
Buenas prácticas para la atención al cliente **GUÍAS TURÍSTICOS Y EMPRESAS DE GUÍAS**

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 guías turísticos y empresas de guías**

- 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 guía

- Se emplearan sistemáticamente las fórmulas 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 guía tendrá un trato amable con los clientes.
La amabilidad la refleja:
 - la predisposición a atender de manera inmediata al usuario,
 - 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 usuario pueda expresar todo aquello que desea y que se realice un esfuerzo de comprensión),
 - la capacidad para realizar preguntas que faciliten lo que el usuario 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/grupos 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 demandas de la zona.

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

- **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 usuario,
 - Evitar realizar trabajos paralelos o jugar con objetos,
 - Asentir regularmente cuando el usuario habla,
 - Contestar las preguntas y si no se saben las respuestas realizar el esfuerzo de buscar la información,
 - Anotar los datos proporcionados por el usuario 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 usuario presencial

La simpatía.

- Se mantendrá el nivel físico con el cliente cuando este está de pié. El guía que se dirige a los visitantes que se encuentran sentados, deberá mantenerse de pié.
- 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 traslada una imagen
de profesionalidad

1.2 Relación presencial con el visitante

- El guía invita sutilmente a los miembros del grupo a participar en la visita, despertando las dudas y curiosidad sobre aquello que está explicando.
- Fomentará él mismo el diálogo para que los componentes del grupo participen de las explicaciones.
- Intenta incorporar información anecdótica que despierte y mantenga el interés.
- El guía procurará dirigir la mirada de forma aleatoria entre los miembros del grupo, evitando fijar la vista siempre en la misma persona.
- Se evitará la exageración en los gestos y utilizará una sonrisa intensa que transmita confianza.
- Mantendrá una distancia con respecto al grupo adecuada y en lo posible se situará a la cabeza del grupo.
- Utilizará un tono de voz descendente que transmite firmeza, determinación y confianza.
- Así como el volumen y ritmo serán apropiados articulando correctamente las palabras. Teniendo en cuenta que al hablar muy deprisa, los interlocutores pueden tener problemas para comprender las explicaciones y perder el interés por el contenido del mensaje.

El guía procurará dirigir la
mirada de forma aleatoria
entre los miembros del grupo

- El guía adaptará el contenido y la forma del mensaje al público objetivo que conforma el grupo, de manera que es capaz de explicar de forma más didáctica, sencilla o técnica en función de la tipología, características y expectativas de las personas.

El personal de oficina es accesible para el cliente lo que quiere decir que:

- Se encuentra siempre a la vista de los clientes.
- 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.
- 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 caso que esté ocupado con un cliente cuando llega 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 caso de que 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
- 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 un cliente del

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

destino 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 usuario.
- 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 usuarios decidiera esperara 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 usuario pueda sentarse.
- Se despide al cliente con una sonrisa, deseándole una buena estancia en el destino. En el momento de la despedida, el personal se interesa por la satisfacción durante la estancia.

Se despide al cliente
con una sonrisa

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 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 (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 aquellos 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. 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 demandas de la zona.

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

- 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 usuarios cuando la complejidad (por ejemplo un apellido, una dirección, una hora...) o la importancia (siempre en el caso de un mensaje o una queja) lo aconseje, reformulándoselos al cliente.
 - No se mantienen conversaciones paralelas que puedan ser escuchadas por el usuario.

- 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.

Se debe conseguir una imagen
de interés en el cliente

1.4 Capacidad de información

- Se conoce exhaustivamente el destino y la situación de los servicios y recursos más importantes. Se puede proporcionar información completa sobre el mismo. Conoce personalmente los recursos de los que informa y en todo caso los ha visitado en algún momento o los visita siempre que se produzcan cambios o mejoras en sus instalaciones o entorno o se produce la apertura de nuevas instalaciones o empresas relacionadas con la actividad.
- Orienta al cliente, asesorándole y facilitándole material informativo, horarios de transporte, lugares de interés, etc., para lo cual se cuenta con un soporte de información organizado, convenientemente actualizado y con una cuidada presentación para que el cliente mismo pueda consultarlo.
- 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). Se pueden 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 caso de que no lo estén se sustituirán.
- El personal se muestra diligente en la búsqueda de información

El personal se conoce exhaustivamente los principales servicios que se prestan

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.

Se muestra diligente en la
búsqueda de información adicional

1.5 Gestión de quejas y sugerencias

- Las quejas de los usuarios 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 trasladarla a los departamentos correspondientes.
- Se ha de dejar hablar al usuario 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

- 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 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.
- 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.

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

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

En caso de no disponibilidades
se ofrecerán alternativas

2.2 El servicio

- El guía planificará con antelación y establecerá la visita guiada, con sus paradas explicativas.
- Establecerá asimismo, el tiempo estimado de cada visita en función de las características del grupo (edad, tamaño, estado físico, etc.). Por otro lado, y ante cualquier imprevisto o retraso, ofrecerá alternativas a visitas.
- El guía seleccionará de forma previa la información de mayor interés para el recorrido en general.
- Con carácter previo al inicio del recorrido, el guía explicará el contenido de la ruta, especificando el recorrido, lugares a visitar, paradas y descansos, tiempo aproximado en cada lugar y punto final del recorrido.
- Antes de empezar el guía hablará con el responsable del grupo o el guía preguntará directamente al público para conocer posibles características de los clientes que pudiera afectar a la correcta realización de la visita.
- Se tendrán establecidos los tiempos de visita en función de las características del grupo (edad, tamaño, motivaciones, ...).
- Se intentará cumplir los tiempos estimados de visita, controlando los tiempos de explicaciones, descanso, etc. pero mostrándose flexible a sugerencias del grupo (suprimir una visita, visitar un lugar fuera de ruta, cambiar una actividad por otra, etc.) si el grupo así lo requiere.

El guía planificará con antelación y establecerá la visita guiada, con sus paradas explicativas

- El ritmo de avance del grupo será adecuado, caminando sin transmitir sensación de agobio y sin que el grupo se sienta presionado por el tiempo.
- El guía seleccionará para sus explicaciones, lugares tranquilos, sin interferencias y sin molestar a otros usuarios.
- En los espacios abiertos el guía turístico habrá de procurar encontrar espacios resguardados del viento, sol excesivo, etc. Intentará encontrar así mismo, lugares elevados para hacerse oír mejor.

Facturación

- El personal puede informar al cliente en cualquier momento, de los cargos imputados y el importe global de la factura.
- Se reconfirman, 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.
- 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 despide al cliente, interesándose por el servicio prestado.

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



CULTURA DEL DETALLE