

Brechas del servicio y la perspectiva de un cliente.

<https://katherig.github.io/>

KATHERI GUARDIOLA RAMÍREZ
MARKETING DE SERVICIOS
5^{TO} SEMESTRE
FACULTAD DE MERCADOTECNIA

En nuestra vida diaria todos nos vemos en la necesidad de utilizar servicios y nos encontramos en una constante creación de opiniones acerca de los servicios que ocupamos y todo esto gira en torno a las expectativas que tenemos sobre ellos, pero ¿qué pasa cuando estos servicios no cumplen con estas expectativas?

Como consumidores muchas de las ocasiones nos encontramos expuestos a sentirnos insatisfechos con algún tipo de servicio que no se haya adecuado a nuestras exigencias y expectativas, abriendo brechas entre nosotros y la empresa que da el servicio.

Es un gran problema no tener conocimiento sobre las expectativas del cliente y no saber lo que espera, aquí puedo hablar acerca de aquellas empresas que no saben cómo compensar a un cliente cuando tienen un error o no dan solución a las quejas que estos tienen, encuentro esta problemática muy común de las empresas que ofrecen servicios de conexión a internet, y generalmente se convierte en algo desagradable el que no se solucionen las problemáticas reportadas y es que, según la empresa de software de servicio al cliente, Zendesk Inc, “Aproximadamente la mitad de los clientes afirma que se iría a un competidor después de tener una sola mala experiencia” (Zendesk Inc, 2020).

Algo que también he apreciado es el encontrar que no a veces las empresas no cuentan con procesos sistematizados, un ambiente de servicio apropiado y que además, no saben cómo hacer para dar lo que los clientes esperan, por ejemplo, imagine que va a un negocio de ropa, usted como cliente espera que este tenga un buen acomodo así como una buena atención, al llegar en busca de lo que le interesa y no encontrarlo por un deficiente acomodo y diseño, espera que alguien lo asesore, sin embargo este negocio no cuenta con alguien que le dé la atención que usted como cliente necesita, esto transformará la expectativa que tenía sobre el negocio en una no muy buena probablemente.

Otro aspecto es que la empresa no entregue un servicio de acuerdo con los estándares ya definidos, ¿cuántas veces no se ha encontrado con algún empleado que no es muy productivo en su trabajo o que no cuenta con las suficientes herramientas para llevar a cabo sus actividades?, es algo común en mis experiencias, sobre todo en los negocios “Oxxo”, los cuales muy comúnmente tienen máquinas deficientes, haciendo tedioso recibir el servicio y resultando igual para los trabajadores, teniendo una baja en su productividad, tener las herramientas necesarias hace más sencillo el trabajo y por tanto, da empleados eficientes.

Es común encontrar comunicación de parte de las empresas que sobre-promete, publicidad engañosa en pocas palabras, esto eleva nuestras expectativas y muy comúnmente terminamos decepcionados si el servicio no las cumple, esto como cliente me hace perder el interés por seguir consumiendo servicios de dichos establecimientos, un ejemplo de esto muy presente en mis experiencias, son aquellas empresas que ponen a la venta productos con promociones muy visibles y llamativas pero, si hay algún tipo de condición al cliente estas se ponen en letras

muy pequeñas, dificultando la comprensión total de lo que engloban dichas promociones.

Lo ideal sería que la expectativa y percepción sobre un servicio no difieran, como cliente, son pocos los negocios que han cubierto este aspecto, esto considero que es muy importante ya que una vez se cierra esta brecha y no hay diferencia entre la expectativa y percepción del consumidor entonces, se ha entregado un servicio de calidad.

¿Será que un día todas las empresas podrán brindar un verdadero servicio de calidad a los clientes?, a lo largo del tiempo el servicio al cliente ha ido adaptándose mejor a las necesidades de estos, buscando cada vez mejores formas de ofrecer un servicio de calidad, tal vez es muy utópico pensar que en el futuro podrá existir un servicio al cliente “perfecto”, sin embargo, no entra en duda que cada vez son más las empresas que prestan atención hacia las exigencias de su público y que, a su vez, son cada vez más los clientes que buscan un servicio de muy buena calidad aprendiendo a diferenciar y notar las deficiencias que llegan a tener estos y de esta manera en un conjunto, ayudando a las empresas a mejorar dichos servicios.

Referencias

Zendesk Inc. (2020). *Informe de Zendesk sobre las tendencias de la experiencia del cliente de 2020*.

Obtenido de Blog de Zendesk: [https://zen-marketing-](https://zen-marketing-content.s3.amazonaws.com/content/resources/Zendesk_CX%20Trends%20Report%202020_Final_es-LA.pdf)

[content.s3.amazonaws.com/content/resources/Zendesk_CX%20Trends%20Report%202020_Final_es-LA.pdf](https://zen-marketing-content.s3.amazonaws.com/content/resources/Zendesk_CX%20Trends%20Report%202020_Final_es-LA.pdf)