

El buen servicio al cliente influye positivamente en el estado emocional del 84% de las personas

Ofrecer y/o recibir un **target** distinto y de mucho mejor calidad es sin duda una cualidad bastante apreciada

En este sentido el “Servicio al Cliente **American Express México**”, una opción que permite llegar a los usuarios de **Estados Unidos**

Pero, ¿Qué es el servicio al cliente? **Estudio de Servicio al Cliente** las claves de su éxito en **American Express** marketing? D
Neurosense LTD

Impacto fisiológico. Gemma Calvert, directora de **Neurosense Group** de , afirma que la base para el **triunfo**

Y si lo traducimos a la **insólita** (distinta, extraordinaria, increíble de las demás) a experimentar

Servicio insólito quiere decir ofrecer “el máximo de placer” experiencia puede, incluso, ser comparada con la de un viaje.

Clave de marketing . Es por eso que, según **Si una persona está acostumbrada a un servicio estándar, un servicio insólito puede ser una experiencia memorable.**

Impacto emocional. “Las emociones tienen memoria”, afirma el directivo. Es por eso que el 53% de los clientes recuerdan la experiencia emocional.

El estudio encontró que el efecto de un buen servicio en el estado emocional es tan poderoso que puede ser recordado durante meses.

Gemma Calvert lo describe así: “Curiosamente también se encontró que un servicio insólito hizo a más del 50% de los clientes sentirse bien.”

Clave de marketing . Si ya provocaste reacciones fisiológicas favorables, ahora es el momento de actuar.

Impacto psicológico. De forma particular, según los hallazgos del estudio, más de la mitad (55%) de los clientes recuerdan la experiencia psicológica.

Resulta más interesante por eso que **para esas que das se vuelve en una acción por que más importante que recibir un servicio es la experiencia.**

Fuente: Revista Alto Nivel México