

El cliente siempre tiene la razón. ¿O no?

Por Richard Widman

Desde muy temprano nos enseñan que el cliente siempre tiene la razón, pero constantemente vienen clientes buscando productos que acabarán con sus equipos, pondrán su vida en peligro o van en contra de sus intereses, sin que ellos sepan por qué. En este boletín veremos algunos ejemplos de casos donde el cliente no tiene la razón y veremos soluciones.

Este es el Boletín #86 de nuestro programa de Boletines Informativos mensuales. Todos los boletines están disponibles en formato Acrobat pdf en www.widman.biz.

La situación

Unas semanas atrás estuve en un taller que se especializa en trabajos de fibra de vidrio, fabricando colas de pato, piezas decorativas laterales y toda clase de piezas para la gente que quiere convertir su auto común a un auto “deportivo”. También hacía todos los trabajos de chaparria, soldadura, etc. Uno de los autos que estaban decorando con piezas laterales y una mascara deportiva tenía una puerta muy mal reparada de algún choque anterior. Estaba ondulada, mal lijada y mal pintada. Le pregunté al dueño del taller si iba a arreglar la puerta o sólo colocar las piezas decorativas. Me contestó que el dueño dijo que no haga. Que no se nota mucho y no le molesta. Estaba pagando más de \$1000 y no quería arreglar la parte fea con \$50. Claro que esto no le pone en ningún riesgo. Es sólo el gusto del dueño.

Esa misma tarde, entró un cliente a mi oficina a buscar “aceite TO-4” para su tractor Massey Fergusson. Le pregunté por que quería TO-4 cuando el Massey Fergusson requiere el “Universal Tractor Hydraulic Fluid” (aceite tipo TDF). Me contestó que eso es lo que le pidió el mecánico. Después de explicar la diferencia en productos, el uso de TO-4 en equipo pesado de CAT, Komatsu, etc., y el uso del “Universal Tractor Hydraulic Fluid” en tractores agrícolas, tuve que recomendar que busque un mecánico más actualizado y más inteligente. Aceptó las recomendaciones y llevó el fluido correcto.

Después vino un cliente buscando SAE 40 para su Toyota Tundra. Insistía que necesitaba SAE 40 porque la camioneta es grande con un motor grande. No quería entender la razón que el manual de la camioneta indica SAE 5W-20. No entendía que el SAE 40 tardará mucho tiempo en subir al tren de válvulas o llegar a los cojinetes, causando mucho desgaste por operar varios segundos en seco en cada arranque. Quería arruinar su motor con SAE 40.

Responsabilidades

Después visité el taller de una constructora ayudando al ingeniero (nuevo en la empresa) con problemas de filtración. Cuando entramos a su almacén, noté tambores de aceite SAE 250. Me extrañé porque hoy en día el uso de ese aceite es limitado a menos del 0.5% de los diferenciales de camiones viejos. Con el ingeniero preguntamos al mecánico en que se usa. Éste contestó que usa en diferenciales de Volvo y para agregar a otros aceites para aumentar viscosidad. Entonces le pregunté en que usan los tambores de SAE 85W-140 GL-5. Su respuesta fue que usan en las transmisiones de todos sus camiones, volquetas, etc. Le pregunté si tenían camiones con transmisión Fuller y me dijo que si. También

usan el GL-5 en transmisiones Fuller, acabando con ellas. Para mí, las preguntas claves son:

- ¿Por qué su proveedor de aceite le vende todo eso sin preguntar, sin consejos?
- ¿Por qué no le importa al proveedor que la constructora cuide su equipo y gane dinero?

En cada rubro o trabajo, hay responsabilidades.

Si vamos al medico, él tiene la responsabilidad de darnos un diagnostico correcto y explicarnos los problemas que tendremos si no seguimos sus recomendaciones. Nosotros, si queremos vivir bien tenemos la obligación de escucharlo y hacer caso.

Cuando construimos una casa, el arquitecto tiene la obligación de diseñar una estructura que cumpla con las normas, aguante las fuerzas de la naturaleza y combine nuestros gustos personales al proyecto. El constructor tiene la obligación de seguir el diseño para cumplir con estos requisitos. El que construye sin pensar en las consecuencias termina con una casa que puede derrumbar en cualquier momento. Vemos estos todos los días en las noticias cuando vienen las lluvias, los temblores, etc.

Un amigo me contó el otro día de un cliente que estaba en su taller tratando de instruir al mecánico como hacer las cosas a lo suyo. Después de aguantar muchos de sus comentarios le dijo al cliente que si sabía tanto y no le gustaba lo que hacían sus mecánicos, podía ponerse guantes, usar las herramientas y hacerlo él mismo. El cliente recién les dejó trabajar en paz.

La raíz del problema

La raíz de esto viene de dos problemas básicos:

- Muchos de los vendedores no tienen la educación y experiencia necesaria para recomendar lo correcto. Pregunte al que le vende aceite cuál es el correcto para ciertas aplicaciones específicas y compruébelos contra los manuales. Pregúntele ¿por qué? recomienda algo. Una vez pregunté a varios vendedores de un surtido de marcas de aceite cuál era el mejor. Después les pregunté ¿por qué? Uno me dijo que era mejor por ser más caro. Otro me dijo que era mejor por ser norteamericano (la etiqueta decía: "Industria Peruana").
- A otros vendedores no les interesa cuidar los intereses del cliente, sólo les interesa su venta del momento. Esto queda claro cuando el dueño de una tienda me dice: *"No necesito tantos productos específicos cuando puedo convencer al cliente que da lo mismo."* También me quedó claro cuando convencí a un agricultor que use una buena grasa EP resistente al agua. Al principio él estaba preocupado por el precio porque usaba un balde por semana. Con la nueva grasa terminó usando un balde cada 6 semanas. El distribuidor de la grasa anterior me dijo que yo me equivoque en venderle esa grasa. Que *"Por cada balde que vos le vendes, yo le vendía seis. Has perdido la venta de 5 baldes en cada uno que vendes."*

Educación

Una parte del problema viene de la informalidad de parte de mecánicos. Creen que las maquinas de hoy son iguales a las de 30 años atrás cuando aprendieron. Creen que el amigo sabe todo. Creen que su mano puede sentir la viscosidad que siente el motor. Creen que el color del aceite es determinante en todo. La complejidad, los materiales y las tolerancias de los equipos, transmisiones y motores de hoy son totalmente diferentes que los de 10 o 20 años atrás. El mecánico que no aprende algo todos los días se queda atrás.

Otra parte del problema es el consumidor que cree en sus amigos más que en el manual. Algunos son muy susceptibles a eslóganes de marketing o argumentos de venta aunque no tienen lógica. Otros son bien cerrados, buscando o utilizando productos obsoletos porque alguna vez fue recomendado o dio un resultado mejor que otro en la época. Hay otros hoy en día que creen todo lo que le dicen en un foro del Internet, sin cuestionar la lógica o ver las opiniones contrarias. Compran aditivos, imanes para su combustible, filtros eternos o cualquier cosa que esté de moda aunque fue descalificada por expertos.

La evaluación

Hay veces que el cliente tiene razón en que tiene un problema, pero está lejos de saber cuál es. No hace mucho que vino un cliente con un filtro que estaba “con defecto” porque la empaquetadura era muy baja o muy plana y perdía aceite. Estaba furioso que le habían vendido un filtro “tan malo”. La realidad era que el filtro estaba bien, pero mal aplicado a su auto, donde el cabezal no permitía el uso del filtro que lleva la mayoría de ese modelo. Para el cabezal que lleva su auto, necesitaba otro filtro, con otro diseño de base. Antes de solucionar el problema es necesario determinar cuál es.

Esta semana alguien me dijo que el filtro de diesel original no servía porque se taponaba muy rápido. Que era mejor comprar un filtro barato porque duran más. No tomaba en cuenta que el filtro se taponaba por suciedad en el diesel y el propósito del filtro es cuidar los inyectores. Para extender la vida útil del filtro había que cambiar su manejo de diesel en tambores, bidones y mangueras, usando filtros en los respiraderos. Cambiar la eficiencia del filtro para uno de mayor micronaje sólo aumentará sus gastos de mantenimiento y consumo de diesel. No resuelve el problema principal de contaminación.

Resumen

Todos somos clientes de alguien. Vamos de compras al mercado, la ferretería, el surtidor o cualquier lugar. ¿Cuántos investigamos lo que vamos a comprar? ¿Cuántos entramos a la tienda con la cabeza abierta a sugerencias? ¿Cuántos nos dejamos convencer por cualquier vendedor? ¿Cuántos insistimos que sabemos lo que necesitamos cuando realmente necesitamos educarnos?

Nunca me olvidaré la experiencia de ir con mi hijo al concesionario para comprar un auto nuevo. Se acercó a la ventana del auto donde estaba el precio para ver cuántas cosas el concesionario había anotado para aumentar el precio. Se acercó un vendedor a decirle lo bueno del auto. Mi hijo le dijo que probablemente sabía más que él del auto y empezó a impresionar al vendedor con detalles que el vendedor nunca soñó aprender. Le dijo que el auto era del color que quería y que tenía el equipo que buscaba. Sólo faltaba acordarse

un precio razonable, tomando en cuenta que le costaba “X” al concesionario, incluyendo el transporte y los accesorios que el concesionario estaba cobrando extra, menos ciertos descuentos, etc. Que estaba dispuesto a pagar “Y”. Una hora más tarde salimos con el auto. Mi hijo había hecho una buena investigación. Tenía razón.

Vivimos en una época donde hay mucha información disponible. Sólo falta buscar lo que necesitamos y determinar cuál información está más actualizada, más correcta. Tenemos que entender cual información es **opinión** y cual es **real**.

Como cliente, creo que es mejor convertirse en un cliente que tiene razón. Como proveedor, mejor es educar al cliente para que no le engañen.

Widman International SRL contribuye a la capacitación de los ingenieros y usuarios en Bolivia para mejorar su competitividad. Para mayores informaciones prácticas, visite nuestra página Web: www.widman.biz

Si usted conoce a otra persona que estuviera interesada en recibir estos boletines, favor responder a scz@widman.biz Si no quiere recibir estos boletines mensualmente, puede escribir a scz@widman.biz con “**remover**” en el asunto.

La información de este boletín técnico es de única y completa propiedad de Widman International S.R.L. Su reproducción solo será permitida a través de una solicitud a scz@widman.biz no permitiendo que esta altere sus características ni su totalidad.