
CAPITULO 3

Importancia de la creatividad en el servicio al cliente

3.1 Creatividad enfocada a ofrecer un servicio excelente

En estos tiempos nos damos cuenta de que la mayoría de los productos son muy parecidos, las ventajas comparativas pasan por un producto, como calidad, precio recurso humano e información del cliente, de lo cual se puede concluir que cada vez se diferencia menos un producto de otro y es donde el cliente tiene que elegir entre dos productos similares a cuál comprar, es entonces cuando entra en juego El Servicio, donde dependiendo de la manera de prestarlo podremos tener una gran ventaja competitiva, y la decisión de compra dependerá en gran medida de la Calidad del Servicio para que el Cliente quede satisfecho, el servicio debe ser creativo para reforzar una ventaja diferencial ante la competencia.

El buen servicio depende de varios factores para que pueda darse, pero todos se resumen en "La Satisfacción del Cliente". Si vemos el servicio como clientes nos daremos cuenta que no hay mayor molestia que estar frente a un empleado sin iniciativa, apegado a las reglas y sin ninguna motivación para hacer algo extra por nosotros como clientes. Igualmente es muy molesto enfrentarnos a procedimientos burocráticos que no tienen en cuenta para nada nuestras necesidades. Podemos resumir el servicio en dos aspectos fundamentales como lo es "El Personal y los Procedimientos", donde el primero tiene que ver con la atención al cliente, y el segundo con su satisfacción, ya que de nada sirve cumplir con una si se falla en otra, el cliente paga por un resultado y no por una sonrisa, paga por una solución y no por un trato amable. Le hemos dado demasiada prioridad al trato personal y hemos



olvidado el objetivo final. Sin que esto contradiga lo anterior también es de suma importancia destacar que, ante dos opciones con igual nivel de satisfacción para el cliente, éste siempre regresará al lugar donde encontró mejor trato.

□ **La creatividad en el servicio, variable decisiva**

El servicio debe ser, principalmente, flexible y creativo, enfocado a resolver las necesidades del cliente mediante el esfuerzo sincero y la adaptabilidad de las reglas a las situaciones. El servicio es, ante todo, un encuentro entre dos personas, comunicación de alto contacto.

La creatividad en el servicio se puede definir como la capacidad de producir cosas nuevas y valiosas. Una empresa es creativa si su gente es creativa, y la gente es creativa cuando la dejan serlo y la motivan a serlo.

3.2 ¿Cómo originar creatividad positiva en la empresa?

□ **Un cambio creativo es resultante de:**

- ✓ Una excelente comunicación entre las áreas.
- ✓ Empleados y áreas no aisladas del resto de la organización.
- ✓ Ambiente de productividad y logro.
- ✓ Ambiente sano donde las críticas son aceptadas.
- ✓ Un sistema que permita que las quejas y sugerencias sean escuchadas, evaluadas y respondidas al más alto nivel.
- ✓ Un ambiente donde el error no se castiga.
- ✓ Un ambiente de aprendizaje continuo.
- ✓ Un ambiente donde hay flexibilidad en la aplicación de los procedimientos.

Si el producto o servicio de nuestra empresa es muy similar al de la competencia debe darse un Valor Agregado original que genere lealtad en el cliente, que haga que

el cliente regrese, y la creatividad produce nuevas cosas, nuevos conceptos, nuevos enfoques que permiten hacerlo realidad.

El cliente pide, esencialmente la solución a un problema, la satisfacción a una necesidad.

La empresa tiene dos tipos de clientes: el externo y el interno. El empleado tiene dos clientes el cliente externo y la empresa. Cada quien debe velar por satisfacer las necesidades del otro.

Es cierto que el principal obstáculo del servicio es un empleado desmotivado sin iniciativa, apático y autómatas. Detrás de esto siempre habrá un jefe autoritario, presionador, que coarta la iniciativa y no fomenta la comunicación.

Todas las empresas le dicen a su empleado: "Señor empleado, atiéndame muy bien al cliente para que el cliente me compre mucho", pues bien, "Señor empresario, atienda muy bien a su empleado para que su empleado atienda muy bien a su cliente y éste le compre mucho".

En fin, no hay mayor obstáculo al servicio que un JEFE QUE NO CREE EN SU GENTE.

3.3 Educación para el servicio creativo

Infraestructura organizacional

El servicio en niveles de excelencia implica toda una cultura de trabajo y de respeto; y hay que reconocer que en México todavía no logramos tenerla al 100%. Si no queremos ser superficiales sino ir a fondo, tenemos que pensar en crear la infraestructura para el servicio. Sus principales componentes son:

-
- **Una constelación de valores humanos: Un sólido humanismo.**
 - **Sentido ético: vivencia profunda de que la ética no es una camisa de fuerza que inhibe, sino un trampolín de lanzamiento.**
 - **Autoestima; íntimamente ligada a la conducta ética, las personas que se sientan bien consigo mismas y piensan bien de sí tienen la actitud y fuerza necesaria para resistir las presiones a hacer lo fácil o lo lucrativo más bien que lo correcto.**
 - **Una tradición de excelencia, un gusto por hacer bien las cosas; con un enfoque de sistemas: en la empresa la calidad óptima no se reduce a un departamento, sino que a todo la empresa.**
 - **Participación: la empresa es una comunidad; goza de un liderazgo de coordinación, no liderazgo de imposición; Una gerencia que ha entendido que la comunicación es calle de dos sentidos, diálogo creativo. Uno de los termómetros puede ser que apenas hay rotación de personal.**
 - **Valorización del trabajo. El personal experimenta habitualmente la alegría de trabajar.**

Acciones específicas

- **Fomentar cursos de desarrollo de la autoestima: Necesaria a las dos partes, para dar altura y categoría al trato mutuo, tanto en el prestador del servicio como en el receptor del servicio.**
- **Ir creando de manera explícita y consciente entre el personal de cada empresa una filosofía positiva del trabajo: comprender que ejercer un oficio o profesión es un privilegio. Una síntesis de los principios y actitudes conducentes a tal efecto puede ser el siguiente decálogo:**

-
1. **TENGA FE EN USTED**, en sus ideas y en su trabajo. La fe desencadena los poderes creativos, cuando quiere crecer y espera, su mente descubre horizontes y caminos.
 2. **ACEPTE QUE LAS COSAS QUE VALEN** mucho suelen costar mucho. Los premios no se otorgan al principio de las carreras, sino al final. Sin esfuerzo y perseverancia no se llega lejos.
 3. **SEA ESPONTÁNEO**. Sea sincero en la búsqueda de sí mismo y de sus ideales.
 4. **NO SE CONTENTE CON EL SER**. Piense siempre en el poder ser, habitúese a imaginar las situaciones y las cosas diferentes de cómo son y han sido. ¿Por qué?, y ¿por qué no?
 5. **VEA EN SU CREATIVIDAD BIEN REALIZADA**, el antídoto contra la rutina, el tedio, la represión neurótica y el hastío de la vida. Piense en la creatividad como algo interesante y divertido.
 6. **VIVA ABIERTO A LA VIDA**, a las personas, a las nuevas experiencias, y las podrá hallar en todas las gentes y en todas las situaciones.