

RESOLUCIÓN DE QUEJAS Y TECNOLOGÍA INFORMÁTICA

Por: Lic. Luís Núñez Alfaro
Febrero 2004

Desde hace unos cinco años se viene hablando cada vez con más intensidad del concepto CRM (*Customer Relationship Management*), un tema que toca tanto el área de negocios como el de tecnología informática.

Invariablemente al hablar CRM se habla de tecnología informática. Es esta tecnología la que habilita a las empresas hoy en día a generar enormes bases de datos de sus clientes y dar un tratamiento especial que le permite identificar patrones de interés que potencian sus estrategias de mercadeo y en general, de negocio.

Las organizaciones saben desde hace años que la relación con los clientes es vital para mantenerse vivas y más aún, para crecer. La frase "es más barato mantener un cliente que hacer nuevos" es bien conocida. La relación con los clientes se puede mantener de muy diversas maneras. Las organizaciones tienen a su mano gran cantidad de herramientas y técnicas para acercarse y mantener su buena relación con los clientes. La buena relación busca sostenibilidad del negocio por medio de la satisfacción del cliente. El servicio es vital para esta buena relación y un buen servicio requiere entre otras cosas, responder de manera eficiente a las quejas de los clientes.

Una queja bien atendida es un cliente satisfecho.

Para atender las quejas en organizaciones que tienen miles de clientes, la participación de tecnología informática es vital. Sin ella difícilmente se podría dar respuesta pronta a las quejas.

Al hablar de tecnología surge para el empresario la gran pregunta de cuál tecnología utilizar.

Para responder esta pregunta se debe ver a lo interno de la organización y valorar su nivel de madurez en el uso de tecnología, sus procesos, su capacidad financiera, el nivel de utilización de tecnología informática de sus clientes, entre otros aspectos.

Algunas organizaciones han emprendido implementaciones de sistemas de calidad y procesos específicos para mejora del servicio al cliente. Estas iniciativas van desde niveles básicos hasta aquellos altamente estandarizados como los de empresas multinacionales. Es un hecho que la tecnología a utilizar está asociada a los distintos niveles de madurez de las organizaciones en cuanto al manejo de su relación con los clientes por un lado y por otro, en el uso efectivo de tecnología informática. Entre más madurez en ambos sentidos se podrá utilizar de seguro tecnología informática más sofisticada.

Amén de la batería de opciones que tiene la empresa para mejorar su relación con los clientes, existe sin embargo un elemento básico que las empresas deben resolver de inmediato si es que quieren mantener una buena relación con ellos: LAS QUEJAS. Una queja bien manejada puede deparar en la fidelidad del cliente.

¿Qué es una queja? Es un favor, un servicio gratuito, que el cliente hace a la organización para que:

- resuelva una situación que podría hacerle perder muchos clientes,
- que podría ahorrarle mucho dinero,
- que podría generar más eficiencia,
- que le haría mejorar su relación con el cliente,
- entre otras situaciones que beneficiaran a la organización.

Además, la queja puede venir en formas diferentes: como una sugerencia, como una

idea, como una recomendación, como una inquietud, como una demanda, etc. En todos los casos se resalta implícitamente algo en que la organización debe poner atención para corregir.

Cuando se habla de CRM, el manejo de las quejas de los clientes es básico y puede hacerse de diversas maneras, con o sin tecnología informática.

Por principio en aquellas organizaciones que se precian de brindar un excelente servicio al cliente, cuando se recibe una queja se debe atender de inmediato. Una queja debiera disparar una serie de acciones bien coordinadas que conduzcan a resolverle al cliente rápido y efectivamente sus planteamientos. Pero además, esa serie de acciones debieran conducir que a lo interno de la organización, se corrijan los aspectos de procedimiento y proceso que llevaron a brindar un mal servicio al cliente.

Cuando la organización tiene pocos clientes o recibe pocas quejas por la naturaleza del producto o servicio que ofrece, posiblemente podrá hacer la gestión de quejas registrándolas en un cuaderno y procurando una coordinación efectiva entre los departamentos que están normalmente involucrados. Pero cuando son miles de clientes se hace prácticamente imposible hacerlo de esta forma.

Ahora bien, dependiendo de su madurez la tecnología a utilizar puede variar. Un sistema de información para la gestión de quejas debe ofrecer respuestas para todo el flujo correspondiente a dicha gestión. Entre esas respuestas están aquellas orientadas:

- al cliente,
- al encargado del trámite,
- a la gerencia inferior,
- a la gerencia media,
- a la gerencia superior.

Debe además ser una tecnología de fácil uso y aprendizaje. En la era moderna deberá necesariamente estar basada en tecnología Web.

Si sus clientes hacen uso de tecnología Web en forma rutinaria, será una señal clara de que la misma servirá a los propósitos de ambos. Si sus clientes no hacen uso de esta tecnología, al estar basada en Web podrá ser usada a lo interno de la empresa para procesar las quejas recibidas, pero además estará preparada para llegar a sus clientes por medio del Web cuando éstos adquieran un claro nivel de uso de ésta. Un ejemplo de esta tecnología es ORUS (www.ocg.co.cr), un sistema de información Web que satisface de manera integral las necesidades de gestión efectiva de quejas y sugerencias.

La tendencia en nuestro país con enfoques sistemáticos en el mejoramiento del servicio al cliente puede decirse que son positivas. Sin embargo la utilización y aplicación de tecnologías para estos temas es aún incipiente. Sin embargo es vital que para lograr una implementación exitosa, las empresas consideren:

1. Su nivel de madurez en el uso de tecnología informática
2. Su nivel de madurez organizativa para atender al cliente
3. El nivel de utilización que sus clientes hacen de la tecnología informática

Finalmente es importante decir que un manejo efectivo de quejas apunta directamente en la tendencia moderna de inteligencia organizacional ("*business intelligence*"). Una organización inteligente sabe que sus clientes son vitales para su sobrevivencia, los identifica claramente y les brinda un servicio de calidad. Por ello, una organización inteligente sistematiza la información relacionada con sus clientes y con los procesos y personas dentro de la misma.

Una organización inteligente le da un trato especial a las quejas de sus clientes.