
Buenas prácticas para la atención al cliente **EMPRESAS DE ACTIVIDADES DEPORTIVAS Y DE OCIO**

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 empresas de actividades** **deportivas y de ocio**

- 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 caso de 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 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.

- 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.

Se debe mantener una imagen
de interés en el 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 caso de que exista un mostrador o mesa 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 satisfice 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 de estar 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.

El personal deberá estar
accesible para el cliente

- Si estando atendiendo a un cliente se produce una llamada telefónica, se solicitará la autorización de este para contestar, y en caso de 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. Cuando la espera prevista sea excesiva (más de 5 minutos) se ofrecerá un lugar de espera donde el cliente pueda sentarse.

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

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?)
- 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,
 - La capacidad de controlar la agresividad
 - La capacidad de utilizar el idioma del cliente o en su defecto el Inglés

Al descolgar el teléfono se identifica el nombre de la empresa

- 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 caso de que esta gestión se prolongará 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.

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

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

- Rapidez en la Respuesta por la vía más directa posible atendiendo a las siguientes prioridades: teléfono, Web, mail, correo.

Se informa a los clientes acerca de las normas seguridad, asegurándose su compromiso

1.5 Capacidad de información. Gestión de quejas y sugerencias.

- Se conoce el destino en el que se ubica la empresa y la situación de los servicios y recursos más importantes. Se puede proporcionar información sobre el mismo.
- Se adapta el contenido y la forma del mensaje al cliente, de manera que es capaz de transmitir la información de forma clara, sencilla o técnica en función de la tipología, características y expectativas de éstos.
- Cuando se han de entregar documentos se verificará que se encuentran en buen estado de conservación. En caso de que no lo estén se sustituirán.
- En caso de tener actividades al aire libre se dispone de información meteorológica constante que permite conocer la adecuación o no de la realización de la actividad y que permite detectar posibles peligros.
- Se informa a los clientes de las normas de uso y seguridad antes del inicio de la actividad, asegurándose que se comprende el como actuar. En los casos donde sea adecuado se proporciona un documento explicativo sobre las principales maneras de actuar.
- Las quejas de los clientes se recogerán por escrito, y se realizará a la vista de este. Se recogerán los motivos de la queja y, posteriormente, se canalizará a través de los mecanismos establecidos.

Se conoce el destino y los principales recursos turísticos

2 REQUERIMIENTOS ESPECÍFICOS

2.1 Reservas

- Capacidad de explicar servicios y condiciones (licencias necesarias, disponibilidad, tarifas, condiciones de pago, etc.).
- Las peticiones de reserva deberán ser atendidas con la mayor diligencia posible, debiendo ser respondidas como máximo en las 12 horas 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.

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

- 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 caso de no disponibilidades se ofrecerán alternativas.
- Disculpas en caso de no disponer de alternativas.

En caso de no disponibilidad
se ofrecen alternativas

2.2 Facturación

Facturación y despedida

- Se explicarán al cliente los conceptos de cobro y las condiciones generales, recargos y fianzas que se incluyan en cada caso.
- El personal puede informar al cliente en cualquier momento, de los cargos imputados y el importe global de la factura.
- Se reafirman, antes de la entrega efectiva de la factura, los cargos.
- En caso de discrepancia se pueden explicar los cargos con detalle.
- Se dispone, en el momento de la entrega de la factura, de todos los comprobantes de cargos.
- En caso de pago efectivo se verifica el cambio antes de la devolución.
- En el 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.
En este caso cuando se envíe la factura se remitirán las copias de los comprobantes de los cargos a cuenta.
- Se verifica la satisfacción verbalmente. Se despide al cliente, invitándole a volver a utilizar nuestros servicios.

Una vez facturado el servicio se verificará verbalmente la satisfacción del cliente

2.3 Limpieza

- El responsable asigna tareas de limpieza en los momentos en que causa menores prejuicios a los clientes.
- Si se encuentran efectos personales de clientes se entregarán a los responsables del servicio indicando hora y lugar.
- El personal se asegurará que las intervenciones en zonas de clientes que comportan riesgos 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.
- Las intervenciones en zonas de acceso restringido, como los servicios, se señalizarán y se facilitarán indicaciones de la alternativa más próxima.
- El personal se asegurará que los elementos de limpieza (carros, cubos, etc.) no suponen un riesgo para los clientes.
- 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 responsable asigna tareas de limpieza en los momentos en que causa menores prejuicios a los clientes

2.4 Mantenimiento

- 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.
- El personal se asegurará que antes de iniciar cualquier acción que suponga un riesgo por alcance, no se encuentran personas ajenas al servicio en la zona de afectación.
- Las intervenciones en zonas de acceso restringido, como los servicios, se señalizarán y se facilitarán indicaciones de la alternativa más próxima.
- 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, 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