

Recetas para triunfar con el 'cliente misterioso'

Lograr que el consumidor se sienta a gusto y cumplir sus expectativas no es fácil para los pequeños comercios

ARTURO CENZANO Logroño

Muchas ventas se pierden porque el cliente no se siente a gusto en la tienda. Y otras muchas se logran por lo contrario. Se trata de experiencias directas protagonizadas por los denominados *clientes misteriosos*, técnicos bajo el disfraz de compradores que van tomando nota de las virtudes y defectos de cada establecimiento. El Consejo Aragonés de Cámaras ha reunido en una guía los consejos prácticos que ayudarán a las pymes comerciales a mejorar sus servicios. Las situaciones son extrapolables al resto del país. Un total de 10.000 ejemplares serán distribuidos gratuitamente en el sector.

Múltiples factores

Una buena atención a los clientes no se reduce a la actitud del personal. También cuentan las instalaciones de la tienda, la imagen transmitida por el establecimiento y, por supuesto, la calidad del producto. Los dependientes deben seguir las denominadas *reglas de oro*: trato cortés, amabilidad, ser receptivos, evitar excesos de confianza, respeto y discreción.

Este comportamiento de los empleados se plasma en numerosos matices. El personal debe esforzarse, por



ejemplo, en no dar muestras de sentirse inducido por factores como la edad, el aspecto de los clientes o la cuantía de la compra. Asimismo, los dependientes deben eliminar prácticas

que pueden molestar al cliente: masticar chicle, comer, beber, fumar o comentar, en su presencia, incidencias que ridiculicen a otros compradores.

Según estos consejos, es

imprescindible que cada establecimiento cuente con el personal necesario para atender al público en cada momento y evitarle esperas. Debe contar también con recursos manuales que sustituyan eficazmente eventuales averías en terminales de comunicaciones. Es cierto que no todas las esperas son previsibles y, por tanto, evitables, pero también lo es que algunos comercios son identificados por demoras en la atención, que alejan a los potenciales compradores.

Los medios de pago deben estar siempre visibles para evitar a los clientes la incomodidad de la consulta sobre la aceptación de tarjetas. Se debe ser cuidadoso con la señalización de elementos (escalones, techos

LA CIFRA

10.000

ejemplares de la guía con consejos prácticos para mejorar la actividad comercial de las pymes van a ser distribuidos gratuitamente. La guía ha sido editada por el Consejo Aragonés de Cámaras.

bajos, etcétera) que eviten el riesgo de caídas o golpes.

En cuanto a las labores de limpieza, éstas deben realizarse siempre fuera del horario de venta, y tanto el escaparate como el interior deben facilitar la comprobación visual de los objetos. Y la temperatura ha de ser siempre agradable, adecuándose a criterios objetivos y no al gusto de quienes prestan el servicio.

Contar con el comprador problemático

Un buen comerciante debe contar con la existencia de clientes problemáticos. Ante éstos, el personal debe actuar siempre con exquisita cortesía, esforzarse por calmar los ánimos y mostrar interés por el problema o la situación denunciados, según las recomendaciones.

Para prevenir fricciones, los empleados deben saber cómo tratar reclamaciones y quejas, esforzarse en evi-

tar errores y descuidos, exhibir claramente los precios de venta y estar formados para atender las dudas sobre los productos que venden.

También han de utilizar un lenguaje adaptado al nivel de conocimientos técnicos de cada persona y ofrecer información verdadera sobre las prestaciones del producto requerido, sin ocultar sus carencias o defectos, explica la guía.

Una venta engañosa elimina al cliente futuro, mientras la credibilidad del negocio la incentiva. Además de la buena apariencia de los productos y su adecuado embalaje, el cliente agradece la comprobación de que funcionan correctamente.

En todo caso, la escucha de las reclamaciones deberá ser activa y paciente. Nunca debe criticarse la actuación de otros compa-

ñeros, sino presentar disculpas ante equivocaciones obvias. Siempre que las condiciones lo permitan, la incidencia debe ser resuelta al momento, para evitar la pérdida de tiempo que implica una visita posterior al establecimiento. El cliente debe tener la idea de que las reclamaciones son tramitadas con agilidad, por lo que este tipo de impresos ha de estar siempre a mano.