
Buenas prácticas para la atención al cliente **ALQUILER DE COCHES**

Personal en contacto con el cliente

Las Buenas Prácticas en Atención al Cliente que a continuación se presentan forman parte de las herramientas desarrolladas dentro del marco del SCTE Capital Humano para facilitar el que las empresas y servicios que se relacionan con el visitante de un destino español, pueda disponer de un documento explicativo de las principales buenas prácticas en atención al cliente específicos para la tipología de empresa o servicio a la que pertenecen.

El SCTE Capital Humano también dispone de un cuestionario de autodiagnóstico mediante el cual facilita el que una empresa o servicio pueda detectar carencias en atención al cliente y de este modo poder usar de forma eficiente las demás herramientas desarrolladas para la mejora de la Atención al Cliente y el fomento de la Cultura del Detalle.

Dentro del **PROGRAMA ANFITRIONES** existe el **PLAN DE FORMACIÓN – CULTURA DEL DETALLE** donde los profesionales turísticos podrán encontrar soluciones formativas para la mejora de la atención al cliente.

Del mismo modo el **SCTE CAPITAL HUMANO** también ha diseñado unas soluciones en forma de Guías Ayuda para la mejora de la atención al cliente.



LAS 10 REGLAS PRINCIPALES

de la atención al cliente

en alquiler de coches

- 1** Esfuérzate en conocer al cliente y sus necesidades, se capaz de ponerte en su lugar.
- 2** Considera tu imagen personal como parte del servicio.
- 3** Muestra disponibilidad por atender y ayudar a los clientes.
- 4** Ten una actitud positiva y muéstrate cortés.
- 5** No digas NO, busca una solución.
- 6** Escucha con atención y exprésate con claridad.
- 7** Convierte las quejas en oportunidades para mejorar.
- 8** Respeta a tus compañeros y trabaja en equipo.
- 9** Interésate en aprender y mejorar habilidades y conocimientos.
- 10** Conoce bien el destino en el que te encuentras.

1 REQUERIMIENTOS GENERALES

1.1 Normas para el personal

- Si la empresa dispone de fórmulas de cortesía deberán ser empleadas por todo el personal en sus diferentes áreas de actuación. En el caso que no se encuentren definidas se emplearán las básicas de relación entre personas: saludar (buenos días; tardes; etc.); ofrecer ayuda (que desea); si se conoce dirigirse al cliente por su apellido; despedirse al saludar (que tenga un buen día; Buenas Noches; etc.)
- El personal tendrá un trato amable con los clientes.

La amabilidad la refleja:

- La predisposición a atender de manera inmediata al cliente,
- El tono de voz y el ritmo de transmisión (relajado y con un ritmo suficiente que no refleje ni prisas ni ansiedad),
- La capacidad para escuchar (se trata que el cliente pueda expresar todo aquellos que desea y que se realice un esfuerzo de comprensión),
- La capacidad para realizar preguntas que faciliten lo que el cliente quiere comunicar,
- La capacidad de controlar la agresividad
- La capacidad de sonreír.
- La capacidad de utilizar el idioma del cliente o en su defecto el Inglés.

La amabilidad refleja la predisposición a atender de manera inmediata al cliente

- **Imagen personal cuidada.** El personal acude a su puesto de trabajo aseado y viste un uniforme (si está estipulado) en perfecto estado, trasladando una imagen de profesionalidad, orden y pulcritud en el servicio. Adoptan unos códigos estéticos determinados: los hombres bien afeitados y peinados y las mujeres sin excesos de joyas, perfume o maquillaje.
- Se debe mantener una imagen de interés en el cliente que se fundamente en:
 - Mantener un control visual en la zona de contacto con el cliente.
 - Evitar realizar trabajos paralelos o jugar con objetos.
 - Asentir regularmente cuando el cliente habla.
 - Contestar las preguntas y si no se saben las respuestas realizar el esfuerzo de buscar la información.
 - Anotar los datos proporcionados por el cliente cuando la complejidad (por ejemplo un apellido, una dirección, una hora...) o la importancia (siempre en el caso de una queja) lo aconseje.
- **En cualquier caso se prioriza la atención al cliente presencial.**

Se mantendrá el nivel físico con el cliente cuando este está de pie.
El personal que se dirige a clientes que se encuentran sentados deberá mantenerse de pie.
Cuando el personal está en situación de espera se mantendrá a la vista del cliente, evitando apoyarse en elementos decorativos, paredes o mobiliario. Se evitará meterse las manos en los bolsillos y, en la medida de lo posible, cruzarse de brazos.

Mantener una imagen de interés frente al cliente

1.2 Relación presencial con el cliente

- El personal es accesible para el cliente lo que quiere decir que:
 - Se encuentra siempre a la vista del cliente.
 - En el caso que exista un mostrador se intentará, en la medida de lo posible, no dar la espalda al cliente.
 - Se mantiene una observación constante de su área de actuación y de los clientes que en ella se encuentran.
- Cuando un cliente se dirige a cualquier empleado, independientemente que no se trate de su área de actuación, este le atenderá con amabilidad verificando que el cliente satisface su demanda, o lo atiende una persona competente cuando no se trata de su área de actuación.
- Se deberá primar la rapidez en la atención al cliente presencial. El personal dejará los trabajos que pudiera estar realizando, siempre que esto sea posible, cuando un cliente se dirige a él. En el caso que no fuera posible se pedirán disculpas y se intentará atenderlo con la mayor celeridad.
- En el caso que se esté ocupado cuando llega un cliente con otro cliente, presencial o por teléfono, se realizará una indicación gestual de identificación y **se mantendrá el contacto visual con el cliente en espera**. En el caso que se esté ocupado con otro empleado se pospondrá el asunto hasta que se verifique la necesidad del cliente.
- En el caso de estar atendiendo al teléfono si se presenta un cliente, y la llamada no procede de otro cliente, se pospondrá o se mantendrá en espera.

Mantenerse accesible al cliente

- Si estando atendiendo a un cliente se produce una llamada telefónica, **se solicitará la autorización de este para contestar**, y en el caso que se trate de llamadas que no son de otros clientes se dejarán en espera o se pospondrán.
- El personal deberá primar la discreción y evitará conversaciones o llamadas personales que puedan ser oídas por el cliente.
- Cualquier problema de trabajo entre el personal deberá ser resuelto **sin perder la compostura y manteniendo tonos de voz y un vocabulario correcto**.
- Si se debe interrumpir a un empleado que está atendiendo a un cliente, previamente se solicitará la autorización del cliente.
- Si por cualquier motivo se tuviera que dejar al cliente, se solicitarán disculpas, intentando que un compañero se ocupe lo más rápidamente de él. En el caso que el cliente decidiera esperar se intentará volver lo antes posible.
- En el caso de estar realizando una gestión que requiere una espera del cliente se mantendrá como mínimo el contacto visual durante el desarrollo de la misma. Cuando la espera prevista sea excesiva (más de 5 minutos) se ofrecerá un lugar de espera donde el cliente pueda sentarse.
- **La relación con los clientes será siempre de “Usted”.**

La relación con los clientes
será de “usted”

1.3 Atención telefónica

- Las llamadas se contestan en el más breve tiempo posible, antes del tercer tono. Si por cualquier razón se debe poner en espera al cliente, el tiempo de la misma debe ser inferior a 30 seg.
- Empleo de fórmulas de cortesía. Al descolgar el teléfono se identifica el establecimiento, se pronuncia la frase de saludo y se ofrece ayuda (Nombre de la empresa..., buenos días, le atiende.... ¿En qué puedo ayudarle?)
- Se utiliza el nombre del cliente (Sr...), desde el momento en que éste lo ha facilitado y se ahorran al cliente esperas innecesarias, evitando poner en espera la llamada de un cliente sin antes averiguar quién es y qué desea, por si sólo se trata de pasarle a una extensión.
- El personal tendrá un trato amable con los clientes.

La amabilidad telefónica la refleja:

- El tono de voz y el ritmo de transmisión (relajado y con un ritmo suficiente que no refleje ni prisas ni ansiedad).
- La capacidad para escuchar (se trata de que el cliente pueda expresar todo aquellos que desea y que se realice un esfuerzo de comprensión), manteniendo un contacto auditivo regular (asentir) que demuestre que se está atendiendo.

Las llamadas telefónicas se responderán con la mayor brevedad posible, si es posible, antes del tercer tono

- La capacidad para realizar preguntas que faciliten lo que el cliente quiere comunicar.
 - La capacidad de controlar la agresividad.
 - La capacidad de utilizar el idioma del cliente o en su defecto el inglés.
- Se debe conseguir generar una imagen de interés en el cliente que se fundamente en:
 - Asentir regularmente cuando el cliente habla.
 - Repetir los aspectos esenciales de las cuestiones planteadas por el cliente.
 - Contestar las preguntas y si no se saben las respuestas realizar el esfuerzo de buscar la información.
 - Anotar los datos proporcionados por el cliente cuando la complejidad (por ejemplo un apellido, una dirección, una hora...) o la importancia (siempre en el caso de una queja) lo aconseje reformulándoselos al cliente.
 - No se mantienen conversaciones paralelas que puedan ser escuchadas por el cliente.
 - En el caso de estar realizando una gestión que requiere una espera del cliente se mantendrá como mínimo un contacto auditivo regular (cada 30 segundos se comunicará que se sigue realizando la gestión). En el caso que esta gestión se prolongara más de 3 minutos se ofrecerá llamarlo a la finalización de la gestión. En este caso se informará del nombre de la persona que está atendiendo y se solicitará un número de teléfono de contacto.

Se debe generar
una imagen de interés
en el cliente

1.4 Atención diferida (web, e-mail, correo)

- Cuando la comunicación con el cliente se realiza de manera diferida, a través de web, e-mail o correo, **se deberá garantizar la rapidez en la respuesta, utilizando la vía más directa posible atendiendo a las siguientes prioridades: teléfono, Web, mail, correo.**

En comunicaciones diferidas se garantiza la rapidez de respuesta

1.5 Capacidad de información

- Se conoce bien el destino en el que se trabaja y la situación de los servicios y recursos más importantes.
- Se conoce exhaustivamente los principales servicios que se prestan y se puede proporcionar información amplia sobre los mismos (como mínimo la situación y los horarios).
- Capacidad de explicar los Servicios propios y el proceso de consumo de los mismos. El personal posee un conocimiento exhaustivo del servicio al que pertenece.
- Se adapta el contenido y la forma del mensaje al usuario, de manera que es capaz de transmitir la información de forma más clara y sencilla posible.
- Cuando se han de entregar documentos se verificará que se encuentran en buen estado de conservación. En el caso que no lo esté se sustituirán.
- El personal se muestra diligente en la búsqueda de información adicional o de la cual no dispone, consultando a otros miembros del equipo u otras fuentes de información.
- Se dispone de un dossier informativo con teléfonos e información para atender consultas o solicitudes de información especialmente los teléfonos de las oficinas de información turística para remitir a ellas al usuario si no se conoce o no se dispone de la información solicitada.

El personal posee un conocimiento exhaustivo del servicio al que pertenece

1.6 Gestión de quejas y sugerencias

- Las quejas de los clientes se recogerán por escrito, y se realizará a la vista de este. Ante una queja se ha de prestar total atención a lo que el cliente comunica, escuchando los detalles para extraer la máxima información y posteriormente analizar como evitar que vuelva a ocurrir.
- Se ha de dejar hablar al cliente hasta que haya terminado de exponer su problema, sin interrumpirle en ningún caso. Aunque el cliente no tenga razón, no se le discute, se argumenta que ha habido un problema de comunicación, un malentendido, una disfunción en el servicio,... Se le presenta una disculpa y se le comunica que se tomarán las medidas oportunas. Se le recuerda al cliente que existen formularios donde reflejar su queja por escrito. En caso de que no lo haga, debe ser registrada por parte del personal.

Las quejas de los clientes
se recogerán por escrito,
y se realizará a la vista de éste

2 REQUERIMIENTOS ESPECÍFICOS

2.1 Reservas

- Se dispone de capacidad de explicar servicios y condiciones (disponibilidad, tarifas, condiciones de pago, etc.)
- Las peticiones de reserva deberán ser atendidas con la mayor diligencia posible, debiendo ser respondidas en las 6 horas máximo posteriores a la recepción de esta.
- **Informar de las condiciones de reserva y obtener conformidad.** En caso de comunicaciones diferidas (solicitud a través de e-mail o correo) esta actuación se realizará preferentemente por la vía más directa posible atendiendo a las siguientes prioridades: teléfono, mail, correo
- **Solicitar Datos y reconfirmarlos anotándolo en un formulario.** En caso de comunicaciones diferidas (cuando la solicitud se ha realizado a través de e-mail o correo) esta actuación se realizará preferentemente por la vía más directa posible atendiendo a las siguientes prioridades: teléfono, mail, correo.
- Se intentará conocer la hora de llegada del cliente para tener el vehículo disponible.
- **Entregar Bono o justificante de reserva Verificado.** En caso de envíos diferidos (a través de e-mail o correo) esta actuación se realizará preferentemente por la vía más directa posible atendiendo a las siguientes prioridades: mail, correo
- En el caso de no disponibilidades se ofrecerán alternativas.
- Disculpas en caso de no disponer de alternativas.

Las peticiones de reserva deberán ser atendidas con la mayor diligencia posible

2.2 Entrega del vehículo

- Rapidez en la localización de la reserva y la verificación de datos.
- En el caso de clientes sin reserva la disponibilidad será confirmada inmediatamente. En el caso de no disponibilidad se ofrecerán alternativas facilitando el traslado (llamar a taxis, etc.).
- Se explicarán al cliente los contenidos del contrato, los conceptos de cobro y las condiciones generales, condiciones del seguro, recargos y fianzas que se incluyan en cada caso. Así como las condiciones de entrega en otra localidad y prolongación imprevista del contrato.
- Devolución inmediata de los documentos de identificación personal.
- En caso de imprevistos que impidan la entrega del vehículo se deberá ofrecer una alternativa válida. Se deberá actuar con rapidez en la localización de alternativas, y se aplicarán las compensaciones previstas. Se facilitará el acceso a la alternativa.
- Se indicará siempre la situación del vehículo en la zona de aparcamiento y el lugar de entrega al finalizar su uso.
- Durante la entrega de llaves se informará de la localización de la documentación, revisión de la hoja de daños, comprobación de estado general de vehículo, gasolina y equipamiento.
- Se informará igualmente del servicio de recepción de vehículos fuera del horario de atención al público.
- Junto a la documentación se ofrece al cliente una guía de actuación en caso de accidente, que incluya teléfonos de emergencia y aviso, hojas para croquis, hojas para reflejar daños producidos y condiciones generales de la cobertura del o los seguros contratados.
- En el momento de la entrega se orienta al cliente sobre la operación de luces, elevelunas, tipo de gasolina, cambio...

Se procederá de forma ágil y rápida a la revisión del vehículo informando al cliente si hay disconformidades

2.3 Recepción y facturación del vehículo

Recepción del vehículo

- Se procederá de forma ágil y rápida a la revisión del vehículo. Informando al cliente en caso de haber disconformidades, las cuales deberían tener la aprobación del cliente: nivel gasolina, defectos en carrocería,...

Facturación y despedida

- Se explicarán al cliente los conceptos de cobro y las condiciones generales, recargos y fianzas que se incluyan en cada caso.
- Se realizará el control de daños en presencia del cliente.
- El personal puede informar al cliente en cualquier momento, de los cargos imputados y el importe global de la factura.
- La factura debe estar preparada antes de la llegada prevista del cliente. Se verificarán los cargos de la factura antes del cierre de la misma.
- Se verificará la no imputación de rechazos o cambios motivados por averías o causas internas.
- Si el cliente llega antes de la hora prevista la factura debe poder prepararse de manera inmediata.
- Se reafirman, antes de la entrega efectiva de la factura, los cargos.
- En caso de discrepancia se pueden explicar los cargos con detalle.
- En caso de pago efectivo se verifica el cambio antes de la devolución.
- En caso de pago con tarjeta, se verifica que se ha firmado la copia de la Tarjeta de crédito.
- Se verifica que se firma la aceptación de la factura en caso de cobros diferidos.
- Se verifica la satisfacción verbalmente.

Se explica al cliente
los conceptos de cobro

2.4 Limpieza de espacios y vehículos

El responsable asigna tareas de limpieza en los momentos en que causa menores prejuicios a los clientes.

Limpieza en zonas comunes

- Si se encuentran efectos personales de clientes se entregarán a los responsables del servicio indicando hora, día y coche.
- El personal se asegurará que las intervenciones en zonas de clientes que comportan riesgos (como el fregado de suelo) se encuentran debidamente señalizadas y balizadas.
- Se procederá a la limpieza del espacio de atención al público al menos una vez al día y cada vez que se considere necesario para asegurar que tanto los mostradores o despachos como las zonas de espera han sido convenientemente ventiladas y se percibe un olor agradable
- Para aquellos establecimientos que tengan un acceso directo a la calle, deben realizar una limpieza de la zona exterior del local y de la entrada del mismo.
- El espacio para el aparcamiento y recepción de vehículos se encontrará ordenado y limpio.
- Realizar las limpiezas de mantenimiento en las horas programadas.

Limpieza de los vehículos

- El personal realiza la limpieza de los vehículos asegurando que las tareas de limpieza básicas se realizan en todo momento.

Si se encuentran efectos personales se entregan al personal encargado

- Antes de entregar un vehículo se verifica que los ceniceros están vacíos y limpios, el maletero, las guanteras, carteras y bolsillos están vacíos, se han aspirado las moquetas y tapicerías y el habitáculo tiene un olor agradable.
- Si se encuentran efectos personales de clientes se entregarán a los responsables del servicio indicando hora y lugar.

El responsable asigna tareas de limpieza en los momentos en que causa menores prejuicios a los clientes

2.5. Mantenimiento de espacios

- El responsable asigna las funciones de mantenimiento preventivo en los momentos en que causa menores prejuicios a los clientes.
- El personal se asegurará que las intervenciones que se encuentran en zonas de clientes se encuentran debidamente señalizadas y balizadas.
- Las intervenciones en zonas de acceso restringido, como los servicios, se señalizaran y se facilitarán indicaciones de la alternativa más próxima.
- El personal se asegurará que los elementos de mantenimiento (cables, maquinaria, cubos, etc.) no suponen un riesgo para los clientes.

El personal se asegurará
que los elementos de
mantenimiento no suponen
un riesgo para los clientes



CULTURA DEL DETALLE