
Buenas prácticas para la atención al cliente **COMERCIO**

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 comercio

- 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 el establecimiento dispone de fórmulas de cortesía deberán ser empleadas por todo el personal en sus diferentes áreas de actuación. En el caso que no se encontraran 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 de que el cliente pueda expresar todo aquello 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. El personal que se relaciona directamente con los clientes conoce al menos los idiomas oficiales de la comunidad autónoma y es capaz de transmitir información pertinente al servicio en un idioma extranjero entre los más utilizados por los turistas de la zona.

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. Se 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

La simpatía

- Se mantendrá el nivel físico con el cliente cuando este está de pie. El personal que se dirige a clientes que se encuentran sentados deberán 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.

Quando un cliente se dirige a cualquier empleado, éste le atenderá siempre con amabilidad aunque no sea su área de actuación

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 caso de 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 de 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 caso de que no fuera posible se pedirán disculpas y se intentará atenderlo con la mayor celeridad.
- En el caso que 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 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.

El personal deberá ser siempre accesible para el cliente y estar siempre a la vista

- 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 caso de que el cliente decidiera esperar se intentará volver lo antes posible.
- En 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.
- La relación con los clientes será siempre de “Usted”.

El personal tendrá un trato amable sea cual sea el medio con el que se comunica.

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 del Comercio..., buenos días, ... ¿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.
- 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 aquello que desea y que se realice un esfuerzo de comprensión), manteniendo un contacto auditivo regular (asentir) que demuestre que se está atendiendo.
 - la capacidad para realizar preguntas que faciliten lo que el cliente quiere comunicar,

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

- 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 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 esta atendiendo y se solicitará un número de teléfono de contacto.

El personal tendrá un trato amable con los clientes

1.4 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 Actos de ventas

- En el caso de los pequeños comercios el personal posee un conocimiento exhaustivo de la oferta del establecimiento, tanto desde el punto de vista cuantitativo (productos), como cualitativo, y la distribución de los mismos.
- En el caso de comercios con departamentos específicos el personal debe poseer un conocimiento exhaustivo de la oferta del departamento, tanto desde el punto de vista cuantitativo (productos), como cualitativo, y la distribución de los mismos en el departamento. Debe poder informar de la ubicación de otros departamentos y servicios.
- El personal aclara las dudas del cliente y verifica la comprensión de las mismas. Cuando no se puede responder a la duda de un cliente se le acompañará y presentará al empleado que la pueda solventar. En caso de no poder acompañar al cliente se le darán indicaciones precisas sobre el lugar y las personas a las que se debe dirigir y, posteriormente, verificará que el contacto se ha realizado.
- El personal verifica regularmente el etiquetado de precios de los productos verificando que están visibles y son correctos.
- El personal mantiene los productos permanentemente ordenados de acuerdo a la organización establecida.

El personal aclara las dudas del cliente y verifica la comprensión de las mismas

- Verificar buen estado de los productos, en caso de deterioro se sustituirán. Se verifica regularmente los productos con caducidades, retirando inmediatamente aquellos que la han cumplido verificando la sustitución del mismo.
- El personal reintegra a su lugar los productos desplazados por los clientes para su prueba o verificación. En caso de deterioro lo retirará y sustituirá.
- Se ofrecerá soporte de asesoramiento, en caso de negativa por parte del cliente, el empleado se retirará.
- El Personal conoce y puede explicar las diferentes ofertas existentes en el establecimiento (periodos de aplicación, etc.).
- El Personal conoce y puede explicar las diferentes garantías existentes sobre los productos.
- Los productos con embalajes individualizados de origen serán entregados sin desprecintar. A petición del cliente se desprecintará en su presencia y se verificará el contenido volviéndolo a cerrar una vez realizada la misma. En caso de que se localicen deficiencias se sustituirá el producto.
- En el caso de entregar productos de exposición, mostrados fuera de sus embalajes originales, se informará al cliente de la circunstancia y se le ofrecerá alguna compensación.

El personal conoce y puede explicar las diferentes ofertas existentes en el establecimiento y sus garantías

- Los productos se entregarán en la bolsa o recipiente (plástico, papel...) propia del establecimiento. Aquellos productos que por sus características, resultan frágiles, deberán ser envueltos empleando materiales de mayor protección: papel de burbujas y/o material apropiado que proteja el producto en el interior de una caja/bolsa. Cuando el artículo sea objeto de regalo, el establecimiento empleará papel de regalo que puede ser el propio del establecimiento y lo adornará con algún elemento decorativo (lazo, pegatina...).
- En la entrega se verificará que se han retirado todos los mecanismos antirrobo.
- Se facilitará ayuda al cliente con los productos comprados cuando su volumen así lo aconseje.
- En el caso de no disponer temporalmente de un producto ofertado se estará en disposición de informar en el momento en que este esté disponible.
- En el caso que el producto o por su tamaño, sustitución, adaptación o volumen deban ser entregados de manera diferida, el personal se asegurará de informar al cliente de las condiciones y los plazos de entrega.
- En el caso de entrega diferida a domicilio se recopilarán los datos necesarios. Se dispondrá de un teléfono de contacto. Se entregará un resguardo con los datos de entrega y personas y teléfonos de contacto.

En el caso de entregas diferidas
los datos del cliente se anotan
y se confirman

2.2 Facturación de las ventas

- El personal puede informar al cliente, de los cargos imputados y el importe global de la factura.
- En el supuesto de que el cliente encuentre un error justificado, se le ofrece una disculpa inmediatamente y se rectifican las cantidades.
- En el caso de pagos en efectivo se verificará el cambio.
- En el caso de pagos con tarjetas de crédito se verifica que se ha firmado la copia del cargo.
- Se verifica que se firma la aceptación de la factura en caso de cobros diferidos. En este caso cuando se envíe la factura se remitirán las copias de los comprobantes de los diferentes cargos si los hubiera.
- Se despide al cliente con una sonrisa, agradeciéndole la compra y deseándole un buen día.

Se despide al cliente con una sonrisa, agradeciéndola la compra y deseándole un buen día

2.3 LIMPIEZA

- Se realizan tareas de limpieza en los momentos en que causa menores prejuicios a los clientes. Las labores de limpieza se realizan, preferentemente, durante los horarios de cierre. Si la limpieza se realiza durante los horarios de apertura se tiene especial cuidado en evitar ruidos que puedan ser oídos desde los espacios de atención al cliente (recepción, espacios de venta, etc.).

Limpieza de Mantenimiento durante los horarios de apertura

- El personal de limpieza saluda (Buenos días, Buenas Tardes,...) a los clientes con los que se cruza. El personal mantendrá, en la medida de lo posible, un nivel sonoro aceptable intentando evitar el uso de los equipos de limpieza (aspiradoras, abrillantadoras, etc.) cerca de los espacios de atención al público.
- Si durante las operaciones de limpieza se encuentran efectos personales de los clientes se entregarán al encargado del comercio indicando hora y lugar.
- 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.
- Antes de intervenir en zonas de acceso restringido, como los servicios, se asegurará que no hay clientes o que estos son conscientes de la entrada de personal.
- El personal se asegurará que los elementos de limpieza (carros, cubos, etc.) no suponen un riesgo para los clientes. A su vez, se evitará poner los elementos de limpieza interfiriendo los lugares de paso.

Las labores de limpieza se realizan, preferentemente, durante los horarios de cierre

2.4 Mantenimiento

- Las funciones de mantenimiento preventivo se realizarán en los momentos en que causa menores prejuicios a los clientes. Las labores de mantenimiento se realizan, preferentemente, durante los horarios de cierre. Si el mantenimiento se realiza durante los horarios de apertura se tiene especial cuidado en evitar ruidos que puedan ser oídos desde el los espacios de atención al cliente.

Mantenimiento durante los horarios de apertura

- El personal se asegurará que las intervenciones de mantenimiento que se encuentran en cualquier zona destinada a los clientes se encuentran debidamente señalizadas y balizadas.
- El personal se asegurará antes de iniciar cualquier acción que suponga un riesgo que no se encuentran personas ajenas al servicio de mantenimiento en la zona de afectación.
- Antes de intervenir en zonas de acceso restringido, como los servicios, se asegurará que no hay clientes o que estos son conscientes de la entrada de personal.
- El personal se asegurará que los elementos de mantenimiento (cables, maquinaria, herramientas, cubos, etc.) no suponen un riesgo para los clientes. A su vez, se evitará poner los elementos de mantenimiento interfiriendo los lugares de paso.

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



CULTURA DEL DETALLE