

*“Los errores  
siempre se pueden  
perdonar si uno  
tiene el coraje de  
admitirlos”*

Bruce Lee



**10 elementos para  
convertir los errores en  
oportunidades de  
fidelización**

Cuando los errores ocurren, lo ideal es atajarlos antes de que salgan a la luz pública y en especial antes de que alcancen a nuestros clientes. Cuando nos ocupamos a tiempo de los errores y evitamos que lleguen a afectar a los clientes, mantenemos la tormenta contenida dentro de nuestro territorio.

Pero lamentablemente muchas veces los errores alcanzan a los clientes y, lo que es aún peor, nos enteramos que los hemos cometido porque vienen desde nuestros clientes, en forma de quejas. Y es allí donde el error alcanza su máximo potencial y constituye el mayor riesgo para nuestro negocio.

¿La buena noticia? Una queja de un cliente, un error cometido, bien manejado, puede convertirse en una oportunidad de aprendizaje, de crecimiento y de fidelización de clientes.

Primero debemos entender qué significa una queja y por qué un cliente la presenta. Por supuesto, una queja se origina en una experiencia de insatisfacción de nuestros clientes. Pero, ¿Cómo se origina la insatisfacción? Por regla general, podemos decir que la insatisfacción proviene de una inconsistencia entre lo que el cliente espera (la idea que tiene de nuestro producto o servicio) y lo que recibe (el producto o servicio efectivamente entregado).

El cliente es la razón de ser de nuestra empresa, es la base de nuestro negocio. Sin clientes no hay negocio, tan sencillo como eso. Cuando hay ruptura o inconsistencia entre la expectativa del cliente y la entrega de servicio o producto y se genera insatisfacción, lo que ocurre principalmente es que perdemos la confianza del cliente. Sea un cliente nuevo, o sea un cliente que nos conoce de experiencias pasadas, la percepción de no cumplimiento de sus expectativas debilita la confianza en nosotros. La confianza se basa en la certeza de que podremos entregar lo esperado, o más.

*Por eso, en el manejo adecuado de quejas, el objetivo principal es **recuperar la confianza del cliente**.*

El manejo de quejas y experiencias de insatisfacción nos da la oportunidad de convertir un cliente que duda de nosotros en un cliente abanderado y defensor de nuestros productos y servicios.

Te resumo a continuación mi modelo de manejo de errores, que resume los 10 principales elementos claves a considerar para un manejo de errores exitoso. Si sigues estos consejos y lineamientos, incrementas la probabilidad de que esos mismos clientes que han manifestado insatisfacción con tu negocio sean quienes te recomienden y regresen a ti cuando vuelvan a requerir productos y servicios como los que puedes ofrecer.

# 10 elementos claves para manejo de errores



## El centro de la solución

**Responsabilidad:** La base de todo el proceso, el punto de partida y el norte que orienta todo el comportamiento, es la aceptación de la responsabilidad por el error. Acepta la queja del cliente, reconoce el problema y asume la responsabilidad por el mismo. Sin este paso fundamental, ninguno de los otros elementos puede producirse de forma efectiva.

## Eje 1: Cambiar el ánimo

Una vez el cliente muestra insatisfacción, partimos de una relación con una persona que tiene hacia nuestro producto o servicio una actitud negativa (no importa la intensidad de la misma). Parte de las acciones para el manejo adecuado implica lograr un cambio de ánimo del cliente retomando la posibilidad de una actitud positiva. Esto involucra tres elementos:

**Objetividad:** No lo tomes a nivel personal. No te ofendas. No te molestes. No te pongas a la defensiva. No comiences buscando excusas. No te sientas culpable. Maneja el proceso con una actitud racional y objetiva.

**Información:** Escucha con atención y apertura al cliente. Trata de entender y aprender todo lo que puedas de su experiencia con tu producto o servicio. Permite que te hagan preguntas. Haz preguntas tú para aclarar cualquier punto turbio y para profundizar en la información que recibes.

**Humildad.** Ofrece disculpas sinceras. La mejor forma de enfrentar un error es pidiendo excusas por los inconvenientes ocasionados.

## Eje 2: Resolver

La resolución del problema es el aspecto fundamental del manejo de la queja. Esto involucra tres elementos:

**Solución:** Resuelve el problema, busca una solución que retorne la consistencia entre las expectativas y lo recibido, para poder cambiar la insatisfacción en satisfacción. Generalmente esto se logra ajustando tu producto o servicio a las expectativas del cliente. No obstante, otras veces puede resolverse ajustando las expectativas, en base a información o explicaciones que hagan entender al cliente los alcances y limitaciones de lo que puede esperar. En todo caso, solamente resolviendo la disonancia entre sus expectativas y lo que recibe podrás efectivamente dar solución al motivo de la queja.

**Tiempo:** No basta solucionar el problema. Debes hacerlo de forma rápida y a tiempo. Un problema atendido tardíamente no resuelve el motivo de la insatisfacción. El tiempo adecuado es un elemento crítico en la solución.

**Comunicación:** No basta con solucionar el problema y hacerlo a tiempo. El cliente debe saber que lo estás resolviendo y debe entender cómo lo estás haciendo. Una efectiva comunicación con el cliente en cuanto a las medidas que estás tomando para atender su queja cierra la percepción de cierre o solución.

### Eje 3: Evitar repetir

El último eje te ayudará a completar la experiencia de restablecimiento de la confianza y evitará la aparición de futuras oportunidades similares, actuando tanto en la percepción del cliente como en tu producto o servicio. Este eje también implica tres elementos:

**Seguimiento:** No basta con resolver la situación. Debes dar seguimiento con el cliente para asegurarte de que la solución fue recibida y percibida adecuadamente, que no tuvo otros desenlaces posteriores que pudieron ser consecuencia de este o que se repitió en el tiempo.

**Aprendizaje:** Esfuérzate por entender las razones que han ocasionado el error de parte de tu empresa y la insatisfacción del cliente, con la consecuente queja. Solamente si entiendes e identificas la raíz del problema puedes prevenir que vuelva a ocurrir, con este o con otros clientes.

**Compensación:** Asegúrate de ofrecer al cliente una compensación o "algo más". Esto, si bien no evitará que el mismo error en sí ocurra, sí evitará que el mismo o futuros errores generen niveles iguales o peores de insatisfacción. Con seguridad un cliente que se siente bien tratado y compensado será más tolerante con futuras experiencias que potencialmente pudieran generar quejas.