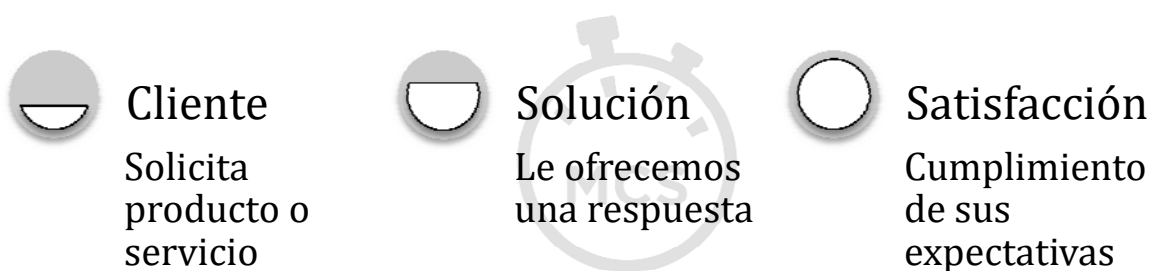


Calidad en el servicio

Los consumidores de nuestros productos pueden parecer poco sensibles a la calidad del servicio, sin embargo, todas las empresas de hoy en día se deben caracterizar por el altísimo nivel en la calidad de los servicios que entregan a los clientes.

La calidad de dichos servicios, depende de la suma de conductas de todo el personal de la empresa cuyo objetivo final es dar una adecuada solución al cliente en base a sus necesidades.

Y debemos fijarnos en una palabra del anterior párrafo: solución. Los clientes quieren soluciones independientemente de que se trate de un servicio o un producto. Pueden comprar una hamburguesa, un equipo informático, el consejo de un abogado... no importa. Lo que necesitan es que la solución que compren, sea completa y cumpla con sus expectativas.



MindCompanySport

Ahora bien, ¿qué aspectos podemos destacar para satisfacer las necesidades que nos plantean nuestros clientes?:

1. Cumplir todas las promesas.

Realizar promesas que no sabemos si podremos cumplir es un hábito frecuentemente utilizado para evadir un problema o quitarnos de encima a un cliente “pesado”. Sin embargo, el no cumplimiento de las promesas tienen un precio muy alto para la organización debido a la insatisfacción que genera en el cliente. Si el profesional dice: “no se preocupe, su pedido estará mañana en su casa” mejor que sea así pues si no hará pensar al cliente que no se está dando un buen servicio.

2. Respetar el tiempo del cliente.

El tiempo es el valor máspreciado por el cliente y uno de sus recursos más escasos. Hay modelos de negocios como las franquicias de restauración, que son muy sensibles y tienen muy en cuenta este aspecto. Por ello, es importante que

el equipo esté muy bien coordinado y que las conductas de apoyo sean las adecuadas para agilizar nuestros procesos de trabajo. Más adelante ampliaremos este aspecto.

Pero tenemos que ser muy consciente de algo: si no estamos coordinados llegaremos tarde a la realización de las conductas anteriores de atención al cliente. Es decir, siempre nos “pillarán” con algún problema para ejecutarlas.

3. **Tener obsesión por los detalles.**

El concepto de calidad del servicio se basa en la necesidad de sorprender al cliente. Conductas concretas que veremos posteriormente, marcan la diferencia de que el cliente se marche contento o que se marche fidelizado, que es lo que necesitamos en un entorno tan competitivo como el de hoy.

4. **Seguridad e higiene.**

También son detalles importantes los que tienen que ver con el aspecto físico de las personas y las instalaciones: Temperatura, limpieza, olores, ruidos etc... La seguridad y limpieza en un negocio del sector restauración es un factor clave para la calidad del servicio, por ello, debemos reportar a la persona responsable cualquier anomalía que encontremos en nuestro día a día.

5. **Reaccionar ante el error.**

En todas las organizaciones se producen errores por lo que su ocurrencia es totalmente inevitable. Lo importante es tener capacidad para reaccionar rápidamente frente a ellos. Si reaccionamos con la solución adecuada, podemos hacer que el error sea un elemento que ayude a mejorar la satisfacción con el cliente. La mejor estrategia para conseguir la fidelización de los clientes se logra evitándoles sorpresas desagradables por fallos en el servicio, así como sorprendiéndolos favorablemente cuando una situación imprevista exija nuestra intervención.

En línea con todo lo tratado anteriormente, es el profesional del restaurante quien conociendo las expectativas del cliente puede llevar a cabo las acciones oportunas que estén bajo su control.

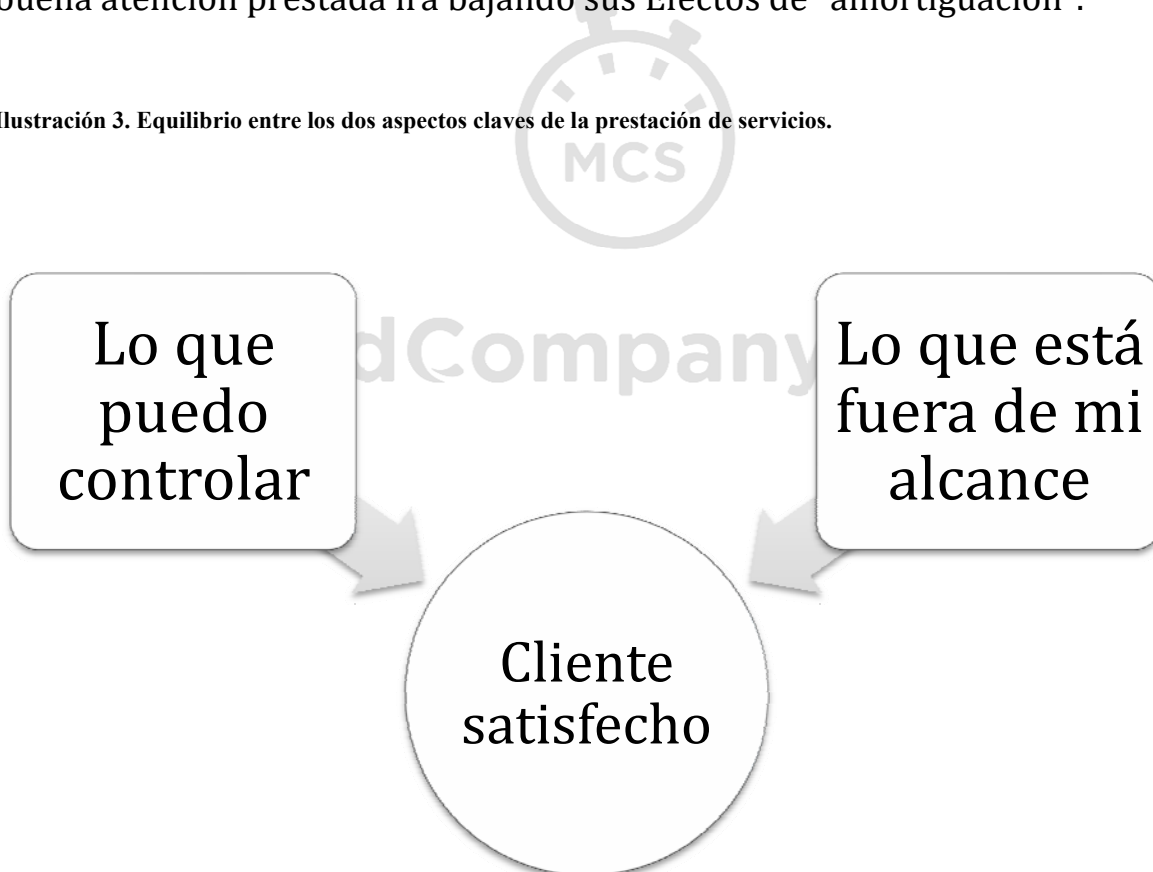


En cuanto a nivel de instalaciones y equipamientos será la empresa la encargada de lograr las expectativas de nuestros clientes.

Es ese equilibrio entre la calidad de las instalaciones y la atención al cliente, lo que permite una expectativa adecuada. Supongamos que un cliente entra en unas instalaciones viejas y descuidadas. Si cuando interactúa con uno de los empleados, este cumple a raja tabla con los estándares de atención, el cliente se encontrará ante una expectativa desequilibrada, aunque en este caso de manera positiva porque no le gustará la instalación pero la buena atención al cliente salvará el momento. Lo mismo ocurre cuando un cliente entra en un hotel de 5 Estrellas Gran Lujo y esperando una atención acorde a ella, ésta no llega nunca a ocurrir.

En resumen, unas instalaciones deficientes pero con una atención adecuada, salvan la experiencia de los clientes en el 80% de las ocasiones (aunque también es verdad, que no durante mucho tiempo). Si las instalaciones y servicios no dependientes del equipo de profesionales siguen sin mejorar, con el tiempo la buena atención prestada irá bajando sus Efectos de “amortiguación”.

Ilustración 3. Equilibrio entre los dos aspectos claves de la prestación de servicios.



Preguntas de evaluación

1. Los clientes no sólo compran productos o servicios sino y, sobre todo, soluciones.
2. Los tiempos de espera no son un elemento clave para satisfacer la atención del cliente.
3. Para fidelizar a los clientes hay cosas mucho más importantes que tener obsesión por los detalles.
4. Los profesionales de la empresa, al igual que un deportista de élite deben concentrarse en lo que pueden controlar: sus propios comportamientos.
5. Unas instalaciones deficientes pero con una atención adecuada, salvan la experiencia de los clientes.

Entrenamiento para el puesto de trabajo

¿Cómo soy de detallista con los servicios que ofrezco a mis clientes? Cuenta esta semana el número de veces que tienes detalles con el cliente que él no espera.



MindCompanySport