

“¿PERO DE QUÉ SE QUEJA ESTE CLIENTE...?”

En esta ocasión vamos a tratar el punto primordial de la atención al consumidor, más orientado a evitar una reclamación formal que una sanción, aunque lo primero puede conllevar a lo segundo...

Un taller es un espacio de trabajo que puede resultar muy desagradable desde el punto de vista del cliente. Malos olores, excesivo frío o calor, falta de ventilación, mucho ruido y poca iluminación... No está de más implantar pequeños hábitos que mejoren la espera de nuestros clientes evitando tensiones innecesarias.

1

La recepción o sala de espera (si tienes), procura que esté provista de información interesante para el usuario, con mobiliario cómodo, limpia y perfumada; aunque si se va a tardar más de 10 minutos, es preferible decírselo para el cliente elija si se queda o aprovecha el tiempo. Si tiene que esperar en la puerta del taller... más vale ser rápido y que no espere demasiado



2

Hoy día, nos visitan en el taller clientes “**mal informados**” por foros y canales de Internet. Sus “conocimientos” son de 3 clics en el ordenador y eso hay que contrarrestarlo, con una información clara y directa, sin emplear tecnicismos complicados. Y ante todo, avisando de los desperfectos que se ven antes de recepcionar el vehículo y durante el proceso de reparación. E incluso, en el momento en que se retrase mínimamente una pieza, es mejor una llamada que lo avise.



3

El servicio que ofreces debe transmitir profesionalidad desde el principio hasta el final, ya sea el jefe como el último operario recién contratado. Es bueno disponer de unas pautas básicas e internas para que todos atiendan al usuario de la misma manera. Y no gritarse de unos a otros como si fuera un mercado de abastos.



4

Por otro lado, la visibilidad en internet. Es una exigencia constante de los usuarios y, a mayor facilidad técnica para concertar una cita, mejor predisposición del cliente a repetir en el taller. Tu información pública debe ser correcta y revisada por tí, así como disponer de acceso en todos los canales que estés.



5

Si hay algún problema o conflicto en tu plantilla de trabajadores y/o con los socios del negocio, hay que ser rápido en detectarlo y solucionarlo. La mala predisposición a atender y las emociones se captan perfectamente al otro lado y, a nadie le agrada una atención fuera de contexto. No perder los nervios, porque todos ponemos tener un mal día, incluso los clientes.



6

Y por supuesto, tener colocado el **cartel informativo** sobre las **hojas de reclamación** y éstas a mano, en caso de que el cliente solicite presentar una queja formal.

