

COMPETENCIAS ORGANIZACIONALES Y EMPRESARIALES

1. EL MERCADO Y LOS CLIENTES

Logros

- Identificar y diferenciar los conceptos cliente y mercado.
- Explicar cómo se determina la satisfacción del cliente y como se investiga el mercado
- Valorar la importancia de conocer el grado de satisfacción de los clientes.

Saberes previos

- ¿Cuál es tu actitud frente a un establecimiento cuando compras en él algo que no cumple con tus expectativas?
- ¿Por qué los grandes almacenes cuentan con una oficina de atención al cliente?

El mercado

Un mercado se compone de un conjunto de personas con necesidades por satisfacer, y dinero y voluntad para gastarlo, localizadas en un sector en donde también existen empresas o negocios que satisfacen sus necesidades particulares, lo que lleva a establecer una relación de **intercambio**, generalmente de dinero por bienes o servicios.

El cliente

Es una persona que invierte o gasta una cantidad de dinero en la construcción de un bien o de un servicio. Estos bienes o servicios son ofrecidos por empresas o personas en un contexto denominado mercado.

En general todas las personas son clientes, consumidores o usuarios de algo o alguien, pues siempre compran productos o utilizan servicios.

Por ejemplo:

Tu familia es cliente en la tienda donde le venden pan, leche y huevos. Es cliente del supermercado o del almacén de zapatos y de ropa; también es cliente de la compañía que le brinda el servicio de telefonía celular, entre otros.

Clientes externos e internos

Externos: son aquellos que compran en una empresa o negocio y desarrollan una relación con base en el producto o servicio que les venden.

Internos: Son los empleados de la misma compañía, que están relacionándose continuamente entre ellos.

Más Clientes

También se pueden clasificar según la relación que tengan con la empresa.

Actuales: son aquellos que compran hoy.

Potenciales: Son aquellos que no siendo clientes pueden llegar a serlo.

Más Clientes

Si se tiene en cuenta la frecuencia de compra, existen clientes que mantienen.

Activos: Que mantienen una fidelidad al negocio o empresa.

Inactivos: en ocasiones compran, en otras van a la competencia, o sencillamente no se mantienen fieles a la empresa.

Más Clientes

De acuerdo al grado de satisfacción, se pueden clasificar, como.

Altamente satisfechos: Sienten que sus compras cumplen plenamente sus expectativas, incluso más allá de lo que esperaban.

Satisfechos: Sienten que el producto o servicio que compraron cumple justamente con las expectativas esperadas.

Insatisfechos: Sienten que el producto o servicio adquirido no cumple las expectativas.

Más Clientes

Fieles: Es aquel que a través del tiempo permanece leal a una marca, a un producto, a un servicio o a una determinada empresa o almacén.

Infieles: Cambia constante debido a múltiples factores como el precio, la calidad del producto, el tipo de atención, o simplemente porque debe darse una oportunidad para probar e intentar otras opciones.

Consulta

- Indaga en tu familia cuál es el supermercado en el que con mayor frecuencia hacen las compras. Identifica 5 razones que justifiquen esa tendencia.
- ¿Qué relaciones puedes establecer entre clientes actuales, satisfechos y fieles?