

Las claves para conocer las necesidades del cliente

■ JOAQUIM DEULOFEU AYMAR

Todo avanza muy rápidamente y sobretodo cuando hablamos de nueva tecnología. Ejemplos hay muchos, como la identificación de los productos, aquello que considerábamos ya revolucionaria etiqueta de código de barras que nos permite una identificación del producto mucho más rápida y una mejora en la gestión de los stocks, pararemos a la radiofrecuencia de identificación (RFID) que nos dicen revolucionará los procesos logísticos y comerciales de nuestras empresas.

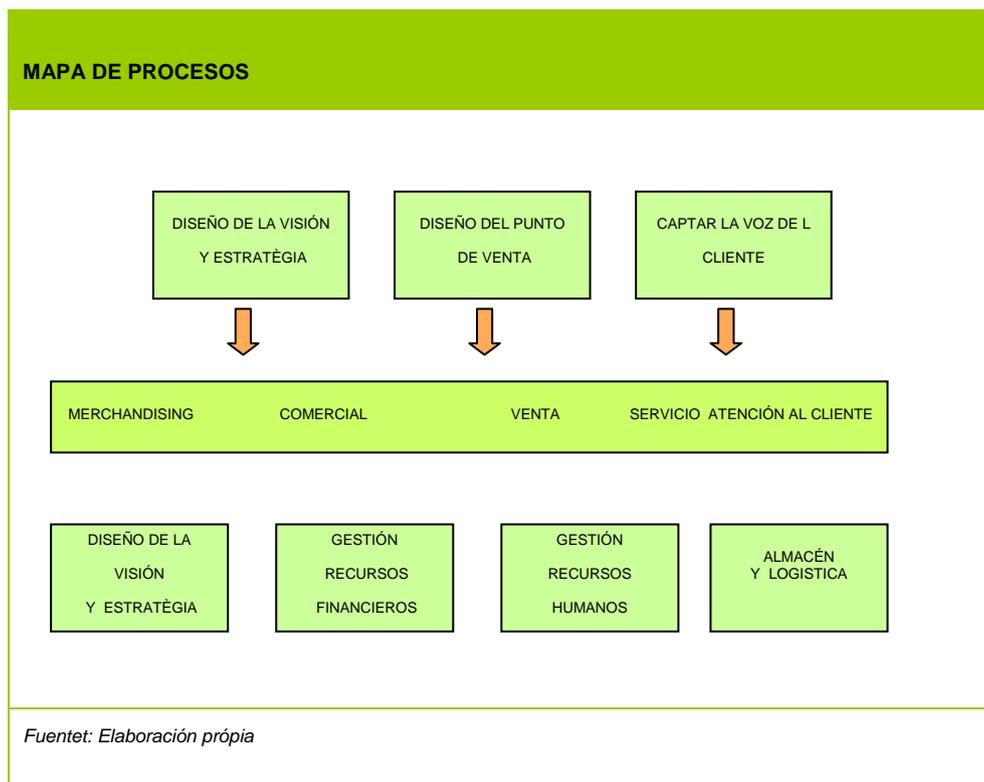
Sea como sea, es cierto que el entorno de los comercios es incierto y la capacidad de respuesta es vital. Por eso hablar en clave de proceso es muy importante, dado que nos ayudará a obtener la suficiente capacidad de respuesta y a la vez cumplir con una de las máximas en nuestros comercios, que es la de obtener la satisfacción de nuestros clientes.

Pero qué quiere decir hablar en clave de proceso en un comercio detallista. Seguidamente intentaré explicarlo. Uno de los primeros procesos que encontramos es el de captar las necesidades de nuestros clientes, dado que a partir de aquí vendrán otros procesos que nos son imprescindibles, como la compra, la gestión de los recursos financieros, la gestión de los recursos humanos, el almacenaje de los productos que hemos adquirido, su distribución a las tiendas, es decir, todo el proceso logístico, y una vez lo tenemos en la tienda, se iniciarán otros procesos, secuencialmente y que configuran los procesos “clave”, como son el proceso de merchandising, el comercial, la venta y el Servicio de atención al cliente. Hasta aquí tenemos identificados los procesos “clave” y los de “soporte”, pero de toda manera nos es muy necesario tener una guía de hacia donde tenemos que dirigir nuestro negocio, para lo cual también podemos identificar los procesos necesarios, que llamaremos

“estratégicos”, como son el diseño de la visión y estrategia, el diseño del punto de venta y el sistema que hayamos adoptado para captar la voz del cliente.

Ya tenemos identificados todos los procesos de nuestro negocio, que quedan representados en el cuadro 1. A partir de este momento, podemos orientar nuestro negocio hacia el cliente, frase ésta muy frecuente últimamente, pero que es vital para la supervivencia de nuestros negocios.

Quadre 1



Bien, ahora nos podemos plantear, que tenemos que hacer exactamente para orientarnos hacia el cliente. Supongo que todos conocemos la respuesta. Soy de la opinión, que nos es del todo imprescindible que tengamos bien detallados los pasos que seguimos actualmente en cada uno de los procesos. Esta parece una tarea fácil, pero quién puede decirnos en profundidad si estos pasos o actividades que hacemos, son acertados o no, aquello que llaman, aportar valor añadido al cliente. Ésta realmente es la pregunta clave y si la respuesta es que no, pues ya tenemos una mejora a iniciar y que ciertamente nos

acercará al cliente un poco más y siempre que identifiquemos un no y por tanto apliquemos una mejora, iremos consiguiendo poco a poco aquello que tanto deseamos, sentirnos cercanos a lo que necesita y desea nuestro cliente.

Claro que todo esto nos comportará tiempo, pero yo diría que no es exactamente tiempo, sino gestión, y como todo tipo de gestión debe hacerse racionalmente y la racionalidad en la gestión de los procesos comporta la priorización, es decir, no podemos hacerlo de un golpe y con todos los procesos a la vez. Así pues, iniciaremos la gestión de los procesos con los que creamos son prioritarios en un momento determinado.

Es por eso que la gestión de los procesos de nuestros negocios es capital para poder seguir presentes en el mercado con la mejor eficacia y eficiencia posibles. De todas formas aquí nos falta hablar de un aspecto muy fundamental y es el de involucrar a todas las personas del negocio, y esto nos quedará muy claro si nos hacemos la simple pregunta sobre quien esta involucrado en un proceso determinado. La respuesta seguramente ya la conocemos, quien vende, quien compra, quien coloca el producto, quien está en la caja, quien esta en el almacén, ... En cualquier proceso, tendremos involucradas a varias personas y eso hace que sea imprescindible que tanto en la identificación de las actividades, como en las correspondientes mejoras a aportar, participe el personal. Con esta complicidad se consigue implicarnos en las mejoras y en su éxito y indirectamente en aquello que tanto echamos en falta, la motivación.

Abril de 2005

JOAQUIM DEULOFEU AYMAR