

Valor y Satisfacción

Los consumidores día a día están expuestos a una gran variedad de productos que perfectamente satisfacen sus necesidades, la pregunta que nos podemos hacer es ¿cómo decide el consumidor entre todas esas ofertas de mercado que tiene a sus alcance? Aquí es donde nos damos cuenta de que los consumidores eligen un producto en base a las satisfacciones que le ha causado. Cuando un cliente está satisfecho con el producto, lo vuelve a comprar en repetidas ocasiones y sin dudar; en cambio, cuando el producto o la atención no han sido lo que él esperaba y lo han dejado insatisfecho, cambian de producto por otro de la competencia. Pero no termina ahí sino que a la primera oportunidad, comentará con otras personas su mala experiencia con el producto o servicio.

El mercadólogo tiene que saber equilibrar el nivel de satisfacción de los clientes, ya que de esto dependerá que se pueda crear una experiencia. Si las expectativas son bajas, el producto puede satisfacer a los consumidores que ya lo compran, pero no será suficiente para atraer a nuevos consumidores. Y también puede que las expectativas sean demasiado altas y los consumidores se sientan decepcionados. Es aquí donde llegamos a la conclusión de que el valor y la satisfacción son pieza clave para construir, desarrollar y administrar las relaciones con los clientes.

Referencia:

Kotler&Armstrong (2008), Fundamentos de Marketing, Ed, Prentice Hall, Estado de Mexico