

Opinión

Rafael Muñoz González,
Director General de RMG, profesor
de Marketing de CEF y miembro de
los Top Ten Strategic Marketing Spain



La atención al cliente, asignatura pendiente de la empresa

♦ Mientras los clientes tengan la opción de comprar en otro lugar, las empresas deben luchar para alcanzar la máxima satisfacción del cliente. Y esto es una realidad que no se está dando en nuestro tejido empresarial. No olvidemos que al igual que el mercado ha evolucionado, también deben hacerlo las compañías y sus equipos comerciales, que ahora más que nunca deben estar orientados al cliente.

Independientemente de las características de la empresa y del sector, este departamento tiene como principal objetivo posicionarse en la mente del consumidor con un elemento diferenciador sobre la competencia y que empieza cuando el cliente es correctamente atendido.

En la actualidad, la estrategia de ventas va más allá del tradicional captar y vender, ahora el proceso sigue unas etapas que en un futuro nos permitirán reforzar la relación con el cliente: captar, comunicar, vender, satisfacer, fidelizar y prescribir. Y para ello es fundamental desarrollar el departamento de atención al cliente, pensemos que es nuestra herramienta de contacto con el mercado y de él depende en gran medida la percepción que se tenga de nuestra empresa.

Además, es imprescindible potenciar dentro de la compañía una "cultura de cliente" por lo que se precisa contar con un personal en actitud positiva, con un gran sentido de la responsabilidad y con formación suficiente para poder comunicar a los clientes todos los intangibles que lleva consigo la palabra servicio o valor añadido. Pero, ¿cómo percibe el cliente la labor que lleva a cabo el departamento de atención al cliente?

La desconfianza es la sensación que reina entre los consumidores, lo que demuestra que algo mal están haciendo las empresas. Una de las principales áreas a mejorar de las compañías es estar plenamente informado de las reclamaciones existentes, así como llevar a cabo una estrategia de "mystery shopping" sobre este servicio. Sin embargo, parece ser que las compañías, principalmente, las grandes, han decidido externalizar este servicio, incluso deslocalizarlo trasladándolo a un país lejano para abaratar costes.

Craso error. De esta forma, las empresas, en vez de priorizar la satisfacción de los clientes, deciden reducir gastos con el consiguiente deterioro de imagen y operatividad que se presupone que debe tener toda compañía que quiera ser competitiva en el mercado. Pasemos a la acción. Auditemos nuestro servicio de atención al cliente y así seguro que conoceremos en qué tenemos que mejorar. Será entonces cuando la palabra gasto se convierta en inversión.

La EEN celebra sus 25 años con un máster para emprendedores

SALAMANCA SERÁ SEDE EN OCTUBRE DE LOS **ACTOS CONMEMORATIVOS**

Redacción - redaccioncyf@empresayfinanzas.com

La Escuela Europea de Negocios (EEN) celebrará el próximo mes de octubre en Salamanca los actos de conmemoración de su vigésimo quinto aniversario, al que llega con 14 sedes, unas establecidas en territorio nacional y repartidas entre Madrid, Salamanca, Valladolid, Asturias, Bilbao, Murcia y Tenerife y otras distribuidas por países como Argentina, Bolivia, Chile, Ecuador y Perú.

Coincidiendo con esta efeméride, la institución académica ha puesto en marcha un Máster para Emprendedores que pretende atender a la creciente demanda de programas orientados exclusivamente a la creación de empresas y porque, tal y como afirman fuentes de la Escuela, son precisamente las personas que deciden emprender en el momento actual "las que sacarán a España de la crisis".

El MBA Emprendedores se apoyará en la experiencia de su MBA clásico y en el conocimiento adquirido a lo largo de los años que llevan trabajando en este ámbito, así como en el desarrollo y el apoyo prestado por parte de la EEN a infinidad de proyectos de creación de empresas elaborados por sus alumnos.

Además, para facilitar la labor a los pequeños emprendedores, la Escuela ha creado Smart Capital, un espacio físico con ubicación en Salamanca en el que los actuales y los antiguos alumnos pueden contar no sólo con los medios materiales para desarrollar su proyecto de creación de empresas, sino también con la experiencia de un equipo de 20 empresarios y directivos con más de 10 años de trabajo y reconocimiento que se ofrecen como consultores en el área financiera y de negocio, en marketing digital, en posicionamiento web 2.0, blogs y redes sociales y en outsourcing de servicios y aplicaciones.

Desde su fundación, la Escuela ha ejercido su labor docente en estudios de postgrados y formación de alta dirección, siempre con una clara identidad corporativa, y además ha sido en numerosas ocasiones seleccionada como una de las mejores instituciones de formación del mundo, ya que en los últimos tres años ha recibido el premio Eduniversal. También está considerada como uno de los centros de formación de postgraduados y directivos más destacados de España.

Desde la Escuela destacan la "concepción global de los negocios" con la que proveen a sus alumnos de una formación práctica dirigida a la empresa, y además, fuentes de la



Imagen de un grupo de alumnos de la Escuela mientras atiende la explicación del docente.



Sede de la EEN en Madrid.

institución resaltan el "carácter emprendedor y el espíritu humanista" de la misma. También, en este sentido, insisten en que la filosofía de trabajo de la EEN está orientada a la formación de un directivo "social, líder y humano" que trabaje en un "entorno de relación, promoviendo en todo momento la competencia

de grupo, la colaboración y la superación personal".

Desde el punto de vista del CEO de la Escuela Europea de Negocios, Antonio Alonso, "un proyecto empresarial de éxito tiene que asentarse hoy sobre la gestión de la innovación, la internacionalización y el aprovechamiento de las oportuni-

Los estudiantes contarán con el apoyo de un equipo de 20 empresarios que se ofrecen como consultores

Destaca la "concepción global" de los negocios con la que dotan a los alumnos de una formación práctica

dades que traen internet y las tecnologías de la comunicación. Estas tres 'i' están produciendo severos cambios en los hábitos de comportamiento de las futuras generaciones, las llamadas digitales, generaciones criadas en entornos económicos muy favorables y que tienen diferentes motivaciones".

Un programa formativo para aprender a **dirigir, gestionar y crear** una empresa

El Master Business Administration -MBA para Emprendedores- está diseñado para capacitar en la creación de empresas a personas sin experiencia o con muy escasa práctica en la actividad emprendedora. Este programa formativo tiene como objetivo

primordial desarrollar los conocimientos y las habilidades necesarias para afrontar la carrera de emprendedor con éxito, tal y como explican fuentes de la Escuela Europea de Negocios. La finalidad última es que a lo largo del desarrollo del programa el

alumno adquiera "un profundo conocimiento" de todas las áreas de dirección, gestión y creación de empresas y sus distintos departamentos, además de presentar una serie de habilidades personales y profesionales muy necesarias para el desarrollo de la

actividad emprendedora (comunicación, trabajo en equipo, proactividad, capacitación tecnológica, inglés profesional...) lo que aportará valor añadido. Y le proporcionarán la seguridad para avanzar y acometer oportunidades de creación de empresas en el futuro.