
Buenas prácticas en la gestión de la **ATENCIÓN AL CLIENTE**

Propietarios y mandos intermedios

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.



GESTIÓN DE LA ATENCIÓN AL CLIENTE

- Las Buenas Prácticas en la Gestión de la 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 turístico, pueda disponer de un documento explicativo de las principales buenas prácticas en gestión de la atención al cliente.
- El éxito en la atención al cliente no se centra solo en como se presta el servicio si no que incluye aspectos clave como el modo de seleccionar, formar, motivar e incentivar al personal que entrará en contacto con los clientes. De este modo, el presente documento va dirigido a propietarios y mandos intermedios que dirigen personal en contacto con el cliente.
- Así pues el documento incorpora los siguientes capítulos
 1. Selección de personal
 2. Formación introductoria al puesto de trabajo
 3. Plan de formación continuo
 4. Políticas de incentivo y motivación
 5. Sistema de quejas y sugerencias interno y externo
 6. Medición de la satisfacción del cliente
 7. Imagen de la empresa
- Del mismo modo y dentro del **MODELO SCTE Capital Humano** existen productos para la mejora de la Gestión en Atención al Cliente que exponen paso a paso la mejora de las buenas prácticas que se desee mejorar.

1 SELECCIÓN DEL PERSONAL

1.1 Disponer para cada puesto de trabajo el perfil de los trabajadores

Para seleccionar al personal es necesario definir en primer lugar los perfiles de profesionales que se requiere para cada puesto de trabajo, siempre teniendo en cuenta que existen una serie de competencias imprescindibles a tener en cuenta en el momento de seleccionar al personal que realizará trabajos de atención al cliente, estas serán como mínimo:

- **Dominio de uno mismo, aspecto intrapersonal**

Autocontrol y estabilidad emocional

Capacidad para dominar las emociones y afectos ante situaciones y condiciones difíciles, adoptando firmeza y confianza en sus propias potencialidades y evitando reacciones emocionales negativas.

- **Dominio de las relaciones con los demás, aspecto interpersonal**

Comunicación

Capacidad para expresar sus ideas de forma clara y convincente, de manera que su mensaje pueda ser entendido con claridad. Supone además la habilidad para escuchar y entender a otros estableciendo un diálogo de forma efectiva.

Establecimiento de Relaciones

Capacidad para establecer contactos con otras personas mostrando intuición y perspicacia social. Supone la capacidad para escuchar, interpretar y entender los pensamientos, sentimientos o preocupaciones de los demás y un cierto conocimiento para los usos y costumbres sociales.

Persuasión

Capacidad para persuadir e influenciar sin utilizar el poder coercitivo, en personas o situaciones con el objeto de producir un determinado efecto, obtener una actitud positiva ante determinados cambios. Dirigir sus propios esfuerzos para inducir a la acción o reflexión.

- **Dominio del entorno, aspecto de evolución / cambio**

Disponibilidad

Aptitud para buscar nuevas oportunidades y aceptar nuevos retos o tareas. Supone tanto la predisposición como la capacidad para asumirlos.

Orientación al cliente

Motivación para conocer y satisfacer las necesidades de los clientes (internos y externos) ofreciéndoles los servicios y/o productos, y, si es posible, anticiparse a sus necesidades y demandas.

- 1.2** Solicitar al trabajador potencial un curriculum vitae para poder ver si cumple o no con las características que se establecieron, analizar las carencias y planificar formación interna y/o externa para mejorar las el puesto de trabajo.
- 1.3** Analizar las carencias de cada solicitante para ver cual es la persona que mejor se ajusta al perfil establecido.

2 FORMACIÓN INTRODUCTORIA AL PUESTO DE TRABAJO

2.1 Con la finalidad que el personal que trabaja en la empresa tenga claras sus funciones es imprescindible realizar una formación introductoria al puesto de trabajo que como mínimo incluya la siguiente información:

1. Filosofía de la empresa
2. Servicios y productos que se presta en la empresa
3. Funciones del puesto de trabajo
4. Entrega de la guía de buenas prácticas al cliente
5. Decálogo de mejores buenas prácticas
6. Normas sobre aspectos físicos y/o uniformidad del puesto de trabajo.
7. Plan de formación de la empresa
8. Política de incentivos
9. Sistema de evaluación del trabajador

Con esto el trabajador debe firmar un registro que indica conforme se le ha informado verbalmente de la información que se ha nombrado y que se le entregado la información que se indica.

2.2 Durante el tiempo que se considere oportuno la persona que entra nueva a trabajar debe tener asignada una persona para la resolución de dudas durante el periodo de aprendizaje.

2.3 Proporcionar al personal un decálogo con las diez más importantes normas sobre su puesto de trabajo, este decálogo debe estar correctamente impreso y basarse en la guía que se les ha proporcionado de mejores prácticas para cada departamento.

3 PLAN DE FORMACIÓN

- 3.1 Todos los años se debe informar al personal de cursos adaptados a su puesto de trabajo, estos cursos vendrán dados también por las sugerencias del mismo en la evaluación anual.
- 3.2 Una vez al año y sobretodo a aquellos trabajadores que lleven más de un año trabajando en la empresa se realizará una sesión de formación interna en la que se repasarán los aspectos clave del puesto de trabajo, las normas que han cambiado y se recordaran las valoraciones de los clientes.

4 POLÍTICA DE INCENTIVO Y MOTIVACIÓN

- 4.1 Hay que realizar una evaluación anual de los trabajadores mediante un registro que indique la valoración por parte de su superior en las técnicas que debe ejecutar y en la atención al cliente.
- 4.2 Establecer un sistema de valoración mediante un test a superiores y compañeros para poder llevar un seguimiento del mismo y poder corregir año tras año aquellos aspectos que están empeorando (360°), no solo considerando la valoración de los superiores sino también la valoración de los compañeros.
- 4.3 Establecer una política de incentivo que actúe como motivador a las personas que atienden al cliente. Un sistema de quejas y sugerencias interno que motive a las personas proponer ideas, resulta siempre motivador.
- 4.4 Anualmente se debe tener una reunión con el trabajador. La reunión debe como mínimo tener el siguiente contenido:
- Valoración del trabajador de su puesto de trabajo
 - Valoración del superior de su puesto de trabajo
 - Sugerencias de formación par a el año siguiente
 - Sugerencias del profesional para el año siguiente
- 4.5 Previo a la evaluación del trabajador el responsable debe valorar a su trabajador mediante una plantilla en los distintos aspectos.
- 4.6 Por otra parte, será interesante pasar un cuestionario para valorar al trabajador a dos compañeros de su nivel y a su superior directo. Esto permitirá sacar conclusiones acerca de sus habilidades y operativa con el trabajo. Anualmente los resultados pueden ser compara dos para detectar aspectos que empeoran, los que mejoran y los que se mantienen a lo largo del tiempo y de este modo poder valorar mejor las carencias y puntos fuertes del trabajador.

5 SISTEMA DE QUEJAS Y SUGERENCIAS INTERNO Y EXTERNO

- 5.1 Se establecerá un sistema en el que los trabajadores deben poder opinar sobre aquellos aspectos que creen debería mejorar la empresa para atender mejor a los clientes.
- 5.2 Periódicamente se mantendrá una reunión con los empleados (por departamentos en el caso que la jerarquía lo permita) donde se contestará cada sugerencia y se reconocerá aquellas ideas que son viables y se tendrán en cuenta.
- 5.3 Existe un sistema de quejas y sugerencias externo que permite a los clientes registrar su queja, este está en un lugar visible.
- 5.4 Las quejas y sugerencias de los clientes tienen un seguimiento hasta la confirmación de su resolución.
- 5.5 Los resultados de las quejas y sugerencias de los clientes son comunicados al personal periódicamente.
- 5.6 El sistema de quejas y sugerencias se utiliza para mejorar el servicio de atención al cliente.

6 MEDICIÓN DE LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE

- 6.1 Se dispondrá de un cuestionario de medición de la satisfacción del cliente.
- 6.2 Las encuestas deben incorporar ítems relacionados con la atención al cliente que recibe el cliente.
- 6.3 Se analizarán periódicamente los resultados de las encuestas para detectar mejoras en la atención al cliente y modificar si es preciso la forma de ejecutar algunas operaciones.
- 6.4 Los resultados del sistema de encuestación son comunicados al personal.

7 IMAGEN DEL ESTABLECIMIENTO

- 7.1 La empresa dispone de criterios definidos sobre las características de la imagen corporativa de la empresa.
- 7.2 La imagen es coherente con el público objetivo al que va dirigido la empresa.
- 7.3 La decoración y aspecto de los locales de acceso a los clientes son coherentes con la imagen de la empresa y no existen elementos discordantes.
- 7.4 Los criterios de imagen de la empresa se utilizan para el diseño de la página web y de cualquier material promocional.



CULTURADELDETALLE