



02// El tacto de las personas de contacto

En este artículo me voy a centrar en un aspecto clave para cualquier operador de transporte y operador logístico: **las personas de contacto con el cliente.**

Pues bien, debemos reflexionar sobre quiénes son las personas de contacto con el cliente en nuestra empresa y como gestionan dicho contacto. Esta gestión, mal encauzada, puede tirar por la borda todo el esfuerzo previo realizado por el departamento comercial en el momento de captación y, posteriormente, por el departamento de operaciones en el momento de la ejecución del servicio.

Por otro lado, bien llevada a cabo, será una herramienta clave para la fidelización del cliente. Para dar más fuerza a mis palabras, voy a traducir lo anterior en cifras:

¿Por qué se pierden los clientes?

- 1 % Porque se mueren
- 3 % Porque se mudan a otra parte
- 5 % Porque se hacen amigos de otros
- 9 % Por los precios bajos de la competencia
- 14 % Por la mala calidad de los productos / servicios
- **68 % Por la indiferencia y la mala atención de repartidores, telefonistas, secretarias,**



despachantes, cobradores, vendedores... en definitiva, DE LAS PERSONAS DE CONTACTO.

Es nuestra obligación como directivos, responsables, gerentes, etc... el no dejar al azar este aspecto tan clave y estratégico. ¿Cómo lo podemos solucionar? Con formación acorde a los criterios de la empresa y al plan estratégico de la misma. Claro que para eso hace falta tener, previamente, un criterio definido y por escrito y plan estratégico. Bueno, de esto nos ocuparemos en otro artículo.

Lamentablemente, para nuestras organizaciones y afortunadamente para su competencia, la mayoría de las veces, cuando nos damos cuenta, es demasiado tarde. Un cliente menos, que hoy en día, es un bien escasísimo.

Artículos sobre gestión empresarial

por Carlos Correa Rodríguez



Además, debe tener en cuenta que un cliente que se considera “mal tratado” es muy difícil de recuperar y se puede convertir automáticamente en una mala publicidad para nuestra empresa, lo que denominamos “boca a oreja negativo”.

Consecuentemente tenemos la obligación de formar a nuestro personal de contacto “front office” para que sean una fortaleza dentro de la empresa y no solo sean una herramienta fidelizadora de nuestros clientes sino que además sean capaces de identificar nuevas oportunidades de negocio para su empresa.

Para finalizar, le lanzo unos puntos para reflexionar:

- ¿Tengo claro la importancia de la formación de las personas de contacto de mi empresa?
- ¿Busco los recursos humanos acordes al puesto que necesito cubrir o adapto la persona al puesto?
- ¿Chequeo con mis clientes el trato que reciben por parte del personal de mi empresa?
- ¿Implico al personal de tráfico, repartidores, conductores, comerciales, responsables de área... en que se den cuenta lo importante que es tener clientes contentos y fieles?

Tenga en cuenta que el bien más importante de cualquier empresa es el capital humano y creo que el invertir en su formación, a parte del incentivo emocional, tiene un retorno a muy a corto plazo.

