

Caso

El esquema de comercialización de **Essilor** es diferente en muchos sentidos al de la mayoría de empresa del sector por una serie de variables que entran a sumar en el momento de evaluar la forma en que atendemos a nuestros clientes y en la dinámica de las relaciones con los clientes.

La venta de **Essilor** es una venta altamente técnica pero como se sabe es una venta menos transaccional en la medida de que no se realizan ventas directas de lentes a las ópticas. Lo anterior implica que la forma en que se genera la demanda de producto es a través de la influencia a los profesionales de las ópticas por medio del conocimiento que se tiene del producto y del sector.

En muchos de los casos la gestión de los consultores es la de solucionar o la de orientar a los optómetras en el momento que se presentan algunas situaciones con los pacientes que requieran una opinión profesional.

Situación

En una sucursal de una cadena de ópticas se ha presentado el caso de un paciente cuya formulación de los lentes no lo tiene satisfecho. El paciente manifiesta que tiene que cambiar su posición de lectura para usar los lentes y que eso no le sucedía con otra marca que estaba usando.

Por su conocimiento en el tema, usted ha identificado que uno de los problemas que se puede estar presentando viene de la formulación que tiene el paciente, sucede que la fórmula que usa el paciente fue recetada por un oftalmólogo, por lo que el paciente tiene una credibilidad extrema en el juicio de su médico.

El paciente ha cambiado el lente en un par de ocasiones y siendo esta la tercera vez que va a la Óptica es momento de tomar un rumbo diferente que lleve a decidir cuál es la mejor manera de usar el tiempo de los consultores en la relación de servicio con el cliente y con el paciente.

El Desafío:

Partiendo de la base de que las premisas de atención al cliente en Essilor varían con respecto a muchos otros en el mercado, la misión es prestar el servicio al que están acostumbrados los clientes, pero usar la firmeza con el paciente y con el cliente de establecer un límite adecuado.

La Tarea:

Prepare su agenda de tal manera que le dedica una parte de su tiempo al cliente y al paciente, pero sin dejar de atender los demás clientes de su zona.

Establezca la estrategia de comunicación para alcanzar en la situación tratando de balancear las necesidades del cliente y paciente, con las necesidades de la empresa.