

La agenda

Gestión

por Francisco Barrionuevo



EL CLIENTE (I)

En el mundo de la empresa llamamos cliente a cualquier ente al que le facturamos e intentamos cobrar por unos productos y/o servicios que le hemos servido y esto es una simplificación. El cliente es algo más, es el motivo de la existencia de las empresas, por ello el futuro de la empresa dependerá de la buena o mala gestión de clientes que se realice y del nivel de satisfacción –y por tanto de fidelización– que consigamos. Si la mayoría de tus clientes son exigentes, date por satisfecho, es una bendición, pues tendrá como consecuencia directa que tu organización salga de la zona de confort a la que tiende por naturaleza o dicho de otro modo, hará que nos pongamos las pilas y esta situación es muy recomendable para que nuestras empresas sean competitivas.

Por otro lado, hay que intentar evitar que el cliente nos ningunee, imponiendo sus criterios sin más y obligando al proveedor a ir más allá de lo acordado, utilizando su poder e influencia. Esta situación puede tener efectos colaterales muy perniciosos para la empresa, pues hay que gestionar de forma racional los recursos, al ser finitos y ajustados a las necesidades actuales, por tanto un mayor esfuerzo injustificado en un cliente, al final termina pagándolo otros clientes, que en modo alguno se lo merecen y, aunque los empresarios y directivos intentemos evitarlo, esto termina sucediendo de forma irremediable.

Una profesora que tuve del área de operaciones afirmó que el cliente era por naturaleza frívolo y egoísta. En aquel momento no lo entendí, pero qué razón tenía. Como clientes tomamos esa actitud y nos creemos que todo debe de girar a nuestro alrededor, por eso debemos ser lo suficientemente comprensivos e intentar hacer entender al cliente cuáles son los compromisos según el contrato o acuerdo al que han llegado ambas partes. Además, se puede dar la circunstancia en la cual al proveedor se le olviden estos compromisos y –lo que es peor aún– que el cliente tenga que recordárselos. Si esto ocurre, ¡cuidado!, estaremos en manos del cliente y en ese momento se le abrirá una ventana de oportunidad que podemos estar seguros que aprovechará y como consecuencia más directa se producirá una pérdida de márgenes, desconfianza del cliente y deterioro en las relaciones cliente-proveedor.

HAY QUE EVITAR QUE EL
CLIENTE NOS NIGUNEE,
IMPONIENDO SUS
CRITERIOS SIN MAS

Francisco Barrionuevo es presidente del Grupo Novasoft

Expectativas

SUPLEMENTO DE ECONOMÍA, AHORRO Y EMPLEO

PRENSA MALAGUEÑA S.A.

Director General: Juan J. Soto Bermúdez

Director: José Antonio Frías Ruiz

Subdirector: Pedro Luis Gómez

Secretario General de la Redacción: Leopoldo Canivell

Info de Información: Julián Quijón