



El servicio al cliente en la industria del tenis.

Mark Tennant y Abbie Probert.

Inspire2coach, GBR.

RESUMEN

El servicio al cliente en la industria del ocio es fundamental para la generación de nuevos negocios y para la retención de los clientes existentes. Las organizaciones de tenis y los profesionales de la enseñanza son componentes clave para proporcionar y fomentar un servicio al cliente de calidad en la industria del tenis. El servicio al cliente se puede implementar de varias maneras, tanto en cancha como fuera de ella, y es fundamental para el crecimiento y el éxito de una organización.

Palabras clave: Retención de clientes, Servicio al cliente, Relaciones, Industria del tenis.

Recibido: 9 de Octubre 2014.

Aceptado: 28 de Noviembre 2014.

Autor correspondiente: Mark Tennant, Inspire2coach, GBR.

Email: mark@inspire2coach.co.uk

INTRODUCCIÓN

La calidad del servicio no fue reconocida como área importante para la investigación dentro de la industria deportiva hasta fines de los años 80 (Crompton, MacKay, y Fesenmaier, 1991), dato que es sumamente interesante. Tras este reconocimiento, la calidad del servicio se ha convertido en un factor de apoyo para el éxito de la industria del tenis. Hoy en día, muchas organizaciones deportivas compiten por los clientes e intentan satisfacerles mediante una organización que ofrece un servicio al cliente de alto nivel (Yong y Pastore, 2005). Dentro de las organizaciones deportivas, los profesionales de la enseñanza son clave para ofrecer al cliente un servicio de alto nivel.

nuevos negocios y retienen a los clientes existentes. La mayoría de las empresas reconocen que solamente pueden sobrevivir cuando tienen clientes, y sólo pueden crecer cuando logran retener a los existentes y captar a nuevos (Schmitt, 2003). La industria del tenis no es una excepción, los clientes son el activo más valioso de una empresa, por lo tanto, el programa de tenis debe estar estructurado y gestionado alrededor de ellos (Schmitt, 2003). Los profesionales del tenis a través de sus negocios, programas y empresas continúan triunfando cuando se concentran en la experiencia de sus clientes y cuando las exigencias clave se tienen en cuenta para satisfacer las necesidades de los clientes. Los profesionales de la enseñanza del tenis son elementos clave que influyen en la experiencia de los clientes y tienen gran incidencia en la percepción que ellos tienen sobre la calidad del servicio y consiguiendo la rentabilidad.



¿POR QUÉ ES IMPORTANTE EL SERVICIO AL CLIENTE EN LA INDUSTRIA DEL TENIS?

El servicio al cliente puede definirse como el ofrecimiento de un servicio a los clientes antes, durante y después de una compra (Tennant, 2014). La calidad del servicio al cliente y la satisfacción del cliente son conceptos básicos que generan



Figura 1. La importante relación entre el éxito y los clientes.

CÓMO COMPRENDER A LOS CLIENTES

La comunicación entre el profesional de la enseñanza y los clientes es vital en la industria del tenis. Los profesionales de la enseñanza deben crear un entorno seguro, divertido y positivo para sus clientes. La evidencia sugiere que cuando un cliente está satisfecho con la calidad de servicio que recibe, sus conductas son positivas y fortalecen sus relaciones con la organización (Zeithaml y Bitner, 2003). Un profesional de la enseñanza logrará este éxito mediante sus actitudes y reputación dentro y fuera de la cancha. Construir una relación profesional positiva incrementará las posibilidades de satisfacción del cliente. Una relación positiva se puede lograr manejando las expectativas, fijando metas y creando un entorno saludable en el que los clientes pueden aprender o jugar al tenis. Los profesionales de la enseñanza, en la industria del tenis, deben identificar y adaptarse a su público. Por ejemplo, tratar con un jugador junior y sus padres será diferente a hacerlo con un adulto, y se deben considerar las razones por las cuales cada uno juega al tenis. La motivación para jugar al tenis en un mercado del ocio cada vez más segmentado puede variar entre géneros y grupos de edades e identificar estas razones permitirá personalizar el servicio. La personalización y adaptabilidad que demuestre el profesional de la enseñanza le hará sentirse único y valioso para el cliente.

Una experiencia negativa puede ser perjudicial para la organización o para el profesional de la enseñanza. Hay que recordar que los clientes no carecen de alternativas. Si un cliente no está satisfecho, puede buscar otras opciones o incluso podría elegir una nueva actividad para su tiempo libre. Un servicio al cliente de calidad puede ser un factor decisivo para el éxito de una organización deportiva (Yong y Pastore, 2005) y a pesar de la longevidad de una sociedad nunca se debe considerar que los clientes estarán en todo momento.

Sería irreal pensar que los clientes están siempre satisfechos. A pesar del esfuerzo, quizás las cosas pueden no funcionar correctamente. Las críticas y quejas de los clientes son una información extremadamente útil si se utilizan positivamente. Las quejas pueden destacar áreas que habían sido dejadas de lado o consideradas como menos importantes, pero que son importantes para los clientes. Las críticas y las quejas usadas de manera constructiva pueden dar, tanto a la organización como al profesional de la enseñanza, una segunda oportunidad de mejorar los productos y servicios. Suelen ser un indicador de cuánto se diferencian la organización y el profesional de la enseñanza de sus competidores. La retroalimentación les pone en conocimiento de lo que es posible hacer para mejorar (Martin, 2010).

PROPORCIONAR UN BUEN SERVICIO

La Tabla 1 muestra seis recomendaciones para los profesionales de la enseñanza para asegurar el buen servicio al cliente.

Seis maneras de mejorar el estándar de servicio y la satisfacción del cliente	
Personalización	Es clave iniciar la relación con una presentación amistosa. Un profesional de la enseñanza debe saludar a cada cliente con una sonrisa y dar la bienvenida a la lección, tanto a los clientes existentes como a los nuevos. Cuando se trabaja con clientes nuevos es importante que el profesional de la enseñanza aprenda sus nombres y los utilice con frecuencia. La personalización permite al cliente sentirse cómodo y se recomienda que el profesional de la enseñanza se informe sobre lo que es importante para ellos: su familia, su carrera o sus actividades de tiempo libre.
Equipamiento personal	Un profesional de la enseñanza debe verificar que tanto su equipamiento personal como su material de enseñanza estén en excelentes condiciones. Es fundamental que todas las pelotas estén en buenas condiciones antes de la lección y si ésta requiere tecnología, los elementos deben estar debidamente cargados, en condiciones, y cumplir con los requerimientos de seguridad. Las lecciones se llevan a cabo en condiciones de seguridad cuando los estándares del equipamiento son altos.
Presentación personal	Un profesional de la enseñanza debe ser prolijo, pulcro y con una apariencia cuidada. Debe ser fácilmente identificable por su apariencia. Debe realizar todos los esfuerzos para asegurar la pulcritud de sus dientes, cabello y piel.
Amabilidad	Al finalizar cada lección, agradecer y fijar la fecha para la próxima reunión. Su lección debe ser la mejor hora de la semana para sus alumnos. Es aconsejable tomarse el tiempo entre las clases para ver jugar a los alumnos y ofrecerles un breve consejo, una palabra de aliento o reconocer su progreso.
Puntualidad	Un profesional de la enseñanza debe llegar siempre puntualmente y respetar los horarios de inicio y fin de cada clase.
Preparación	Idealmente, el profesional de la enseñanza debe tratar de llegar por lo menos quince minutos antes de la clase para prepararse para la llegada del cliente, preparar la cancha, revisar sus notas y verificar que las instalaciones estén listas para jugar.

Tabla 1. Seis recomendaciones para incrementar el estándar de servicio y la satisfacción del cliente.

CONCLUSIÓN

El profesional de la enseñanza ejerce diariamente una influencia sobre la vida de sus clientes, impartiendo conocimientos, instrucción y retroalimentación, tanto dentro como fuera de la cancha. El servicio al cliente es una parte esencial de la industria del tenis pues ayuda a generar nuevos negocios y a retener a los clientes existentes. Un profesional de la enseñanza puede crear un entorno positivo que aliente el crecimiento y satisfaga a los clientes haciendo que se sientan bienvenidos, únicos y especiales. Es importante recordar que dentro de la industria del tenis, los clientes tienen la posibilidad de elegir otra organización o comenzar una nueva actividad durante su tiempo libre.

REFERENCIAS

- Crompton, J. L., MacKay, K. I., & Fesenmaier, D. R. (1991). Identifying dimensions of service quality in public recreation. *Journal of Park and Recreation Administration*, 9:15-27.
- Fulford, M. D., & Enz, C. A. (1995). The Impact of Empowerment on Service Employees. *Journal of Managerial Issues* Vol. 7, No. 2, 161-175
- Martin N. (2010). *The Marketing Handbook for Sports and Fitness professionals*. Bloomsbury Publishing PLC, United Kingdom
- Schmitt, B. H., (2003) *Customer Experience Management: A revolutionary Approach to connecting with your customers*. John Wiley & Sons, Inc., New Jersey.
- Tennant, M (2014) Personal communication.

- Yong, J. K., & Pastore, D. L. (2005). Hierarchical Model of Service Quality for the Recreational Sport Industry. *A Sport Marketing Quarterly*, 14:84-97
- Zeithaml, V. A., & Bitner, M. J. (2003). *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm*. New York: McGraw-Hill

CONTENIDO ITF ACADEMY RECOMENDADO (HAZ CLICK ABAJO)



Derechos de Autor (c) 2014 Mark Tennant y Abbie Probert.



Este texto está protegido por una licencia [Creative Commons 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

Usted es libre para **Compartir** —copiar y redistribuir el material en cualquier medio o formato— y **Adaptar** el documento —remezclar, transformar y crear a partir del material— para cualquier propósito, incluso para fines comerciales, siempre que cumpla la condición de:

Atribución: Usted debe dar crédito a la obra original de manera adecuada, proporcionar un enlace a la licencia, e indicar si se han realizado cambios. Puede hacerlo en cualquier forma razonable, pero no de forma tal que sugiera que tiene el apoyo del licenciante o lo recibe por el uso que hace de la obra.

[Resumen de licencia](#) - [Texto completo de la](#)