

Escuela de Mentoring

“QUEJESE, POR FAVOR”

UNA QUEJA ES UN REGALO, es una oportunidad para mejorar y conocer la opinión del cliente sobre nuestro servicio, porque puede haber clientes insatisfechos que no se quejan, y solo conocemos su malestar cuando se van.

NO ES UN FRACASO, UNA INJUSTICIA, UNA DISCULPA PARA NO PAGAR, detrás de ellas siempre hay información valiosa:

- Nos permiten conocer la percepción que el cliente tiene de nuestros servicios.
- Nos sirve de guía para mejorar, pues nos sirven para corregir defectos o errores que repetimos sistemáticamente sin darnos cuenta.
- Son una oportunidad para afianzar nuestra relación con el cliente, se sentirá atendido, escuchado, y como parte valiosa que aporta información de mejora a la empresa.
- Nos facilitan información acerca de las necesidades y expectativas de los clientes.

SI NO CONOCEMOS EL ERROR, NO PODEMOS EVITAR QUE SE VUELVA A REPETIR, SI NO SABEMOS PORQUE SE HA PRODUCIDO, NO PODREMOS EVITAR QUE SE VUELVA A PRODUCIR. La clave de una gestión óptima de las quejas es que sirvan para reducir al máximo los motivos que las producen.

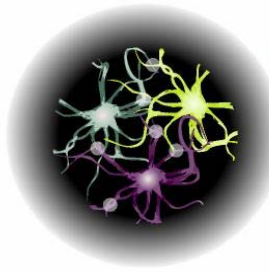
GESTIONAR BIEN LAS QUEJAS es la mejor manera de fidelizar clientes, puesto que transmite una imagen de empresa interesada en la atención y servicio al cliente.

Cómo reaccionar ante una queja

Cuanto más rápida sea la respuesta de la empresa y más personal sea el método para comunicarla a las personas perjudicadas, mayor satisfacción conseguirá la clientela por el trato recibido.

La persona responsable del error debe anticiparse a la reclamación del cliente, si lo detecta antes que él, en todo caso siempre hay que dar la cara y ponerse en el lugar del cliente, comprender cómo está viviendo el problema. Para ello es importante:

-**Escuchar de forma activa** la objeción antes de responderla, **dejando hablar al cliente, que descargue sobre todo las emociones** (frustración, malestar, intranquilidad, desconfianza, contrariedad, etc), que nos de su punto de vista, y los motivos que le inducen a plantear la queja. **SI OIMOS PERO NO ESCUCHAMOS** (lo



Escuela de Mentoring

que se produce si estamos preparando la defensa antes de que termine el ataque) difícilmente vamos a dejar convencido y satisfecho al cliente.

- Agradecer que nos manifieste su queja, hacerle saber que lo entendemos, que lo vamos a valorar, y que se le va a solucionar y no se va a volver a repetir. **Hacerle ver que comprendemos cómo se siente.**

- **El cliente tiene derecho a quejarse**, eso no es discutible y en principio no se le debe quitar la razón, desde luego nunca antes de que se explique completamente, y sin tener pruebas que demuestren lo contrario. Se discuten hechos, no valoraciones. Aunque el cliente no siempre tiene razón en abstracto, sí tiene sus razones, que hay que respetar

Ej. Si llama porque no se le presento en plazo una documentación, solo se le podrá decir que no es así si tenemos delante la documentación con el sello de presentación y se lo podemos enviar. En todo caso lo mejor es hacerle ver que a lo mejor ha habido un mal entendido porque nosotros tenemos la constancia de la presentación y se la enviamos en ese mismo momento.

- **Preguntar** para obtener la mayor información posible (que es lo que se ha producido, cuando, como, por quién, en qué circunstancias, que documentos o soportes pueden permitirnos valorar lo que se ha producido)

- **Asegurarnos bien de que hemos comprendido la objeción antes de dar la respuesta.**

- Asumir **un plazo para solucionar el problema**, indicárselo, y comprometernos a llamarle para confirmárselo.

- Hacer el seguimiento oportuno, para **comprobar que se está solucionando su problema.**

- **No pueden darse excusas** (es que no sabía, es que creía, es que pensaba) eludir responsabilidades, echar la culpa a otros o replicar con agresividad.

La comunicación es en estos casos un factor clave, para reducir la tensión, y dejar más satisfecho al cliente. Hay frases mágicas como:

“Me parece importante lo que me comenta.”

“Entiendo su postura.”

“¿Podría aclararme más este punto?”

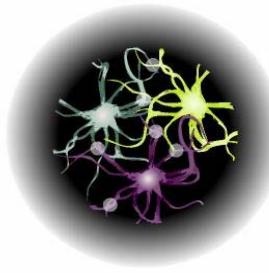
“Si lo he entendido bien, el problema es que...”

“No se preocupe ahora mismo lo solucionamos.”

“Lo estudiamos y le damos una solución inmediata.”

“Lo que se suele hacer es, pero vamos a buscar la forma más beneficiosa para usted.”

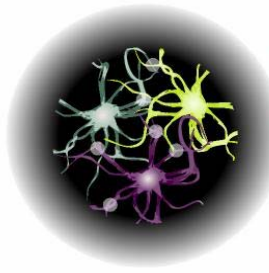
“¿Le parece bien si hacemos....?”



LO MÁS IMPORTANTE, mantener la calma, no ponernos a la defensiva, y no considerarlo un ataque personal, es simplemente un punto de vista a valorar para mejorar. Aunque sea la queja más injusta y desproporcionada del mundo, esto es algo que se puede hacer ver con argumentaciones y con tranquilidad al final de la escucha activa al cliente. Si interrumpimos al cliente para atacar, defendernos o evadirnos lo único que conseguiremos es elevar el grado de insatisfacción y que no se libere la carga emocional que bloquea la solución de cualquier conflicto.

Algunos consejos para gestionar las quejas

- 1) Tener diseñado un procedimiento de gestión de quejas que sean conocido por todo el personal. Debe incluir como mínimo atención, registro, corrección y evaluación.
- 2) El registro de las quejas debe contener como mínimo los siguientes datos :
Fecha producción, cliente que reclama, exposición de los motivos y del hecho causante, area de trabajo o departamento al que se refiere, quien atiende la queja, si va dirigida hacia una persona concreta identificarla, causas de la queja (porque se ha producido), efectos o consecuencias, solución propuesta y adoptada, plazo para llevarla a cabo, confirmación de la resolución.
- 3) Poner a disposición de los clientes sistemas idóneos para que puedan dar a conocer sus quejas y sugerencias sobre la prestación del servicio: una línea telefónica, un buzón de sugerencias, un apartado en la web.
- 4) Valorar la proporcionalidad y veracidad de las quejas por cliente. Hay clientes que siempre se quejan y satisfacerlos a veces puede no resultar rentable para la empresa.
- 5) Dar recursos al personal para afrontar quejas, situaciones conflictivas: coaching, habilidades de comunicación, inteligencia emocional, gestión del estrés.
- 6) Tener una filosofía de aprendizaje de los errores, también para los empleados/as. La gestión interna de errores y quejas debe seguir la misma dinámica que la externa. No se le puede pedir al personal que haga algo por la empresa, que la empresa no hacer por ellos.
- 7) Hacer un seguimiento de las quejas y una evaluación periódica: nº de quejas, tipos de quejas, frecuencia, periodos, área, tipos de clientes, tiempo de resolución.



Escuela de Mentoring

Las personas queremos que nos escuchen y que nos comprendan, que nos atiendan como si fuéramos los únicos, y que nos resuelvan. Una queja puede ser una llamada de atención en este triple sentido.

© M^a Luisa de Miguel. Directora Escuela de Mentoring.