

OPINIÓN

**ROGER
PINGO JARA**
DECANO
DE
FACEN - UDCH

**Marketing en las empresas de servicios**

Marketing, Marketing, Marketing... el día a día de todas las empresas modernas, preguntándonos siempre en lo que respecta a las empresas de servicios: ¿ como hacer tangible lo intangible ? ¿ como los clientes y los consumidores pueden sentir el servicio ? ¿ como pueden vivirlo con emoción, con una grata experiencia inolvidable ?, en otras palabras... en el momento de la verdad, ¿ como lograr que nuestros clientes y consumidores se deleiten ?.

Como lo manifiestan Pablo Fernández y Héctor Bajac, los servicios están cambiando en forma rotunda en sus aspectos operativos y de comercialización y también cambia el entorno al que se destinan. Esta situación genera oportunidades de negocios brillantes para aquellas empresas que logran visualizar el sentido de los cambios y adelantarse a ellos y a sus competidores. También supone amenazas para aquellas empresas que no adviertan la magnitud y el significado de las transformaciones.

Tres son las megatendencias de especial relevancia en los servicios: ahorro de tiempo, la tecnología y la relación (1a1). También podemos mencionar como complemento estratégico y táctico a las siguientes: globalización de los servicios, transferencia al usuario de parte de las actividades, separar al usuario de la producción de servicios y compartir los canales de distribución.

En lo que respecta a ¿ que hacer ? : incorporar servicios diferenciadores, homogeneizar su servicio mediante el diseño de los puntos de contacto, ahorrarle tiempo a sus clientes, automatizar e informatizar, concentrarse en vender más a sus clientes actuales (antes que buscar clientes nuevos), hacer de la retención de clientes una prioridad, pensar en términos del valor vitalicio de sus clientes (marketing relacional) y no simplemente en transacciones (marketing transaccional), hacer que sus clientes trabajen por usted, atender a sus clientes a distancia y buscar canales para compartir.

Finalmente, para maximizar los beneficios y hacer rentables las ventas de servicios y por ende los negocios, el equipo humano debe trabajar y actuar con actitud y estilo de deleitar, partiendo del mismo marketing interno de la empresa, de lo contrario no funcionará, teniendo siempre presente que las 3 P's claves en el servicio son las personas, los procesos y las propiedades y que solo en los "detalles está la diferencia para ganar". Hasta la próxima.