez decidió rentar otro local, como a diez calles del actual, ya que -según los clientes habían comentado- se necesitaba urgentemente, debido a que no había otros servicios de fotocopiado en varias calles a la redonda. En otras palabras, don Guillermo decidió hacerse su propia competencia, a fin de dividir a los clientes y que no tuvieran que hacer una larga fila en el mismo lugar

¿Cuál ha sido el resultado?

Los clientes están tan satisfechos con el nuevo orden, que cada día llegan más personas, que son atendidas amablemente y con diligencia. Es decir, el negocio prospera. Esto es porque el señor Ramírez piensa que: "El cliente es el rey", y trata al cliente como rey.

"Lavandería Latina"

La propietaria de este negocio exitoso es la señora Esperanza Guzmán, quien tiene como ayudante a un muchacho joven, llamado Jacinto López. El establecimiento está ubicado en un barrio de la ciudad de Monterrey, y cuenta con ocho lavadoras, cuatro de agua caliente y cuatro de agua fría.

La lavandería siempre está llena. A simple vista, esto se explica porque hay muy pocas lavanderías en la colonia. Sin embargo, otros competidores no tienen la misma cantidad de clientes que los de la "Lavandería Latina".

¿Cuál es el secreto de la señora Guzmán? Ella también piensa que "El cliente es el rey" y por ello, es una persona sumamente cuidadosa. Mantiene además una serie de reglas dentro de su empresa:

- Recibir al cliente con amabilidad y cortesía.
- Ayudarle a introducir sus prendas dentro de la lavadora.

Recomendarle un detergente específico y vendérselo a buen precio. Recomendarle un suavizante de tela y tener a la mano el cloro necesario para desmanchar la ropa. Ofrecer al cliente buenas materias primas es parte muy importante de un buen servicio.

Ofrecer asiento al cliente mientras espera. Las sillas siempre están impecables y hay una mesita con revistas sobre temas diversos.

Cuando la lavadora ha terminado de exprimir las prendas, la señora Guzmán o Jacinto ayudan a los clientes a meterla en la secadora, o bien a doblarla y acomodarla dentro de las bolsas. Esto permite agilizar la operación, a fin de que los clientes que están esperando no tengan que perder mucho tiempo.

Cuando los clientes dejan sus prendas para que la lavandería les proporcione el servicio completo de lavado y secado, la señora Guzmán y Jacinto procuran tenerla siempre a tiempo, para que cuando el cliente la recoja no tenga que esperar.

Finalmente, al momento de cobrar, siempre preguntan a la clientela si estuvo satisfecha con el servicio y la invitan a regresar de nuevo.

Fundamentos de negocio

Mercadotecnia > El ABC de la mercadotecnia > El cliente es el rey



Poner en práctica estos puntos no cuesta mucho más, y sí puede traer beneficios importantes. Por eso su lavandería siempre está llena.