

# ¿Por qué se pierden clientes?

(Primera parte)

Por C.P.C. Jaime del Valle Noriega  
Consultor independiente  
Ex Presidente del IMCP.  
jdelvallen@prodigy.net.mx

**P**ara lograr la satisfacción del usuario se debe, en primer lugar, investigar a fondo las necesidades de éste, evaluar la calidad del servicio que se le ofrece y hacerlo de tal manera que se rebasen tanto sus expectativas como sus necesidades básicas. Dicho de otra manera, se requiere dar un valor agregado que no espere el cliente, pero que mucho aprecie y agradezca. Y es precisamente aquí donde radica la diferencia entre un servicio profesional común y uno de excelencia.

Con esta breve introducción, señalo de manera sucinta cuáles son las causas frecuentes por las que se pierden clientes. La mayoría de las veces, esto produce malestar, incomodidad y ambiente negativo en el entorno que rodea a la firma y, especialmente, a quienes son parte de la organización porque, en muchos casos, dichas situaciones provocan negligencia, apatía o brotes de sentimientos negativos. Con frecuencia, se emiten juicios sin fundamento y sin haber estudiado a fondo lo que sucede.

Me referiré a nueve causas que he analizado. Por ahora, comparto las primeras cuatro:

**1. Atención insuficiente.** Inicia con una falta de comunicación y de seguimiento al encargo de los asuntos, lo cual denota negligencia y un mal sentido de la responsabilidad. Esto se ocasiona por una ausencia de supervisión cercana y de capacitación en temas técnicos, de comunicación y de recursos humanos. La capacidad técnica existe, pero no es la más adecuada.

**2. Inconformidad del cliente respecto al personal de la firma.** Por lo general, esto se presenta al considerar que la capacidad profesional de los integrantes de la compañía es deficiente, situación demasiado delicada que exige una revisión a fondo de la forma y el enfoque de los trabajos encomendados, la capacitación del personal, y la supervisión y dirección, que, seguramente, no se ejercieron de forma adecuada ni oportuna.



**3. Falta de armonía o entendimiento entre el personal del cliente y la firma.** Similar a comentarios anteriores, seguramente esto se debe a que no se dio la importancia a la capacitación técnica y a otros temas no menos importantes, como la comunicación y las relaciones humanas.

**4. Distintos intereses del cliente.** Esta situación se presenta cuando las preferencias y prioridades del usuario son diferentes a las que se suponían por nuestra parte. Lo anterior ocasiona animadversión o molestia hacia nosotros porque seguramente no supimos enfocar o detectar de manera adecuada los objetivos, preferencias y tipos de servicio que nuestros clientes esperan. También puede ser porque no supimos afrontar y, en su caso, revertir con calidad y servicio profesional, las circunstancias adversas que en el desarrollo del trabajo se nos presentaron. En la segunda parte de este artículo, se abordarán los cinco aspectos restantes. ❁