

El perfil del **gestor de clientes** en empresas de servicios: 20 **características para la excelencia**

La actual coyuntura económica, en la que se ha instalado la desconfianza y la incertidumbre del consumidor, hace más necesario, si cabe, aumentar la cercanía a nuestros clientes para escuchar con atención sus demandas, con el objetivo de optimizar nuestros esfuerzos de marketing en este entorno de incertidumbre.

SERGIO BERNUÉS CORÉ y JUAN CARLOS ALCAIDE, gerente y director del Instituto de Marketing de Servicios (IMS)

En la situación actual, la figura del gestor de clientes adquiere una importancia capital, como mediador entre el cliente y la compañía, ya que debe ser un elemento de cohesión que dificulte la pérdida de clientes. Estableciendo lazos duraderos entre los mismos y la empresa.

Es el responsable de humanizar la relación empresa-cliente. Convirtiéndose en un exper-

to asesor encargado de ofrecer soluciones a los clientes, fundamentadas en la satisfacción y la superación de expectativas. Elevando, de esta forma, los niveles de fidelización y retención de los mismos.

Es indudable que aumentan los niveles de fidelidad si las empresas cuentan con asesores expertos que humanizan los valores que trasmite la empresa, aportando calidez a la relación y haciendo tangible el servicio.

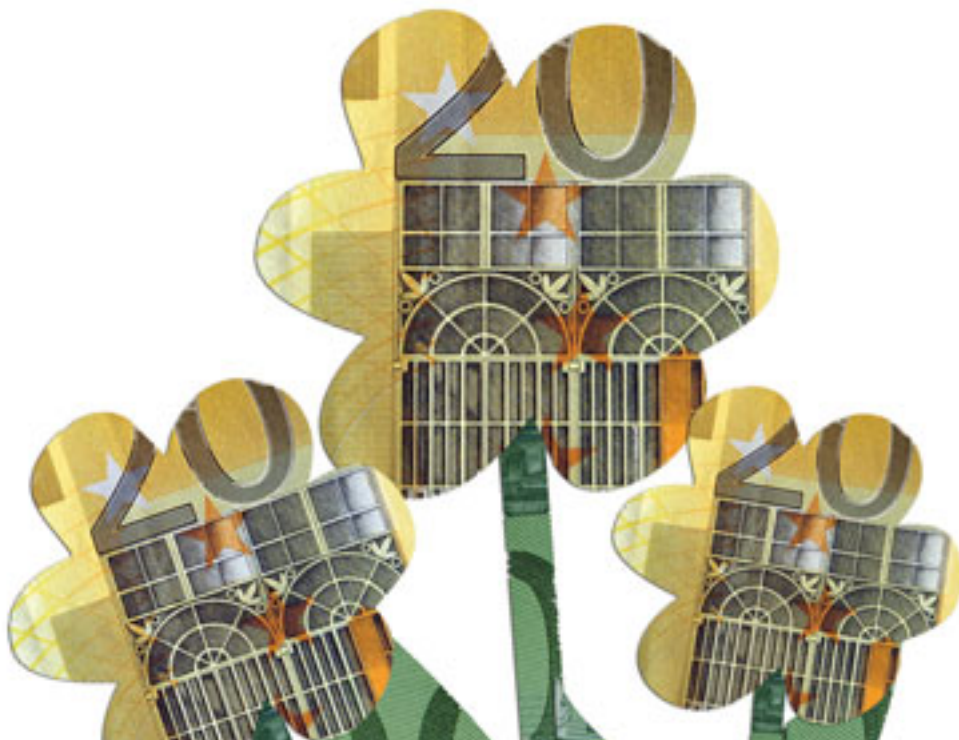
En función de nuestra experiencia y ayudados por las conversaciones mantenidas con muchos de nuestros clientes hemos tratado de diseccionar la figura del gestor de clientes, con el objeto de establecer un perfil ideal.

En ocasiones la figura del gestor de clientes es tal que llega a ser más importante para el cliente que la compañía a la que representa y en caso de abandonarla el cliente se va con él. Muestra de la importancia que debe tener esta figura para una empresa.

Hemos querido concentrar las conclusiones más interesantes extraídas de nuestras apreciaciones en 20 habilidades esenciales que todo gestor de clientes excelente debe poseer.

FICHA TÉCNICA

Autores:	BERNUÉS CORÉ, Sergio y ALCAIDE, Juan Carlos.
Título:	El perfil del gestor de clientes en empresas de servicios: 20 características para la excelencia.
Fuente:	Capital Humano, nº 237, Suplemento Selección y Desarrollo, pág. 62, Noviembre, 2009.
Resumen:	En la situación de crisis actual, la figura del gestor de clientes adquiere una importancia capital, como mediador entre el cliente y la compañía, ya que debe ser un elemento de cohesión que dificulte la pérdida de clientes. Es el responsable de humanizar la relación empresa-cliente. En ocasiones, la figura del gestor de clientes es tal que llega a ser más importante para el cliente que la compañía a la que representa y en caso de abandonarla el cliente se va con él. Los autores han identificado 20 características que resumen el perfil ideal del gestor de clientes de cualquier empresa.
Descriptores:	Selección de Personal / Marketing.



© Marem.

¿CÓMO DEBE SER EL GESTOR DE CLIENTES IDEAL?

A continuación hemos tratado de establecer un retrato robot del gestor ideal, aglutinando todas las habilidades que debe poseer para tener éxito en estos tiempos de incertidumbre.

1. **Sociable.** Con una capacidad extraordinaria para interrelacionarse, disfruta del contacto con la gente y tiene verdadero interés por las personas.
2. **Asertivo.** Es consciente de sí mismo, de sus fortalezas y debilidades. Transmite confianza y seguridad, adoptando en todo momento un estilo de comunicación orientado al objetivo a alcanzar y no a la situación.
3. **Autoconfianza.** Un gestor excelente, debe ser capaz de buscar en su interior los resortes que le activen y pongan en marcha, aportando decisión y seguridad para sacar el máximo potencial en los momentos claves.
4. **Honestidad.** Debe comportarse y expresarse con coherencia y sinceridad. Siendo transparente y evitando el engaño. Hoy por hoy los consumidores están demandando claridad y transparencia.
5. **Discreción.** Para reforzar los lazos con los clientes tiene que ser discreto ya que en ocasiones conocerá información privilegiada que no debe difundir, de otra manera perdería su credibilidad de cara a los clientes.
6. **Entusiasmo e iniciativa.** Es fundamental vivir con pasión lo que hacemos y disfrutar. Es imposible alcanzar todo nuestro potencial si no nos apasiona aquello que realizamos.
7. **Disposición a trabajar duro.** Todos los tiempos son buenos para aquellos que están dispuestos a trabajar duro. Todo objetivo requiere un esfuerzo y una dedicación vital para alcanzar el premio esperado, todavía más en tiempos de incertidumbre.
8. **Actualización.** El gestor excelente lee libros, asiste a cursos, observa y aprende de los otros vendedores excelentes. Aprovecha las nuevas tecnologías para mejorar la efectividad de su trabajo y ofrecer un mejor servicio a sus clientes.

- 9. Adaptabilidad.** Es fundamental la capacidad de adaptación a los cambios. Teniendo la suficiente flexibilidad para adecuarse a las nuevas demandas de los clientes.
- 10. Proactividad.** Hablamos de una persona que toma la iniciativa en el desarrollo de acciones creativas y audaces para generar mejoras, haciendo prevalecer su libertad de elección frente a las circunstancias. Adelantándose de esta manera a los problemas que puedan surgir.
- 11. Apariencia personal.** Debe cuidar al máximo su apariencia con el objeto de transmitir una imagen de profesionalidad y cercanía. Para ello es fundamental prestar atención a la vestimenta y a sus gestos generando un porte agradable y seguro.
- 12. Positivismo.** El optimismo es esencial en cualquier trabajo por lo que es bueno que un gestor de clientes extraiga conclusiones positivas de todo aquello que le suceda. Fomente la autocrítica y aprenda las preciadas enseñanzas que le ofrecen sus fracasos.
- 13. Creatividad.** Busque soluciones creativas a los problemas, no renuncie a nada que pueda ser necesario solo por que carece de los medios adecuados. Tenga flexibilidad mental, huya de modos de resolución preconcebidos y hágalo de manera distinta.
- 14. Receptividad y empatía.** Recuerde que lo fundamental es el que esta al otro lado: el cliente. Por lo tanto póngase continuamente en su lugar y trate a los demás como le gustaría que le trataran a usted.
- 15. Saber escuchar.** La escucha activa consiste en realizar un esfuerzo por oír y comprender las palabras de nuestros interlocutores. Este esfuerzo exige prestar una especial atención

a las conversaciones aumentando al mismo tiempo la concentración en las mismas. El acto de escuchar con interés y atención a nuestros interlocutores es lo que nos permite interpretar correctamente los mensajes verbales y no verbales emitidos, comprender mejor sus necesidades, afectos y emociones y participar en las conversaciones de forma equilibrada.

- 16. Saber hacer preguntas.** Tan importante como escuchar será su capacidad para formular las preguntas adecuadas, las cuales le permitirán obtener la información necesaria para ofrecerle al cliente un servicio excelente, identificando sus necesidades y deseos.
- 17. Actitud comercial.** Recuerde que la venta es un arte y usted ofrece soluciones que aportan valor a sus clientes. Por lo tanto debe estar dispuesto siempre a vender pero sin que se note, para no incomodar al cliente. Sugiriendo, asesorando...
- 18. Disposición para las matemáticas.** Es importante saber que todos los clientes son iguales pero algunos lo son más que otros por lo que debe optimizar su tiempo y recursos con aquellos que más rentabilidad le aportan o con los que usted cree que se la pueden aportar en un futuro.
- 19. Capacidad de análisis.** El mundo de la venta consiste en analizar las diferentes situaciones y tomar decisiones en función de la información extraída. Cuanto mayor sea nuestra capacidad para percibir los detalles y sacar conclusiones, mayores serán nuestras posibilidades de éxito.
- 20. Cierta agresividad comercial... pero con tacto.** El gestor de clientes debe mostrar una moderada agresividad comercial, que se fundamente en la autoconfianza y el control, con la indiscutible seguridad de que es capaz de ofrecer la mejor solución posible a sus clientes. Una agresividad expuesta con tacto para no intimidar, que aumente la credibilidad y la confianza del cliente, y refuerce la relación comercial. Transmitiendo acción y capacidad para adelantarse a los problemas que

El gestor de clientes adquiere una importancia capital como mediador entre el cliente y la compañía, ya que debe ser un elemento de cohesión que fortalezca y humanice la relación entre ambos

puedan surgir. Ofreciendo continuas sugerencias de mejora.

EN DEFINITIVA

Se trata de buscar dotarse de herramientas que permitan desenvolverse con éxito en un entorno de incertidumbre, cambiante y cada vez más complejo. En el que solo sobreviven los más preparados, aquellos que fundamentan su tarea en los siguientes aspectos:

- Una formación e información continua, referente al entorno y aquellos que interactúan en él, que permita adecuar su perfil a la nueva realidad que el mercado reclama.
- Relación basada en soluciones, no en productos y servicios.
- Búsqueda de la excelencia en la gestión de la relación empresa-cliente.
- Personalización del servicio en función de las exigencias del cliente.
- Transparencia: la empresa que habla de forma clara evitando la letra pequeña.
- Información amplia sobre los servicios a disposición del cliente (a veces especialización hace perder negocio).
- Proactividad: el asesor contacta al cliente para hacerle sugerencias. Mantiene una comunicación informal frecuente (Modelo CIF) con el mismo que le permite detectar posibles amenazas y aprovechar oportunidades.
- Disponibilidad inmediata, accesibilidad y cortesía.
- Asesoría para elegir, de modo transparente, las ofertas más adecuadas.
- Frecuencia y modalidad de la relación en función de la elección del cliente y por los medios que el considere oportunos.
- Contactos frecuentes para una gestión proactiva, basada en propuestas, sobre las mejores decisiones de inversión. ▲

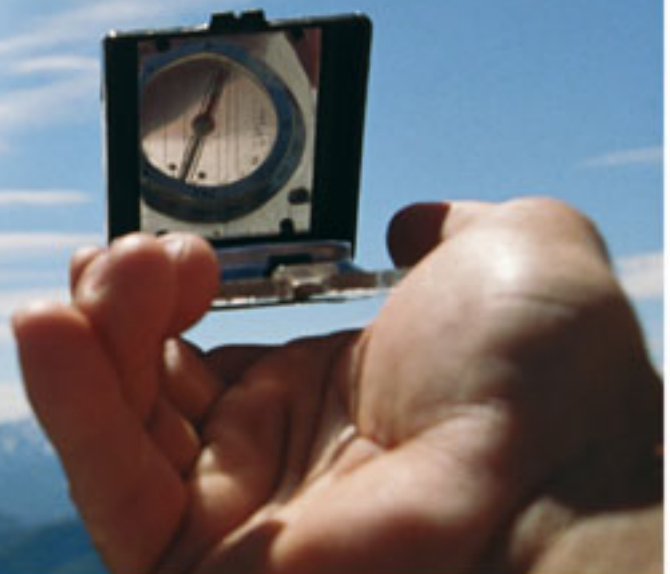
"Si no sabes a donde vas, acabarás en otra parte."

Laurence J. Peter



Gestión Inteligente del Factor Humano

OpenMet te ayuda a decidir qué camino tomar. Podrás descubrir qué necesitas, fijar objetivos, planificar acciones y evaluar sus resultados. Somos la primera plataforma que integra el ciclo de gestión de los recursos humanos en una sola herramienta. De encuestas electrónicas a cuadros de mando en un solo click. La solución más rápida, económica, y avanzada para una gestión inteligente de todos los factores humanos que impactan en el éxito de tu empresa.



Clima laboral • Evaluación de competencias • Diagnóstico comercial • Evaluación de formación
Plataforma tecnológica para consultoras • Satisfacción clientes internos