

El escenario de negocios generado por la pandemia de COVID-19 es nuevo para todos. Si siempre es importante preocuparnos y cuidar al cliente, en momentos como este lo es aún más, manteniéndolo cerca, escuchando, siendo flexibles y ajustando la operación con un propósito bien definido.

La complejidad del presente y el futuro es significativa. Las organizaciones que logren entender las necesidades y expectativas del consumidor, así como las dinámicas del mercado, sabiendo decodificar y proyectar el nuevo paradigma de la experiencia del cliente (CX, por sus siglas en inglés), saldrán más fuertes de esta crisis.

Responder de forma asertiva, coordinada y con impacto en el consumidor es una prioridad. En este sentido, les compartimos estrategias basadas en cuatro de los seis pilares de CX de KPMG, para promover el posicionamiento de su marca y la lealtad de su cliente durante la crisis de COVID-19.

Cientes

## ¿Qué es importante para el cliente?



Integridad

### Proporcionar confianza

La confianza es un elemento primordial; pone a prueba la capacidad de la marca para transmitirle al cliente que está cerca, al pendiente, generando seguridad y confianza.

Demostrar de forma transparente que están tomándose las precauciones necesarias para mitigar los riesgos que presenta la COVID-19, así como para proteger a las personas genera un sentimiento de que la empresa se preocupa, es honesta y proactiva.

Comunicar cómo se mantendrán los espacios seguros y anunciar nuevos productos y servicios adaptados al contexto son acciones que demuestran la conciencia de la marca ante esta amenaza.



Empatía

### Primero el cliente

No es el momento para que las empresas se enfoquen simplemente en las ganancias, sino en el valor a medio y largo plazo para el cliente, demostrando que es importante para la organización.

La marca debe tratar a la gente con empatía para entender todas las dificultades que están enfrentando; por ejemplo, exentando tarifas de cambios o de pagos atrasados, sobregiros, cancelaciones y otros cambios que agravarían la situación actual. Las empresas que empatizan con sus clientes se recuperarán más rápido y, aún más importante, fortalecerán la salud financiera al crear clientes promotores que tienen lealtad por la marca.



Resolución

### Seguir escuchando

El cliente seguirá consumiendo productos y servicios, así que es preciso mantener el cuidado de todos los canales de comunicación, poniendo mucha atención a los comentarios de los usuarios y capacitando a los equipos que los atienden para solucionar sus problemas y atender sus necesidades.

Es crítico escuchar activamente lo que sucede en los diferentes canales para entender el impacto en el negocio, generando puntos de vista y acciones efectivas.



Tiempo y esfuerzo

### Flexibilidad

Ante esta crisis, el servicio al cliente debe ir más allá de lo usual, flexibilizando las políticas rígidas de atención. Es crítico que las empresas empoderen a sus equipos para atender de manera apropiada y rápida las necesidades y las circunstancias específicas del consumidor.

En este sentido, es muy importante que las organizaciones sean flexibles remplazando procesos que ahora afectan la experiencia del cliente.

Para conocer más sobre el impacto de la pandemia en los negocios, visite:

<https://home.kpmg/xx/en/home/insights/2020/03/the-business-implications-of-coronavirus.html>

<https://www.kpmg.us/insights/2020/covid-19-resilience-readiness.html>

## Manuel Hinojosa

Socio de Asesoría en Soluciones de Cliente e Innovación de KPMG en México

## Carlos Morgado

Director de Soluciones para el Cliente de KPMG en México

[Privacidad](#) | [Aviso Legal](#)

KPMG en México, Manuel Ávila Camacho 176 P1, Col. Reforma Social, 11650 México, D.F.

© 2020 KPMG Cárdenas Dosal, S.C. la firma mexicana miembro de la red de firmas miembro de KPMG afiliadas a KPMG International Cooperative ("KPMG International"), una entidad suiza. Blvd. Manuel Ávila Camacho 176 P1, México, 11650. KPMG y el logotipo de KPMG son marcas registradas de KPMG International. Todos los derechos reservados.

