

## Cada Queja es un Regalo

### Claves para adaptar tu Producto en Tiempos de Crisis

Por Fernando Moreno\*

¡Que ningún clientes se queje, por favor! Sí, ese es normalmente el objetivo en las empresas, de esta forma se evitan crear conflictos internos, y cuando se produce alguna queja por parte de algún cliente, existe una alta urgencia en ocultarlo para que no trascienda.

¿Y si se mira desde un punto de vista diferente? Realmente al recibir una queja no sólo debe la empresa disculparse por el problema con el cliente, sino que debe buscar la manera de resolver positivamente la situación y sacarle provecho para mejorar. **“Lo peor es que el cliente se vaya y no haya dicho nada o diga que todo está bien, cuando en realidad no piensa eso. Debemos provocar la queja para realmente saber cómo lo estamos haciendo”** especialmente ahora que está cambiando el mercado y tenemos que saber qué es lo que quiere el cliente, o no llegaremos a saber por qué nos expulsaron del mercado.

Las quejas son en realidad una bendición y deben ser siempre bienvenidas porque nos dan una oportunidad inigualable para conocer al cliente y mejorar. Usted pensará, es cierto que las quejas nos permiten mejorar, pero ¿no es un poco exagerado pensar que son una bendición y que sean siempre bienvenidas, ¿no estaremos provocando o motivando quejas que pueden perjudicar a la empresa?

La idea es que usted haga todo para no tener ni una sola queja, pero que luego las busque, y cuando reciba una, primero debe creer firmemente que es una bendición e inmediatamente, acto seguido, debe darle la bienvenida y buscar soluciones que las resuelva de raíz.

La mayoría de sus clientes nunca le va a decir nada, pero no volverá y, lo que es peor, se lo contará a otros que ni siquiera intentarán visitar su negocio y usted nunca sabrá por qué, ni qué hacer para que venga más gente. La mayoría de las empresas y sus directivos prefiere no tener quejas, tiene la creencia de que si no hay quejas todo va bien, una creencia muy peligrosa y común, por eso la mayoría tiene negocios comunes. En marketing lo común es malo, lo diferente tiene oportunidad de triunfar.

#### Consejos Pyme Coaching

Debemos desarrollar un **Plan de Encuestas**, una vez tengamos constantemente opiniones de nuestros clientes, cuando haya alguna disconforme, hay que desarrollar un **Formulario de Quejas** que se rellene inmediatamente, si es posible delante del cliente y tomando su información, mientras se le pide disculpas y se intenta solucionar el problema.

Conozco empresas donde se le toma el número de teléfono o móvil y luego, cuando se ha solucionado, se le llama para avisarle y agradecerle haber presentado la queja. Muchos se sorprenderán de que usted

se tome a bien una queja. Créame, son muy pocos, casi no conozco negocios que tengan sistemas para aprovechar las quejas.

Luego debe tener una continuidad con otro formulario de **Mejoras a Implementar** donde se busca y encuentra la manera de aprovechar cada queja para perfeccionar las operaciones del negocio. Pero antes recuerde entrenarse mental y emocionalmente para que cuando reciba la próxima queja, empiece a cambiar su manera de responder ante ellas: ¡dele la bienvenida y rellene el formulario!

\* Extracto del libro **Ventas Up** (Editorial Alvalena), autor Fernando Moreno. Capítulo 2: página 38

[www.pymecoaching.com](http://www.pymecoaching.com)