

Innovación en Recursos Humanos para la Búsqueda de la Satisfacción del Cliente

Los nuevos tiempos con sus avalanchas de sucesos, contingencias y desenlaces, requieren un nuevo modelo de empresa con definida orientación hacia el cliente, en el cual el recurso que condiciona los resultados, es el humano, en todos los niveles jerárquicos, por lo que debe entrenarse, capacitarse y desarrollarse, para que se convierta en un agente de cambio.



Las necesidades crecientes y variables de los clientes, la reacción de la competencia, el desarrollo tecnológico y los efectos y regulaciones de otros fenómenos del entorno, nos obligan a una persistente innovación de y en los procesos, sistemas, productos y servicios, habilidad que por su clase, se considera un factor competitivo.

La satisfacción del cliente es réplica de la apreciación que éstos dan del nivel hasta



el cual, un producto o servicio, consuma sus expectativas, necesidades y deseos.

La sensibilidad que tengamos acerca de esa satisfacción podría ser sólo válida, en la medida que el dador del servicio esté dispuesto a cambiar su manera de establecer una relación con ese cliente.

El cambio o innovación cultural es algo bien difícil, mucho más que el mantenimiento de la propia cultura. A partir de esta innovación, muchas cosas son sustituidas o desplazadas, por lo que las personas tienden a oponerse a semejantes cambios, los que muchos suponen un rompimiento de su status quo. Para lograr el triunfo en la gestión de un proceso de cambio cultural, de un cambio de filosofía de orientación, se necesita llegar al convencimiento que este cambio, traerá suficientes ganancias, como para no dejarlo de hacer.

Trice y Beyer en “The Cultures of Work Organizations” plantean algunas consideraciones que no debemos obviar al cambiar la cultura de una organización, entre ellas: Escoger el momento propicio, teniendo en cuenta que las personas están conscientes de la necesidad del cambio, presentarse con optimismo al cambio, entender la resistencia al cambio de cultura, cambiar manteniendo algunas constantes, demostrar la importancia de llevarla a cabo, crear las formas culturales apropiadas, cambiar los procesos de socialización y mantener la presencia de un liderazgo innovador.

Precisamente este proceso, al igual que cualquier actividad que se desee realizar con éxito en una organización, necesita de un fuerte liderazgo que sea capaz de llevar consigo y arrastrar hacia un nuevo ambiente cultural, al personal y a su vez lograr la comprensión y aceptación de todos aquellos que tienen que ver de alguna forma con la organización.



Innovación en Recursos Humanos para la Búsqueda de la Satisfacción del Cliente

Los líderes ejercen grandes influencias en el colectivo. Están en una posición que les permite tomar decisiones que afectan, en uno u otro sentido, a todos los miembros, así como a los propios contenidos y valores de la cultura organizacional. Deseará implantar su propia experiencia, posiblemente, en la nueva cultura, lo que podría favorecer o perjudicar al colectivo. Por la posición que ocupa, puede emplear los sistemas de comunicación organizacional en función de la transmisión de los principales valores y normas de la cultura., aunque el colectivo en si mismo, posee una significación e importancia y el líder estará imbuido, tanto como ellos, en el proceso de aprendizaje

En un nuevo modelo de empresa con definida orientación hacia el cliente, el recurso que condiciona los resultados es el humano, en todos los niveles jerárquicos, por lo que debe entrenarse, capacitarse y desarrollarse, para que se convierta en un agente de cambio.

Como consecuencia de esta orientación hacia el cliente, surgen determinados requerimientos que implican una renovación en el comportamiento de los recursos humanos. Primeramente, la empresa necesitará invertir en capital humano, en conocimiento, en gente pensante, para cada puesto de trabajo y cada miembro de la organización, independientemente de la función que realice, para ser capaces de innovar, crear y tomar decisiones que solucionen problemas en su relación con el cliente. Para esto es necesario que todo el proceso de selección y reclutamiento, sea tan importante y profundo como el que se realiza para cualquier nivel de dirección.

Con la orientación de la organización al cliente y la siembra de una cultura de nuevo tipo, la información y la comunicación se convierten en factores de integración, tanto entre el personal, como de éste con clientes y proveedores y herramientas



Innovación en Recursos Humanos para la Búsqueda de la Satisfacción del Cliente

como la productividad del staff, puede ser basada en el desempeño para crear clientes satisfechos. De la misma forma, la innovación e introducción de nuevas tecnologías, estarían dirigidas fundamentalmente, no a la reducción de costos con el fin de sustituir al personal de operaciones, sino para apoyarlo y mejorar la atención y satisfacción de la clientela.

Los beneficios de una empresa de servicios con una cultura y filosofía orientada al cliente y con una atención del conocimiento y los recursos humanos en general, son altamente demandados por todos.

Conocimiento y liderazgo en una empresa de este tipo conlleva naturalmente a una perseverante promoción de la innovación en procesos y servicios para el mejoramiento de estos y la creación de valor.

Una cultura orientada al cliente es aquella que prioriza satisfacción de los clientes, teniendo en cuenta para ello otras variables tales como los costos, la tecnología y sobre todo la atención al personal. Se caracteriza fundamentalmente porque el proceso de toma de decisiones de las áreas se adopta previendo la repercusión que estas pueden tener en los clientes y al tomarlas se priorizan los intereses y expectativas de los clientes.

Las organizaciones con estrategias de orientación al cliente, transmiten nuevos valores y creencias al personal, ejercen un liderazgo consciente y dinámico, tienen buena comunicación y motivan a sus empleados. Se caracterizan por su profesionalidad y continuo conocimiento de las necesidades y expectativas de la clientela, elementos estos que permiten garantizar altos índices de fidelización y repitencia de los clientes, porque todos y cada uno de los empleados están orientados hacia su satisfacción total, logrando un ciclo dinámico y expansivo del



servicio excelente.

Las nuevas circunstancias del mercado exigen recursos humanos de alta capacitación y profesionalidad, con una formación permanente que contenga los componentes adecuados del cuerpo de conocimientos, habilidades funcionales y valores éticos que nos ayuden a comprender y ofrecer un servicio de excelencia a nuestra clientela. Pero ello no basta, sino que la base tiene que ser una filosofía de toda la organización donde sus procesos, estructuras y mecanismos estén diseñados verdaderamente en sintonía con el cliente y donde la alta dirección protagonice esa filosofía.”

suscripción rápida

con un 'click'

Otros artículos que le pueden interesar:

Suavizar el impacto del COVID en la Gestión de Ventas de un Hotel

[Read More](#)



Los errores mas comunes del Liderazgo

[Read More](#)

Liderazgo en una crisis: respuesta de un buen director de hotel al brote de coronavirus

[Read More](#)

El Branding, o Crear una Marca Hotelera que marque la diferencia

[Read More](#)