
Buenas prácticas para la atención al cliente **TRANSPORTES TURÍSTICOS**

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 transportes turísticos

- 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

- Se emplearán 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 personal 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 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.

El personal traslada una imagen de profesionalidad y pulcritud

1.2 Relación presencial con el cliente

- El personal del vehículo intentará ayudar en los procesos de entrada y salida de los viajeros para que no entorpezcan al resto.
- Ayudarán a las personas con movilidad reducida en estos procesos para acceder a los asientos.
- El conductor mantendrá una atención especial en los lugares de parada reservada para guardar la seguridad de los viajeros.
- Se agilizará el tiempo de espera y facilitar la entrada y salida de los pasajeros.

El personal del vehículo intentará ayudar en los procesos de entrada y salida de los viajeros

1.3 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.

Capacidad de explicar los Servicios propios y el proceso de consumo de los mismos.

- El personal posee un conocimiento exhaustivo del servicio que ofrece.
- 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 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 conoce bien el destino turístico y sus principales atractivos

1.4 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 Facturación

- El conductor dispondrá de suficiente cambio para el cobro en efectivo, en el caso de poderse comprar el ticket en el transporte.
- En caso de pago efectivo se verifica el cambio antes de la devolución.
- Se entrega el ticket correspondiente. Si el ticket tiene un uso complementario se informará en ese momento.
- Se verificar la satisfacción verbalmente.
- Se despide al cliente amablemente.

Se despide del usuario
amablemente

2.2 Limpieza de espacios de atención al público

- 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.
- Se asegurará que el vehículo ha sido convenientemente ventilado y se percibe un olor agradable.
- El personal se asegurará que las intervenciones en zonas de clientes como paradas o marquesinas que comportan riesgos se encuentran debidamente señalizadas y balizadas.

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



CULTURA DEL DETALLE