

Percy Marquina  
Director de CENTRUM PUCP

## ▼ ▼ ▼ Para levantar las ventas, mejora tu experiencia del cliente



Percy Marquina · Director general · CENTRUM PUCP

¿Cuánto sabemos de qué tan bien lo pasan nuestros clientes o consumidores cuando usan nuestro servicio o cuando adquieren un producto? ¿Conocemos si en la travesía de la atención estamos dejando momentos memorables que les harán pensar en una siguiente compra o en recomendar nuestro servicio a alguien más?

Esas son algunas de las preguntas que todos los que vendemos algo debemos hacernos. Su importancia radica en que hoy en día las variables vinculadas a la experiencia del cliente son las más poderosas para concretar una compra ya sea de un producto o un servicio. Es decir, la experiencia que en el proceso de la venta pueda ofrecer una marca a sus clientes está cobrando gran relevancia como la calidad del producto en sí misma.

Hoy, gracias a índices que miden la experiencia del cliente en distintos sectores, como CX Index desarrollado por Centrum PUCP, Datum Internacional y Xcustomer Group, es posible saber que la importancia de las variables asociadas todo el proceso de venta, como son la confianza, la simplicidad y la experiencia que reciben sus clientes; están creciendo en relevancia en el corto plazo. Este índice también nos permite conocer qué sectores o segmentos de la economía tienen un mejor desempeño en dichas variables en el país, para a partir de esa información de quienes lo están haciendo bien, otras empresas puedan realizar los ajustes a sus modelos de negocios y la gestión comercial para mejorar la experiencia que brindan a sus clientes.

En ese sentido, el año pasado, quienes destacaron fueron los centros comerciales, farmacias y tiendas de mejoramiento del hogar, sectores que obtuvieron los puntajes más altos en cuanto a experiencia al cliente.

Los que obtuvieron los puntajes más bajos deben trabajar en la experiencia que brindan en todos sus puntos de contacto con sus clientes, mediante una estrategia que coloque al cliente en el centro de sus decisiones de la gestión del negocio. Empecemos a pensar cómo nos acercamos a nuestro público, qué les decimos en cada etapa del proceso de compra, cómo los tratamos y si la forma en que los atendemos en todo ese proceso es sencilla, simple o si genera confianza. Muchas veces, en los procesos de atención nos enfocamos más en que el proceso sea simple para nosotros, sin preocuparnos en la experiencia que estamos ofreciendo a nuestros clientes.

No olvidemos que centrarnos en brindar una experiencia memorable para nuestros clientes es clave para la formulación de estrategias empresariales que nos aseguren una diferenciación en el mercado.