

¿Sabe por qué pierde clientela?

La mayoría de empresas de limpieza no analiza periódicamente si los servicios que vende son adecuados

En un mercado convulso donde los cambios son cada vez más rápidos, las empresas de limpieza deben enfocarse en crear y transmitir valor al cliente a día de hoy y en el futuro. La oferta de servicios que ha podido ser exitosa hasta ahora necesita revisarse para optimizarla de acuerdo con el estado actual de la tecnología. Esto espera el cliente cuando contrata una empresa especializada, que actualice permanentemente sus servicios acorde con sus necesidades. Para ello debe prepararse para el futuro, escuchar al cliente, estar al día tecnológicamente y disponer de un equipo formado, flexible y con actitudes correctas. Además, es necesario preguntarse periódicamente si el servicio y la forma de llegar al cliente son los correctos, así como también analizar el proceso de ventas, atreverse a cuestionar aspectos básicos y apostar por la innovación. También, es conveniente realizar un examen exhaustivo de la cartera de clientes, sus volúmenes, rentabilidad, potencial y plantearse cuáles son las fortalezas que nos permitan captar clientes y del mismo modo, analizar las debilidades por las que los perdemos. No hacerse estos planteamientos es un lujo que las empresas no pueden permitirse.

Analice a su equipo técnico, comercial, administrativo y evalúe si están formados y preparados adecuadamente y si el papel que desempeñan es el pertinente. Del mismo modo analice si los mandos intermedios o supervisores son capaces de liderar. Finalmente, examínese como empresario cuestionándose: ¿es capaz de hacer todo aquello que pide a sus mandos? ¿es capaz de desarrollar una organización técnica y comercial cada vez mejor preparada para lo que venga?

Nos ha sorprendido la falta de profundidad y preparación de algunos departamentos comerciales de empresas de limpieza importantes, al igual que descubrir que algunas empresas de limpieza de tamaño mediano carezcan de departamento comercial. También nos sorprende que empresas conscientes de sus debilidades no acaben por atajarlas. La captación de nuevos clientes debe ser un objetivo para cualquier empresa de limpieza, más teniendo en cuenta que se trata de un sector con una alta movilidad de clientes, no se autoanaliza la pérdida de clientes, no autoanalizamos la satisfacción de los mismos, no existen programas de fidelización y todo esto constituye un gran error. El coste de fidelización de un cliente es siempre inferior al de captar uno nuevo, y el de captar es inferior al de recuperar un cliente perdido. Que nadie piense que el éxito de su empresa está en la captación de clientes a cualquier precio, con la excusa de que estamos en época de crisis aquellos que tienen obsesión por la captación de clientes a cualquier precio y entran en el espiral bajista acaban arruinados.

La captación de nuevos clientes tiene que estar basada en una oferta adecuada que cubra sus necesidades, que el cliente descubra los beneficios implícitos de nuestro servicio, esta es la clave del éxito. Casi todas las empresas de limpieza reconocen que tienen por delante un amplio campo de mejora en los aspectos comerciales, pero no hacen los esfuerzos adecuados para corregir este déficit. Hemos constatado que se promociona a vendedores perdiendo buenos profesionales para ganar un mal mando intermedio, ya que no se le forma adecuadamente. Tampoco se dedica el esfuerzo adecuado a evaluar a los vendedores y al departamento comercial.

Son muchas las empresas de limpieza que nos han manifestado que no saben si tienen el tamaño de red comercial adecuado, ni si los perfiles de los comerciales son los adecuados para la venta de sus servicios de mantenimiento y/o especialidades. Existe entre los comerciales un general desconocimiento de los servicios, tampoco se conocen las estrategias comerciales de la competencia. Permítanme que termine manifestando que en un mercado cada vez más competitivo solo progresarán las empresas que prioricen su acción comercial.



Valentí Casas
Director Limpieza Inform