

RESUMEN

Como toda teoría de estudio, resulta complejo entender que las primeras teorías sobre la administración no consideran el servicio al cliente como elemento principal para el éxito de cualquier organización. Inicialmente se buscaba producir y vender, la ciencia estaba en maximizar la productividad. Paulatinamente se fue “ablandando” la teoría, la administración empezó a cuidar tanto al trabajador como el cliente, junto con buscar mejorar las relaciones al interior de la fábrica.

Posteriormente pudimos ver como el mundo se fue ampliando, tanto para los proveedores como los clientes, quienes cada vez empezaron a exigir un producto acorde con sus necesidades y sus gustos. Masificándose el término servicio al cliente, por ende se empezaron a crearse nuevas organizaciones, en localidades donde solo había existido una y un único proveedor. Empezó a hablarse y vivirse la globalización y fue emergiendo la figura de “el cliente”, como el individuo que decide donde compra y a quien le compra.

Esto ha revolucionado el mundo empresarial y las teorías de la administración. Ahora se reconoce que una empresa tiene sentido y su razón de existir es porque cuenta con clientes, porque ofrece productos y servicios, que satisfacen las necesidades de unas personas y porque con su servicio supera las expectativas de esos clientes.

Toda empresa que desea permanecer en el mercado, que se propone crecer y ser exitosa, debe saber con precisión ¿quién es su cliente?, conocerlo, mantenerlo y fidelizarlo. Si se descuida uno de estos cuatro aspectos, se incrementa el riesgo de desaparecer. Es por ello que la dirección de la empresa o negocio, desde su propietario, pasando por todos los trabajadores que hacen parte de la empresa: gerentes, directores, operarios, secretarias, mensajeros, aseadores, vigilantes, todos deben conocer quien es el cliente de la empresa, cual es la promesa de venta o compromiso que ha hecho la empresa con ese cliente, se contribuye con ese compromiso y de una manera consciente se vive la relación con el cliente, relación a la que se le llama “Servicio al Cliente”.