Publicado en Ciudad de México el 07/10/2015

# [Invertir en tecnología para generar satisfacción](http://www.notasdeprensa.es)

## Tener a los clientes satisfechos y agradecidos por valorar el tiempo de cada uno de ellos, genera valor agregado a la crítica positiva a la que será sometida toda empresa, entidad o prestador de servicios que tenga área de atención al cliente.

 Las empresas en México están en cuenta regresiva: invierten en tecnología que agilice la atención al cliente, o cargarán con el “ataque de nervios” de los usuarios que no gustan de esperar en una fila ni de correr el riesgo de no atender a una pantalla que arroja el número de su boleto, hasta llegar donde la paciencia pierde su significado. Verse obligado a formarse en una fila para realizar un trámite o transacción y enojarse por ello, son causa y efecto que la humanidad comparte. Comodidad es una obligación para las personas del hoy: profesionistas que cuentan con poco tiempo para dedicarlo a trámites y diligencias. Hay que ponerse en los zapatos del cliente que visita una entidad pública o privada, y se encuentra con el "viejo sistema" de una fila o un boleto con un número que aparecerá en un tablero con un sonido estéril, esto genera estrés instantáneo. El sistema de turnos inteligente e-Flow®, es el futuro en el presente. Es decirle “adiós” a las veces se tiene que mirar el ticket, seguido del pequeño tablero, para darse cuenta que faltan por ser atendidos varios usuarios, antes del propio. La modernidad consta de simplemente esperar sentado para escuchar una cálida voz que emitirá el número del ticket. La empresa de paquetería mundialmente conocida, ‘DHL’, utiliza el sistema e-Flow® en sus principales sucursales del país. En el Distrito Federal, el módulo de Hangares, es el mayor beneficiado. En esta oficina, el problema de estacionamiento generaba caos vial en la zona y las filas eran interminables; se perdía hasta una hora para hacer un envío.  ‘DHL’ Hangares, hizo un gran esfuerzo para adaptar su mercadotecnia al sistema e-Flow®. Valió la pena por el hecho de cambiar radicalmente el tratamiento a sus clientes: esperar cómodamente sentados. Además, las pantallas donde sale el número del boleto de cada usuario, otorga mayor visibilidad y como valor agregado, reposiciona la marca. “Para mejorar la experiencia del consumidor el primer reto es eliminar la queja, la causa del enojo. Y no cabe duda que el factor más irritante siempre es el tiempo de espera.  “Por eso, al eliminar las filas y permitir al consumidor esperar sentado se está dando el paso decisivo para ofrecerle una experiencia más agradable”, expuso Víctor Anaya, ejecutivo comercial que trabaja con e-Flow® desde 2012 en ‘Sidesys México’. Antes que consumir productos y servicios, todos consumimos experiencias; el proceso de atención al cliente es precisamente eso: una experiencia, comentó Anaya. ¿Cuál es la mejor publicidad o incluso, la peor? La de “boca en boca”, misma que emite una persona luego de probar algo. Valorar una mala experiencia, es el arma más poderosa para “atacar” a una empresa que genera incomodidad en sus clientes, y se propaga velozmente. Del otro lado está la calificación de excelente, aquella que con gusto se recomienda y llega directamente a los verdaderos consumidores. Como ya lo comprobó ‘DHL’, tener a los clientes satisfechos y agradecidos por valorar el tiempo de cada uno de ellos con e-Flow®, genera un "plus" hacia la crítica positiva: a la que será sometida toda empresa, entidad o prestador de servicios que tenga una óptima área de atención al cliente

**Datos de contacto:**

Sidesys IT Solutions

http://www.e-flow.com.mx

+52 (55) 6237 1111

Nota de prensa publicada en: [https://www.mexicopress.com.mx/invertir-en-tecnologia-para-generar-satisfaccion-0](http://www.notasdeprensa.es/educalivecom-disfruta-de-cursos-presenciales-y-clases-particulares-a-traves-de-internet)

Categorías: Internacional Telecomunicaciones E-Commerce Recursos humanos Consumo Innovación Tecnológica



[**http://www.mexicopress.com.mx**](http://www.notasdeprensa.es)