



Vallejo, Gabriel y Sánchez Fernando (2011) *Un paso adelante*. Cómo lograr la ventaja competitiva a través del servicio al cliente. Colombia: Grupo Editorial Norma. 236 páginas

### ***El cliente es la razón de ser de las empresas***

Todas las organizaciones justifican su existencia como proveedoras de bienes o servicios para satisfacer una necesidad o deseo de una persona a la que llamamos cliente, en la medida en que esa necesidad o deseo es satisfecha en forma oportuna, la organización recibirá un beneficio derivado de la diferencia entre el costo y el precio de venta.

### ***El cliente debe ser el centro de atención de toda la organización.***

*“Pasó medio siglo para que la industria entendiera la importancia de pensar en el cliente antes que en el producto”*

En el primer capítulo los autores nos reseñan el camino que la administración ha recorrido para finalmente entender la importancia de centrarse en el cliente. Desde un enfoque centrado en el producto, hasta desarrollar una empresa cuyos esfuerzos se centran en satisfacer al cliente. Una oportunidad para conocer o hacer un rápido pero muy completo repaso de las diferentes aportaciones que los gurús de la administración han hecho en distintos momentos de la historia.

### ***La estructura, los procesos y el perfil de competencias de los colaboradores deben estar orientados hacia la búsqueda de la satisfacción de los clientes***

*“Es más importante contratar a personas con actitud de servicio que gente calificada “*

Entrando en materia en los capítulos 2, 3 y 4 los autores nos señalan la importancia de diseñar la organización, los procesos y la selección del personal con una orientación hacia la búsqueda de la satisfacción de los clientes.

### ***Conociendo a nuestros clientes***

*“La fidelidad del cliente es un mito. Se pierde en cualquier momento sino existe un compromiso real con los clientes”*

En el siglo XIX, la industria determinaba lo que el público consumía porque la demanda de productos era alta y la oferta escasa, lo cual aseguraba la venta de lo que se fabricara.

En el capítulo 5 los autores nos señalan la importancia de conocer a nuestros clientes, quienes por cierto se han vuelto más exigentes y conocedores, para entregarles productos y/o servicios que lo hagan vivir experiencias inolvidables.

Una entrega adicional en este capítulo es la referencia al sistema CRM (Customer Relationship Management) que es un software que permite administrar la información útil relacionada con los clientes para agregar valor a

su oferta mediante la adaptación del producto o servicio del cliente a sus necesidades específicas.

### ***Un liderazgo centrado en los colaboradores***

En el capítulo 6 y último de la obra los autores enfatizan la importancia de desarrollar a los colaboradores para facultarlos posibilitando de esta manera que el poder de los colaboradores se desencadene.

Una obra que nos presenta una serie de ideas prácticas que seguramente nos harán reflexionar acerca de la necesidad de orientar a nuestras organizaciones hacia la satisfacción de los clientes. **No dejes de leerla.**

### ***Los autores***

Gabriel Vallejo López

Egresado de la Universidad Externado de Colombia como abogado tiene además una maestría en dirección de empresas de Madrid-España y algo que deja ver en la obra es una gran experiencia en la industria hotelera.

Fernando Sánchez Paredes

Ingeniero industrial de profesión y con un master en Planeación y Desarrollo Regional y Urbano en Bélgica se ha dedicado por más de 25 años a la industria de la hotelería en donde ha contribuido de manera importante a su desarrollo.

En resumen, dos expertos en el área de servicios compartiendo su enorme experiencia.