

# Perfil del Cliente

## El cliente o consumidor

El cliente o consumidor es el activo más importante de la empresa, porque todos los esfuerzos que una compañía realiza se dirigen a satisfacer sus necesidades. Es necesario entender que la empresa depende de sus clientes y no lo contrario, ya que muchas veces se cae en un error al pensar que el cliente debe agradecer a las empresas que existan y en ocasiones el cliente puede sentirse menospreciado, lo cual es un error grave.

En una definición más concreta, diremos que el consumidor es “una persona o conjunto de personas que satisfacen sus necesidades mediante el uso de los bienes o servicios generados en un proceso productivo, adquiridos en el mercado”. M.A. López (2006).

## Las necesidades del cliente

Para explicar este punto nos basaremos en la pirámide de necesidades de Abraham Maslow:



Las necesidades fisiológicas son primarias; ejemplo: el hambre, cubrirse de los cambios de clima, respirar o la sed. El consumidor las satisface a través de: ropa, calzado, bebidas y alimentos, etc.

# Perfil del Cliente

Las necesidades de seguridad son también primarias y se adquieren una vez que se han cubierto las fisiológicas; su compra es esporádica. Ejemplo: una vivienda.

En las necesidades sociales vemos que las personas las buscan como una sensación de pertenencia a determinados grupos. Ejemplo: afiliarse a un club deportivo.

En las necesidades de autoestima vemos que el individuo busca mejorar o reafirmar el concepto de sí mismo y suelen cubrirse con todos aquellos bienes y servicios que generen una sensación de bienestar personal. Ejemplos: educación, perfumes, artículos de belleza, etcétera.

Las necesidades de autorrealización se encuentran representadas por la consideración y respeto de los demás. Ejemplo: ir a la universidad y obtener un título.

## **Referencia:**

López Luengo, M.A.; Lobato Gomez, Francisco (2006). Operaciones de Venta. Editorial Paraninfo.