



CÁMARA DE  
COMERCIO  
E INDUSTRIA  
DE EL SALVADOR

---

## MODULO XII – SEGUIMIENTO POST VENTA

---

Programa incrementando la competitividad para la venta



## CONSEJOS CLAVES PARA DAR UN BUEN SERVICIO POSTVENTA

- Agradecer la compra.
- Visitarle, llamarle o de alguna otra forma pedirle al cliente que nos hable de su experiencia con nuestro producto o servicio.
- Escuchar
- Ofrezca servicios de asesoramiento en el uso y mantenimiento de sus productos, si por sus características estos lo requieren
- Ofrezca servicios de asesoramiento para la instalación, o bien servicios de instalación si el producto lo requiere.
- Los servicios de reparación deben ser rápidos y de calidad.

La percepción de calidad es la diferencia que existe entre las expectativas del cliente, que es lo que éste espera obtener como consecuencia de la prestación del servicio, y lo que en realidad obtiene:

(Calidad = expectativa - realidad).

Los objetivos son:

- Satisfacer.
- Prevenir errores.
- Ser competitivo.
- Mejorar continuamente.

La calidad tiene que ser un compromiso desde el primer contacto con cliente siguiendo con la venta y manteniéndolo en cualquier relación que se establezca después de la misma, es decir, en los servicios relacionados con la post-venta.

La calidad no solamente tiene que ver con las características del producto si no con la atención que pueda recibir una vez realizada la compra.

Gracias a la buena calidad de un servicio post-venta, la empresa es capaz de hacer mejoras en cuanto a sus productos y a sus servicios, es decir que, la empresa puede tener una mejora continua interactuando con los clientes.

## ¿CÓMO HAGO ÉSTE SEGUIMIENTO POSTVENTA?

Las técnicas más habituales son:

- Teléfono
- Carta o e-mail
- Buzón de sugerencias
- Panel
- Encuestas
- Visita personal
- Mystery shoppers
- Análisis de clientes perdidos

**Teléfono:** llame al cliente para agradecerle su compra, interesarse por su experiencia al usar el producto o servicio y ofrecerse a resolver cualquier duda. Es un sistema directo y personal que cuesta muy poco, pero el gesto es acogido muy positivamente por parte de los clientes.

**Carta o e-mail:** otra posibilidad es enviarle un mensaje escrito al cliente pocos días después de su compra. Es más sencillo hacerlo mediante un correo electrónico; pero si se toma la molestia y el coste de enviar una carta, los beneficios sobre la satisfacción del cliente se multiplicarán.

**Buzón de Sugerencias:** Método sencillo, económico, rápida implementación. Los clientes tienen a su disposición formularios donde los clientes puedan anotar sus comentarios, sugerencias y quejas.

**El Panel:** Encuestas periódicas a los clientes, para analizar la diferencia entre expectativas y satisfacción.

**Encuestas:** Encuestas entrevistando a un grupo representativo de clientes para lograr el mismo objetivo del Panel.

**Visita personal:** no es lo más habitual ni lo más práctico, pero en algunos clientes de cierta importancia vale la pena concertar una cita de seguimiento tras la venta. Además de valorar su satisfacción y aclarar dudas, aproveche la visita para buscar nuevas oportunidades de venta.

**Mystery shoppers:** Consiste en contratar personal eventual para que actúen como clientes en un ciclo completo; es decir, "exponerlos" a las actividades promocionales de un producto determinado hasta que realizan la compra del mismo (como clientes disfrazados). Finalmente hacer un reporte completo.

**Análisis de clientes "perdidos":** Acudir a los clientes que cambiaron de proveedor o que simplemente dejaron de comprar. Por lo general, son los "ex-clientes" quienes conocen aquellos puntos débiles de la empresa o del producto que resultan en la pérdida de clientes (de ahí su gran importancia).

**¿Qué técnicas de seguimiento postventa se implementa en su empresa?**

