

【 PARA LOGRAR LA LEALTAD 】

# La alineación estratégica y la experiencia de los clientes

Con un alineamiento organizacional estratégico, las experiencias de los clientes no solo serán excepcionales, sino que también serán profundamente apreciadas por ellos. Este enfoque garantiza que cada interacción esté en sintonía con los objetivos de la empresa, elevando la satisfacción y lealtad del cliente.

**Por: Claudio Robles, docente e investigador del Centro de Experiencias y Servicios Universidad Adolfo Ibáñez.**



**Decimos que una organización está alineada estratégicamente cuando los objetivos corporativos están alineados con los objetivos de las unidades que la conforman y los de los colaboradores en su dimensión laboral.** Hoy reconocemos que lograr la lealtad de los clientes es parte de los objetivos estratégicos de muchas organizaciones y advertimos en ellas importantes esfuerzos por proporcionarles una experiencia que idealmente supere sus expectativas y sea memorable.

Si visualizamos que dicha experiencia es el fin por lograr, es decir el QUÉ, entonces el alineamiento estratégico es una

parte importante del CÓMO lograrla y debiera ser abordado en tres niveles: corporativo, unidades e individual.

A nivel corporativo, la organización debe precisar objetivos y resultados esperables claros a lograr con el cliente (traducidos en indicadores claves de desempeño) y premiar por el logro de ellos. A su vez, debe proporcionar los recursos y diseñar procesos que permitan a las áreas en contacto con el cliente y de soporte, lograr la experiencia diseñada y entregar un servicio de excelencia. Aquí cabe recordar aquella paradoja del servicio que nos dice "son tan importantes las personas, que debemos preocuparnos por

los sistemas y procesos". Es decir, son tan importantes nuestros colaboradores que debemos disponer de todos los recursos materiales, procedurales, tecnológicos y de entrenamiento (sistemas) que les permita ofrecer el mejor servicio.

A nivel de las unidades, el ejercicio del liderazgo emerge como principal recurso para traducir y compartir los objetivos corporativos. Un adecuado liderazgo permite la conexión del equipo con el propósito de la

organización, la cohesión grupal en función de las metas y la colaboración para mejorar continuamente el servicio. Los objetivos permeados en cada unidad hacen tangible a los colaboradores lo que se espera de ellos y prioriza los servicios a entregar, todo ello a partir de la escucha efectiva y la conexión con las necesidades y expectativas de los clientes.

A nivel individual, el sentido del trabajo, generado por el propósito de la organización que transmiten sus líderes (la gestión desde sentido), motiva a cada colaborador a ofrecer la mejor experiencia al cliente en su ámbito de acción. El sentido de construir y colaborar al desarrollo y crecimiento de la organización -y especialmente a generar clientes satisfechos y encantados por el servicio brindado- es uno de los principales refuerzos e incentivos directos que obtienen cada día los trabajadores. Esto ya ha sido ampliamente documentado, cual es que "clientes satisfechos generan trabajadores satisfechos y viceversa".

Es vínculo del personal en contacto y del cliente, en la medida que se mantiene, genera relaciones sólidas del cliente con la organización y potencia a su vez el engagement de los colaboradores.

Es por ello que -en la ruta o viaje de todo cliente con la organización- cada momento de verdad diseñado debe estar "teñido" por este propósito claro, reflejado e impregnado en estos tres niveles, favoreciendo una coherencia en la entrega del servicio que todo cliente experimentará positivamente y en forma similar en cada punto de contacto. Este es finalmente el valor buscado por cada organización, para que el cliente viva experiencias positivas y memorables, la prefiera, genere un vínculo de confianza y se atreva incluso a hablar bien de ella.

El círculo virtuoso aparece entonces ante nuestros ojos: busque el alineamiento organizacional (estratégico) y las experiencias de sus clientes serán excepcionales y serán altamente valoradas por ellos.

**"El sentido de construir y colaborar al desarrollo y crecimiento de la organización -y especialmente a generar clientes satisfechos y encantados por el servicio brindado- es uno de los principales refuerzos e incentivos directos que obtienen cada día los trabajadores".**

**CLAUDIO ROBLES, DOCENTE E INVESTIGADOR DEL CENTRO DE EXPERIENCIAS Y SERVICIOS UNIVERSIDAD ADOLFO IBÁÑEZ.**

