



CURSOS

ATÁLCCLLI 123



ATENCIÓN AL CLIENTE – CALIDAD DE SERVICIO (II)

En el artículo anterior resalté que la mayoría de las personas están dispuestas a pagar un poco más al momento de efectuar una compra o recibir un servicio, siempre y cuando se sientan bien atendidas. En este artículo resaltaré otros aspectos enfocándolos esencialmente al ámbito de las panaderías.

Ser bien atendido es esencial, partiendo del principio que tanto el producto como el entorno son los adecuados. En el caso de las panaderías, identificaré como producto, todo lo que ofrece una panadería, independientemente de su tamaño. El entorno está conformado por las instalaciones y alrededores del establecimiento. La percepción tanto del producto como las instalaciones son determinadas por comodidad, conveniencia y los cinco sentidos: vista, oído, olfato, gusto y tacto. Es por ello importante enfocarse en estos aspectos de tal manera de encontrar el equilibrio entre las debilidades y fortalezas de cada uno de aspectos antes mencionados en una panadería.

Independientemente de la ubicación de la panadería, las instalaciones y sus alrededores son aspectos claves para dar una buena impresión y mantenerla a lo largo del tiempo. Las instalaciones deben ser cómodas. La comodidad está relacionada con la facilidad para estacionarse o entrar al establecimiento. Suficiente luz blanca, puertas amplias, escalones o pasillos o entradas que permita la fluidez de los clientes, son altamente recomendables en cuanto a comodidad se refiere. La conveniencia hoy día está determinada, según mi opinión, con la seguridad que percibe el cliente al ir o estar en cualquier establecimiento.

Interesante es entender la magia que involucra la percepción de los cinco sentidos en la atención al cliente y calidad de servicio. Al entrar a una panadería los cinco sentidos del cliente se agudizan inconscientemente de manera inmediata interactuando entre sí. Esta interacción genera emociones positivas o negativas del establecimiento. Supongamos que a la entrada de una panadería hay un gato.

Para los amantes de los animales quizás esto represente un atractivo, sin embargo para otras personas, el gato por muy hermoso que sea, representa una serie de emociones no positivas activadas por el sentido de la vista. Es difícil determinar la cantidad de clientes que se perturben o no por la presencia de un gato al menos que se realice una encuesta. Por lo tanto, es más fácil, viable y recomendable la no presencia de ningún tipo de animal, insecto o roedor en una panadería.

Los sentidos vista, oído y olfato son los primeros en activarse aleatoriamente y dependiendo del cliente, al entrar en una panadería. La activación de los sentidos responde a lo que conocemos como Programación Neurolingüística. En PNL las personas son visuales, auditivas o kinésticas. La presentación de los productos de una manera ordenada combinada con un toque de creatividad es llamativa y estimula sensaciones positivas, a través del sentido de la vista. Esta sensación positiva permanecerá en el cliente si el sentido del oído no se ve perturbado por ruidos molestos como: construcción, maquinarias ruidosas o ambiente musical con alto sonido o música inadecuada para la clientela de la panadería.

Paralelamente entra en funcionamiento el sentido del olfato: los olores fuertes son desagradables. El olor a grasa, por ejemplo es determinante para algunas personas al visitar una panadería. Uno de los atractivos de una panadería puede ser, además de su pan, el café. Si tomarse un delicioso café matutino antes de llegar al trabajo significa que el cliente se impregne de olor a grasa, la alternativa de buscar otra panadería o no tomar café queda abierta. Es importante comprender que todo lo anterior expuesto ocurre en lapsos muy cortos. Los cinco sentidos son estimulados cada segundo de vida de los seres humano. Como resultado las sensaciones positivas y negativas se intercambian o mantienen, dependiendo de la complejidad o sencillez del individuo. Es imposible complacer a todos los clientes, pero ello no significa que no se pueda intentar complacerlos a todos.

El sentido del tacto está presente y se estimula al igual que los otros sentidos. El aroma y apariencia de un buen café seguramente se verán afectados, si al momento de tocar la taza en la cual está servido el café, el sentido del tacto detecta la sensación resbaladiza típica de aceite o grasa de mantequilla o cualquier otro elemento ajeno o inesperado en ese momento. Es muy probable que la reacción ante esta situación sea de un fuerte rechazo que puedan inclusive perjudicar buenas experiencias del pasado. Recuerde que lastimosamente en la mayoría de las culturas una mala experiencia opaca buenas experiencias anteriores. Sería ilimitado la cantidad de ejemplos para resaltar la importancia de lo que representa en la atención al cliente y la calidad de servicio tanto del producto como en el entorno. Espero incentivar a los lectores y dueños de panaderías a tomar en consideración estos ejemplos y compararlos o adecuarlos a otras situaciones típicas de las panaderías en general.

La atención al cliente y la calidad de servicio son complejas pero fascinantes. Son múltiples los enfoques que nos permiten a nosotros los consultores originar y crear estrategias orientadas al mejoramiento continuo. La constante amplitud de experiencias abre las puertas del aprendizaje. La dinámica del crecimiento ha demostrado que lo que funcionó en el pasado no necesariamente funciona en el presente o dará buenos resultados en el futuro. Todos los días hay algo nuevo que aprender, un nuevo negocio que emprender. El factor de crecimiento de las panaderías y la permanencia en el mercado de muchas de ellas dependerán de la atención a sus clientes, la calidad de sus servicios, la calidad de sus productos, sus instalaciones y alrededores. Queda demostrado que el concepto de atención y servicio es sumamente amplio y se ve afectado por los aspectos que hemos compartido tanto en este artículo como el anterior publicado en esta prestigiosa revista.

Igor Rovira - Consultor

Presidente de Cursos ATALCLI 123

[Irov23@cantv.net](mailto:irov23@cantv.net) 0416-6090750

www.atalcli123.com 793.2391 / 793.3496