

- 1. INTRODUCCIÓN**
- 2. LA IMPORTANCIA DEL CLIENTE**
- 3. CÓMO FIDELIZAR A LOS CLIENTES**
- 4. DETALLES A CUIDAR DURANTE EL SERVICIO**
- 5. GESTIÓN DE QUEJAS Y RECLAMACIONES**

1. INTRODUCCIÓN

Actualmente hay una serie de actitudes por parte de los profesionales del sector, que pueden contribuir positivamente a alcanzar el nivel de satisfacción que los clientes que visitan los establecimientos de restauración esperan que les ofrezcan.

Es conveniente detallar e imitar cuales son estas actitudes y definir muy claramente cuales deberán ser los atributos y conocimientos de los que deberán hacer gala los profesionales que quieran ser competitivos en un futuro.

Hay que ser capaces de sorprender a los clientes practicando una amabilidad en el trato que les dispensamos, sincera, continuada y que marque distancias con respecto a los que el cliente pueda recibir en otros establecimientos.

También hay que cuidar la comunicación diaria con nuestros compañeros, para evitar errores en la prestación del servicio y para mostrarnos respetuosos hacia ellos, así como tener interés e ilusión en aportar a través de nuestras sugerencias, elementos de mejora y actualización al restaurante en el que trabajamos.

Si somos capaces de llevarlo a la práctica, limitaremos la improvisación a los casos estrictamente necesarios por imprevisibles, trabajando con mayor eficiencia y sin agobios, siendo capaces de asumir los compromisos que adquirimos con nuestros clientes, y demostrando ser profesionales serios y competentes.

2. LA IMPORTANCIA DEL CLIENTE

La importancia del cliente nace a partir del momento en que él pasa de ser un simple eslabón de la cadena de proceso de venta del producto, a verdadero motivo de existencia de la empresa.

En los últimos años, la oferta ha ido aumentando y con ello la capacidad de elección de los clientes. Al aumentar la variedad de posibilidades de elección, el cliente empieza a poder comparar entre ellos y a elegir. Esta elección se realiza en función de diferentes criterios (precios, diseño, prestigio del establecimiento, opiniones de tercero, impacto publicitario, nivel del servicio ofrecido, etc.)

Por otra parte, al aumentar la posibilidad de elección, aumentan las exigencias del cliente, y consecuentemente se produce un estado de insatisfacción del cliente respecto de aquellos establecimientos que no cumplen sus expectativas.

Es por esta causa, por la necesidad de conservar nuestros clientes y de captar nuevos, que la calidad de nuestro servicio debe cumplir la máxima exigencia para poder garantizar que, de esta manera, dicho servicio está dirigido a cumplir sus necesidades.

El cliente satisfecho es el cliente que repite en el consumo del producto. Volverá a nuestro restaurante si el servicio que recibe en él satisface sus expectativas o incluso las supera.

Al cliente se le puede recuperar y se le puede perder definitivamente. Gastará su dinero con nosotros y nos traerá a sus amigos si somos capaces de satisfacer sus necesidades. Si se le engaña nos estamos engañando a nosotros mismos y tarde o temprano nos lo hará saber, gastando su dinero en otro sitio.

Si queremos tener clientes repetidores deberemos darle una gran importancia a la amabilidad y al trato que les dispensemos. Para conseguir que todos ellos repitan, deberemos transmitir todas las conductas que a continuación se detallan:

- Que saludemos al cliente antes de que lo haga él.
- Que le saludemos con educación y por su nombre.
- Que le tratemos de usted y por su apellido siempre que sea posible, con la debida discreción.
- Que chequeemos constantemente los detalles de nuestra sección, para dar una buena imagen.(recoger las mesas, ordenar sillas, ceniceros,...)
- Que avisemos con agilidad de cualquier anomalía que observemos, aunque no sea de nuestra directa responsabilidad.
- Que nunca expresemos un "NO" rotundo a una solicitud de un cliente, buscando siempre una alternativa. Si la solución no depende de nosotros busquemos a quien lo pueda resolver.
- Que practiquemos en nuestra relación con clientes y compañeros una amabilidad sorprendente.
- Que cuidemos nuestra estética e higiene, estando siempre impecables.(no piercings, anillos y tatuajes a la vista)
- Que demos constantemente ideas.
- Que nos formemos periódicamente.

3. COMO FIDELIZAR A LOS CLIENTES

Para fidelizar a un cliente, tenemos que marcar una diferencia en la atención al cliente respecto a la de los otros establecimientos. Tenemos que satisfacer, sorprender, y personalizar el servicio de cada uno de ellos.

La estrategia de la satisfacción del cliente, se basa en no dar ningún motivo al cliente para que se vaya y en reaccionar con rapidez cuando se detecte un pequeño síntoma de insatisfacción. Se trata de crear valor en la relación con el cliente a través de la confianza mutua.

Si a un cliente lo tenemos satisfecho, reducimos en gran proporción la posibilidad de que busque otras ofertas en la competencia. Para ellos debemos retener información sobre cada cliente para conocer sus gustos y caprichos. Así, poco a poco necesitará menos ayuda e información, y cometeremos menos errores con él.

EL TIEMPO DE ESPERA

El tiempo de espera puede ser uno de los elementos que más incida en la valoración de un servicio:

- El tiempo de espera "sin nada" se hace más largo que el tiempo de espera ocupado o distraído (ofreciendo aperitivo mientras se toma la comanda, etc...)
- La percepción de la espera antes del proceso es mayor que cuando ya se está en el proceso.
- La ansiedad hace que la percepción del tiempo de espera resulte más larga.
- Los tiempos de espera indeterminados se hacen más largos que los conocidos ("le quedan a usted veinte minutos").
- Las esperas sin explicación se perciben más largas que cuando se explican.

Hay que tener en cuenta que el cliente "siempre quiere ganar al precio", y para eso hay que dar siempre más de lo que el cliente espera.

Un cliente que se sienta importante en nuestro restaurante, es un cliente fidelizado.

4. DETALLES A CUIDAR DURANTE EL SERVICIO

La principal finalidad de nuestro restaurante es la de conseguir, a través de un trato personal y diferenciado, que los clientes queden satisfechos de los servicios que les prestamos. Es de nuestra obligación y competencia el conseguir que los clientes se sientan lo mejor tratados posible, evitando los "NOES" y aportando soluciones y facilidades, porque sin clientes no tendríamos trabajo.

¿CUÁNDO SE SIENTE MOLESTO EL CLIENTE?

- Cuando el cliente habitual no es reconocido.
- Cuando hay exceso de calor, frío o humedad.
- Cuando no hay servicio de guardarropa.
- Cuando los alimentos y bebidas calientes no lo estén en su punto.
- Cuando los alimentos y bebidas calientes lo están en exceso.
- Cuando el agua o bebidas frías no lo están.
- Cuando las bebidas gaseosas no tienen gas.
- Cuando el cava se sirve caliente o no muy frío.
- Cuando la cesta del pan está rodeada de migas.
- Cuando el pan y los panecillos están rancios o duros.
- Cuando el zumo de naranja, si tiene que ser natural, no lo es.
- Cuando los helados están desechos o excesivamente duros.
- Cuando la mantequilla no está a punto para ser extendida sobre el pan por estar excesivamente dura.
- Cuando se sirve el vino con restos del tapón de corcho.
- Cuando quedan sobras de alimentos en las mesas auxiliares y no se retiran con rapidez.
- Cuando las bandejas tienen grasa o están sucias.
- Cuando las bandejas y sobras quedan en las mesas.
- Cuando cada alimento no tiene sus propios cubiertos para servirse.
- Cuando el cubierto de servir no es el adecuado.
- Cuando los trozos de limón o de naranja que acompañan a una bebida están resecos.
- Cuando el café no está bien caliente.
- Cuando las mesas están sucias del servicio anterior.
- Cuando la silla está sucia o con migas del servicio anterior.
- Cuando los ceniceros tienen exceso de colillas y no se cambian.
- Cuando la vajilla está descascarillada.
- Cuando los cubiertos están sucios o mal lustrados.
- Cuando la cubertería está doblada.
- Cuando las tazas de café están descascarilladas.
- Cuando los vasos presentan lagrimones.
- Cuando los azucareros están sucios..
- Cuando las vinagreras están sucias y medio vacías.
- Cuando el ketchup, tarros de mostaza y otros tienen el cuello del envase sucio del producto ya seco.
- Cuando los manteles están quemados, manchados, arrugados o rasgados.
- Cuando las mesas se limpian con trapos sucios.
- Cuando hay restos de carmín en las copas.
- Cuando se observan insectos diversos.
- Cuando el cliente se mancha y no hay quitamanchas.
- Cuando las botellas tienen polvo.
- Cuando la barra está desordenada.
- Cuando en la barra hay vasos y platos sucios amontonados.

- Cuando manchan al cliente la ropa con salsas o comida en general.
- Cuando la factura está arrugada, sucia, equivocada o mal sumada.
- Cuando se pide la factura y tarda en llegar, y hay que reclamarla.
- Cuando en la factura se cargan las copas ya pagadas.
- Cuando la factura y el ticket de la tarjeta de crédito no coinciden.
- Cuando traen la factura sin haberla pedido.
- Cuando los aseos están sucios.
- Cuando falta papel higiénico en el WC.
- Cuando no ponemos la silla adecuada para niño o bebé.
- Cuando los camareros están hablando y no atienden a los clientes.
- Cuando el camarero no tiene una mínima presencia.
- Cuando el camarero mira con exceso a la señora que acompaña al cliente.
- Cuando se pide ante una queja la presencia del jefe y éste no aparece.
- Cuando ante un problema un camarero pasa a otro, y así sucesivamente, la posible solución.
- Cuando el camarero "riñe" al cliente tratándolo de analfabeto culinario.
- Cuando entre el personal se pelean o levantan la voz.
- Cuando el camarero tiene mal aliento.
- Cuando el camarero, al ser solicitado, contesta que esa no es su zona.
- Cuando el personal exhibe excesos en anillos y pulseras.
- Cuando falta aseo personal en uñas, sudores y manchas.
- Cuando es difícil localizar al camarero.
- Cuando el cliente tiene la mala sensación de que los camareros le están haciendo un favor.
- Cuando el camarero muestra excesiva prisa.
- Cuando se huelen los perfumes de las camareras.
- Cuando hay excesiva rotación de personal. El cliente asiduo no se siente bien.
- Cuando la sala queda sin ningún camarero y el cliente se siente abandonado.
- Cuando el calzado del personal hace demasiado ruido.
- Cuando se deja la puerta abierta de la cocina y se ve y huele lo que están cocinando o los cubos de basura.
- Cuando las mesas no están correctamente dispuestas o alineadas.
- Cuando las mesas y sillas están sin calzar.
- Cuando hay excesivos ruidos.
- Cuando las servilletas y mateles están húmedos.
- Cuando los platos y vasos están excesivamente calientes.
- Cuando se acaba la música y no se pone otra vez, o está excesivamente alta.
- Cuando no damos fuego si el cliente se dispone a fumar un cigarro.
- Cuando somos bruscos al caminar y movernos por la sala.
- Cuando nos giramos y empezamos a caminar sin mirar antes, provocando golpes y encontronazos con compañeros y clientes.
- Cuando un camarero discute con otro delante de los clientes.
- Cuando el cliente escucha conversaciones entre camareros, sean relacionadas con el servicio o no.
- Cuando el cliente escucha demasiado ruido en la sala, por gestos y movimientos bruscos de los camareros.
- Cuando el cliente espera en una mesa a sus acompañantes, y nadie se le acerca ofreciéndole un aperitivo.

5. GESTIÓN DE QUEJAS Y RECLAMACIONES

Puede pasar que, a pesar de todo el esfuerzo de un equipo, algún cliente no quede satisfecho de los servicios y se queje. En este caso, es evidente que siempre hay que escucharlo con amabilidad, respeto y cortesía.

Hay casos en los que el cliente se impacienta por deficiencias o dificultades que ha de sufrir, causados o no por el servicio, se incomoda, se siente incomprendido, transmite su nerviosismo e impaciencia, y así somete a los profesionales a presiones que deben ser atendidas con serenidad, profesionalidad y eficacia.

Nunca se debe entrar en discusiones por las quejas que pueden presentarse durante el trabajo. Cualquier reclamación ha de ser bien recibida como una nueva oportunidad para mejorar el servicio. Será atendida y resuelta con agilidad, y en caso necesario, transmitida al supervisor responsable, capaz de actuar sobre el problema.

Se entiende por "quejas" aquellas reclamaciones que nos hacen los clientes sobre la prestación del servicio, instalaciones, atención recibida, etc.; por lo tanto no se puede confundir con una "reclamación" formal.

La insatisfacción del cliente la pueden determinar los siguientes aspectos:

Reservas	Comida
Facturación	Información
Limpieza	Robos
Idioma	Averías
Esperas	Amabilidad
Teléfono	Temperatura
Transporte	Lavandería

El cliente acepta habitualmente algún error, siempre que se rectifique y se le recompense de forma inmediata con una amabilidad y eficiencia sorprendentes.

Cuando el cliente sugiere o se queja es una buena oportunidad para reconquistarlo rápidamente.

Lo primero es el cliente y después todo lo demás, sea lo que sea.