Being Client-focused (Construction Industry) Meeting Kit – Spanish



QUÉ ESTÁ EN RIESGO

Centrarse en el cliente en el sector de la construcción Charla sobre seguridad

Es posible que los empleados que no desempeñan un papel de gestión no presten mucha atención al término "centrado en el cliente", pero en la industria de la construcción todos los empleados deberían considerar la importancia de estar centrados en el cliente.

EL SIGNIFICADO DE CENTRARSE EN EL CLIENTE

Centrarse en el cliente significa tener en cuenta los intereses del cliente (o del propietario del proyecto) a la hora de realizar el trabajo. En el sector de la construcción, el contratista general o el propietario del proyecto casi siempre tienen una gran consideración por la seguridad de todos los empleados subcontratados en su obra, seguida de la productividad. Si un trabajador está centrado en el cliente, tener en cuenta los intereses del cliente significaría que está abordando su trabajo de forma segura y eficiente de la mejor manera posible.

Independientemente del tamaño o del tipo de industria, las empresas dependen universalmente de los consumidores para obtener negocios directos, referencias, comentarios y éxito en general. El servicio de atención al cliente es imprescindible para las empresas que intentan obtener o mantener una base de consumidores leales. Sin embargo, cuando la gente piensa en el sector de la construcción, el servicio de atención al cliente no es una característica principal que le venga a la mente.

CUÁL ES EL PELIGRO

CONSTRUCCIÓN CENTRADA EN EL CLIENTE

Un servicio rápido y amable parece más una característica de su barista local que de un empleado de una empresa de construcción. El servicio de atención al cliente está en declive, no específicamente en el sector de la construcción, sino en todos los ámbitos.

Existe la creencia de que la construcción centrada en el cliente cuesta demasiado y, en un entorno de licitación difícil, es menos importante que la eficiencia o la seguridad. Las actividades centradas en el cliente se diferencian del marketing en que se centran en impulsar relaciones más íntimas a través de la entrega del proyecto y las interacciones del equipo con el cliente/contratista/usuario final. Los gastos que conllevan las actividades centradas en el cliente son mínimos o nulos, e incluso pueden suponer un valor añadido gracias a la mejora de la productividad y la obtención de valor por parte del cliente. Una vez visto en este contexto, se puede ver que llevar a un cliente a un partido de pelota u otra actividad social tiene, de hecho, un coste; sin embargo, un servicio rápido y amable no lo tiene.

Muchas empresas hacen un excelente trabajo para cortejar al cliente en la fase previa a la construcción, pero luego lo pierden por un mal rendimiento. Algunas de las observaciones más citadas cuando se trata de problemas de rendimiento deficiente son:

- Mala comunicación por parte del equipo del proyecto
- Órdenes de cambio con poco respaldo o documentación
- Rebasamiento de los plazos
- Pobre historial de seguridad
- Sitio mal conservado

Estar cerca de sus clientes significa estar cerca del mercado. En pocas palabras, le permitirá obtener una valiosa información sobre los principales problemas y preocupaciones de las personas que trabajan en la construcción. Además, le ofrecerá la posibilidad de elaborar un perfil más preciso del sector y estar atento a los nuevos puntos de interés dentro de la construcción.

COMO PROTEGERSE

MANTENGA A SUS CLIENTES CONTENTOS

A continuación, se presentan algunas formas inteligentes de cómo puede hacer felices a sus clientes en la industria de la construcción:

1. Sea abierto

Estará de acuerdo y apoyará el hecho de que cada proyecto y cada cliente son siempre únicos. Siendo así, se aconseja encarecidamente que sea abierto y aplique varias soluciones de atención al cliente, ya que esto le ayudará a asegurarse de que puede trabajar para y con cualquier cliente sin problemas. Más concretamente, se aconseja encarecidamente que su equipo de atención al cliente esté abierto y en continua comunicación con el resto del equipo.

2. Comuníquese de forma concisa, frecuente y honesta

No dude en preguntar a sus clientes objetivo cómo les va. La mejor manera de hacerlo es solicitar reseñas y proporcionar comentarios también en su sitio web, ya que esto contribuiría en gran medida a promover su negocio. Para que lo sepas, cuanto más sepan tus clientes objetivo que están contentos con tus servicios, más probabilidades tendrán de darte una oportunidad de servirles. En resumen, la comunicación frecuente y honesta le ayudará a mantener la relación con sus clientes. Sólo hay que idear formas de no ser olvidado, especialmente

después de que el trabajo se haya completado.

3. No retrase nunca la finalización

La mejor manera de asegurarse es ir siempre un paso por delante. Más concretamente, prepararse siempre para cualquier eventualidad y ser capaz de anticiparse a los problemas incluso antes de que se produzcan realmente.

4. Mantenga el espacio de trabajo limpio

Esto se explica por sí mismo, se aconseja encarecidamente que mantenga siempre su lugar de trabajo extremadamente limpio, ya que hacerlo ayudará realmente a agilizar el trabajo. Además, reducirá drásticamente el riesgo de accidentes en el lugar de trabajo. En definitiva, aumentará la credibilidad de su empresa de construcción.

5. Nunca intente ser engañoso

No ignorar nunca los problemas ni buscar formas de suavizarlos no es el camino a seguir. En su lugar, sea sincero y honesto con sus clientes. Explique lo que está ocurriendo y cómo piensa hacer que las cosas vuelvan a su cauce. Dedique tiempo a dejar bien claro a sus clientes que usted es plenamente consciente del problema.

6. Reúna un equipo de incorporación competente

Contar con un sólido equipo de incorporación se considera imprescindible. Especialmente en los casos en los que el software de construcción está involucrado, es fundamental que ofrezca a sus nuevos clientes la orientación que necesitan.

CONCLUSIÓN

La mejor fuente de satisfacción del cliente es una gran comunicación y una planificación de primera categoría. En realidad, la productividad hace que el servicio al cliente sea mayor. Hacer el trabajo de forma expeditiva y ser simpático en el proceso no sólo hace que el contratista gane más dinero, sino que también mejora la satisfacción.