

PUNTOS DE VISTA

LAS CLAVES DEL MUNDO EMPRESARIAL

“La atención al cliente, clave en la gestión de empresas”

J. MIGUEL SÁNCHEZ

Socio de Talent Profits. Coach Ejecutivo certificado por la International Coach Federation.
jmiguelsanchez@talentprofits.com
www.talentprofits.com

Este mes escribo este artículo mientras estoy en un programa de formación en Roma. Decidí venir un día antes de que comenzara dicho programa para visitar la ciudad y disfrutar de las bellezas que se pueden encontrar en la “ciudad eterna”.

Me hospedé en un hotel de una cadena reconocida donde el trato fue adecuado desde el principio, no puedo pensar en nada que perturbara mi estancia.

Sin embargo, tras un día intenso de recorrer la ciudad, decidí ir un rato al gimnasio para mantener la forma física. Tras algo más de 1 hora y una refrescante ducha, subo de nuevo a la habitación y cuál es mi sorpresa cuando descubro un invitado no esperado en la habitación, tenía un grillo de un tamaño que yo no había visto antes.

Como es normal, después de decidir que ambos no éramos compatibles en el mismo recinto, llamo a recepción y les cuento lo que ocurre. Me informan de que en los últimos días ha habido una plaga de esos grillos en el área en la que se encuentra ubicado el hotel y que mandan a alguien para recogerlo. Bueno, no es demasiado, pero acepto.

Mientras espero, echo un vistazo y sorprendentemente descubro 2 miembros más de la comunidad de grillos que no habían sido invitados a mi habitación. Decido que esto ya pasa de lo esperable en una cadena como la que estoy y llamo para pedir un cambio de habitación. Después de un rato al teléfono sin obtener respuesta y tras haber sido evacuados los invitados no deseados por un miembro del hotel, bajo a recepción a hacer mi petición de cambio. Debo decir que conseguí el cambio de habitación, sin embargo, la atención recibida me ha llevado a escribir este artículo. Una vez más intentaron explicarme que se trataba de una plaga y que era algo puntual, la cual no es una respuesta que esperas de la primera cara delante del cliente, es decir, la recepción del hotel.

Tras esa explicación peregrina, con poco entusiasmo me dicen que buscarán una nueva habitación, pero que tengo que esperar un rato, en concreto media hora. Una vez que me están tramitando la nueva habitación, me hacen la pregunta más rara que podría esperar, *¿ha usado usted algo de la habitación; las toallas, el baño...?* Entré a las 11 y eran las 8 de la tarde, ¡por supuesto que había usado la habitación! Incluso si es una información que técnicamente tenían que conocer, no era a mí a quien se la tenían que preguntar.

Al final, conseguí mi habitación sin más atención que una escueta frase que decía algo así *“no olvide devolver la llave de la habitación que deja cuando se cambie a la nueva”*. Vamos a analizar qué cosas se podrían haber hecho de forma diferente en esta pequeña historia que he vivido recientemente.

En primer lugar, la persona que está en contacto directo con el cliente debe estar formada para ser capaz de manejar situaciones que pueden ser de cierto riesgo para la calidad del servicio ofrecido por la empresa y para la imagen de la misma, es decir, encontrar unos grillos de grandes dimensiones y un color negro que no atrae nada, no se puede tratar como algo que entra dentro de lo normal, por mucho que se trate de una plaga puntual de la zona. En este caso la **proactividad e iniciativa** es la primera arma de la persona que está ante el cliente. El profesional debe ofrecer varias alternativas al cliente que no le den pie a pensar si han gestionado bien su problema o no. *¿Desea que le cambiemos la habitación? ¿Podemos hacer algo más por usted?* En la mayor parte de los casos el cliente dirá que no es necesario y agradecerá la atención.

En segundo lugar el profesional no puede mantenerse en su explicación por real que sea. Debe ser consciente que es algo que se sale de lo normal, **demostrar al cliente que entiende su queja** y adelantarse a cualquier petición razonable.

En tercer lugar, es importante acortar el tiempo que pasa entre la reclamación del cliente y la solución que se ofrece y, cuando digo acortar, me refiero a **priorizar** esta tarea sobre cualquier otra para que la solución se produzca lo antes posible.

En cuarto lugar, **evitar hacer preguntas que pongan en un brete al cliente**. Recordemos que no está ahí por gusto, sino porque algo no ha salido como se esperaba del servicio o producto adquirido. Por último, una vez que has solucionado el problema, vuélcate en **que el cliente se vaya más satisfecho de lo que se habría ido en condiciones normales**. Aquí caben opciones como un pequeño obsequio, un descuento para la próxima vez o cualquier otra cosa que esté en nuestras manos. Al final todos estamos de acuerdo en que en estos momentos el mercado es cada vez más duro, la competencia trabaja mejor y más rápido y encima, la actual situación económica no ayuda mucho. Podemos haber hecho el mejor trabajo en publicitar nuestra empresa, producto o servicio, para conseguir atraer a los clientes; sin embargo, si no trabajamos adecuadamente en los momentos de la verdad, todo el esfuerzo realizado habrá sido baldío porque la imagen que quedará en el cliente es la de *tuve un problema y no se resolvió adecuadamente*.

La mayoría de los clientes lo único que esperan es que lo que reciben por lo que pagan se adecue a la expectativa que le habían prometido, da igual si hablamos de un producto de lujo o de cualquier otro tipo. Si hacemos caso a los estudios, una persona satisfecha con nuestra empresa se lo contará a otras dos, mientras que una persona insatisfecha con nuestra empresa, producto o servicio, se lo contará a una media de 13 personas, que se lo transmitirán al menos a otras 3-5 personas. Multipliquen y decidan cómo de importante es la formación en la atención y servicio al cliente para sus empleados.

Educación en igualdad

ROSA PEDROMINGO
PRESIDENTA DE LA
A. DE MUJERES PROGRESISTAS
DE TORRELODONES Y SNO

Acaba de iniciarse el curso escolar y muchos/as niños y niñas se incorporan a la escuela infantil o al colegio por primera vez en su vida.

Aunque algunos apenas tendrán tres o cuatro años, en sus formas de estar, hacer, jugar, etc., posiblemente ya aparezcan estereotipos y roles sexistas aprendidos en el entorno familiar, en los programas de la televisión, en el parque con los otros niños y niñas o por los juguetes que les han regalado y que ellos han pedido especialmente porque son de niños o de niñas, pues la publicidad de los mismos ya se encarga de diferenciar quien juega con cada juguete. Es en estos primeros espacios de convivencia donde comienza el aprendizaje de la identificación del rol de niño o de niña, cuando todo se grava, se almacena y se imita.

Después de la familia, el proceso de educación social continúa en la escuela, pero no hay compartimentos estancos; todo lo aprendido entra a formar el mundo de valores del pequeño y, a veces, tiene grandes dificultades en aceptar nuevas conduc-

tas que contradicen las ya aprendidas; por eso, cuando comienzan a ir al colegio, el trabajo de educar en igualdad debe fluir de una, la escuela, a la otra, la familia y viceversa.

¿Sabemos si a nuestros hijos e hijas se les prepara y educa en el colegio para la igualdad, la paz, la cooperación y la solidaridad? Lo más probable es que no lo hayamos preguntado, o que ni siquiera nos lo planteemos. Sin embargo, nuestros colegios, escuelas e institutos, maestros y maestras, como formadores de la futura sociedad, sí que deben tener en cuenta que el principio básico para desarrollar una convivencia de calidad es la igualdad entre el alumnado e impartir una educación que permita avanzar en la lucha contra la discriminación y la desigualdad, sean éstas por razones de nacimiento, raza, sexo.

Claro que queremos que adquieran el valor de la igualdad, pero no que lo entiendan como un hecho aislado que trabajaron un día en la escuela, sino como una actitud deseable y necesaria por y para la sociedad. Pero para esto debemos dar la mano a los enseñantes y trabajar codo con codo con ellos, y también aprender con nuestros hijos esas normas y códigos de igualdad. Porque

poco poso quedará de lo aprendido si con ellos seguimos utilizando un lenguaje sexista, como llamarle “nenaza” al chico porque es sensible o inseguro o tiene miedo; ni reprimir a la niña sus modales “de marimacho” porque le gusta el riesgo, porque siempre va desarreglada y poco cuidada, etc. Cosas que parecen normales, de toda la vida, son las que impiden la superación de los estereotipos sociales asimilados a la diferenciación por sexos.

Así que, como madres y padres, vayamos este curso al colegio y al instituto de los hijos y preguntemos a sus profes, a sus amigos, a ellos si hoy han aprendido algo que les va a permitir avanzar en la lucha contra la discriminación y la desigualdad, si yo debo aprenderlo también, si en casa sería útil y aconsejable ponerlo en práctica.

Porque educar en igualdad posibilita que todos, los alumnos, los docentes, los padres, tengamos que perder prejuicios raciales, sexistas y de todo tipo; tengamos que reaprender lo aprendido bajo una nueva óptica, descartar modelos preconcebidos; comprender las causas de los prejuicios y situaciones injustas y desarrollar el espíritu crítico para desvelar los entresijos de los estereotipos, tópicos, tabúes, etc.

LA ESFINGE

El Aguijón

“El punto de vista”

Me gusta el título que nuestra directora ha dado a esta sección de opinión: puntos de vista. Es verdad, se trata sólo y siempre de puntos de vista. Los que hay que nacen con el punto de vista ya hecho, para siempre. Como mi amigo Vicente que, el otro día, me dijo que él era socialista de nacimiento. O sea que, por lo visto, el punto de vista está ahí, incluso antes de que uno empiece a pensar o a diferenciar una manzana de una pera. Ni siquiera se ha planteado pensárselo, como tampoco se lo plantean las castas indias. A mí me pasa justo lo contrario: que, según he vivido y el tiempo pasa, no sólo me planteo mi punto de vista, sino que adivino que los puntos de vista son una pérdida de tiempo y no hacen más que echar el mundo a perder. Entretienen, eso sí. Con perpetuos puntos de vista, hasta el día en que los hombres y las mujeres dejemos de tener la vista en un punto, y veamos todo el horizonte. La historia de los hombres está escrita por puntos de vista que hablan y juzgan a otros puntos de vista, quienes, según su punto de vista, escriben la historia. Historia que, cuando llega otro punto de vista, cambia. Los historiadores te juran que de eso nada, monada. Que la historia se basa en hechos reales. Pero, una vez establecido el hecho —que, a su vez, ha venido siendo relatado por innumerables puntos de vista y vaya usted a saber qué sucedió realmente—, empiezan a juzgar el motivo, las consecuencias y hasta el propio evento. Y a eso lo llaman historia. De hecho, gran parte de la historia, es historia de los puntos de vista. Lo mismo sucede con los toros, los jueces, los profesores y hasta con los filósofos, que ya tiene mérito. Por ejemplo Ortega, que dijo aquello de: *yo soy yo y mis circunstancias*. O sea, un punto de vista que, a su vez, atrae hacia sí a nuevos puntos de

vista que no habían caído en ello y, entusiasmados con este punto de vista, deciden hacerlo suyo. Además, cada punto de vista tiene su propio punto de vista, porque es como un vicio. Por ejemplo, no es lo mismo un socialista que otro. Parten de un punto de vista general, socialista, que se inventó un punto de vista hace más de cien años, pero luego, cada uno, va a su aire. O un católico y un mahometano. Cada uno te habla de dios desde su punto de vista. Lo que demuestra que lo que ven no es real, sino que está sólo en su cabeza. En realidad, hay tantos puntos de vista como seres pululan por el planeta. El punto de vista chino no se parece nada al punto de vista portugués, por ejemplo. Creo que por eso estamos todos tan confundidos y sin saber por donde van los tiros. Y le pegamos al vino o a la ginebra más de la cuenta. Por no hablar de cuando un ejército de puntos de vista le declara la guerra a otro ejército de puntos de vista y deciden matarse entre ellos con absoluta convicción. O cuando hay demasiada concentración y llega un punto de vista de fijación fuerte. Como ZP. Que, según dicen, tiene el punto de vista tan arraigado que no consulta otros puntos de vista, por miedo a perderlo. Y los demás puntos de vista, que antes le prestaban su punto de vista con fruición, empiezan a mirarlo con un nuevo punto de vista. Lean EL PAIS, que es un pedazo de punto de vista, con millones de puntos de vista adeptos cada día, y verán cómo le atiza. El punto de vista cambia con facilidad, eso sí. Por ejemplo, no es igual el punto de vista de uno con dinero de sobra, que si escasea. La única medicina contra los puntos de vista es la parca o la sabiduría. Por eso las dos, que carecen de punto de vista por razones obvias, suelen dar la razón a todo el mundo.