

ATENCIÓN AL CLIENTE EN HOTELERÍA



Relator: Mauricio Araya N.

CONTENIDO



- MÓDULO 1: INTRODUCCIÓN A LA ATENCIÓN DE CLIENTES
- MÓDULO 2 LA COMUNICACIÓN
- MÓDULO 3 MANEJO DE CLIENTES INSATISFECHOS
- MÓDULO 4 ATENCIÓN A CLIENTES Y LAS BUENAS PRÁCTICAS

Módulo 3: Manejo de Clientes Insatisfechos

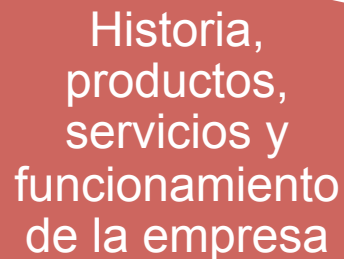


- 3.1. Estándares de Calidad en la Atención
 - 3.1.1. Estándares Generales Básicos
 - 3.1.2. Estándares de Atención al Cliente
 - 3.1.3. Estándares de Ejecución del Trabajo
 - 3.1.4. Estándares para la Comunicación Telefónica
 - 3.1.5. Otras Situaciones
- 3.2. Evaluación de la calidad en el servicio
 - 3.2.1. Satisfacción del cliente
 - 3.2.2. Expectativas del cliente
 - 3.2.3. Percepciones del cliente
 - 3.2.4. Medición de la calidad en el servicio
- 3.3. Gestión de Clientes Insatisfechos
 - 3.3.1. Concepto de insatisfacción de Clientes
 - 3.3.2. Motivos de insatisfacción de Clientes
 - 3.3.3. Claves para gestionar la insatisfacción del cliente

3.1. Estándares de Calidad en la Atención

3.1.1. Estándares Generales Básicos

a) Todos los colaboradores e integrantes del alojamiento turístico deben estar capacitados antes de poder trabajar sin supervisión directa, y deben dominar los siguientes temas:




Historia,
productos,
servicios y
funcionamiento
de la empresa



Principios de la
Hospitalidad



Estándares
generales
básicos



Estándares
sobre el trato
con el cliente

3.1. Estándares de Calidad en la Atención

3.1.1. Estándares Generales Básicos

a) Todos los colaboradores e integrantes del alojamiento turístico deben estar capacitados antes de poder trabajar sin supervisión directa, y deben dominar los siguientes temas:

Estándares
sobre el
trabajo

Estándares
sobre la
comunicación
telefónica

Estándares de
presentación
para el
personal

Técnicas de
Hospitalidad
en la atención
al turista

Buenas
Prácticas en
atención a las
personas

3.1. Estándares de Calidad en la Atención



3.1.1. Estándares Generales Básicos

- b) Todos los clientes merecen una atención preferencial, sin distinción de ningún tipo.

- c) Siempre se deben cumplir los compromisos acordados con los clientes, proveedores y compañeros de trabajo.

3.1. Estándares de Calidad en la Atención



3.1.1. Estándares Generales Básicos

d) Los compromisos que no se puedan llegar a cumplir, aun cuando fueron realizados los esfuerzos y pasos necesarios para ello, deben ser comunicados inmediatamente al afectado.

3.1. Estándares de Calidad en la Atención



3.1.1. Estándares Generales Básicos

e) Se debe procurar transmitir los Estándares a compañeros, clientes y proveedores para que se ponga en práctica y se difunda la cultura de Hospitalidad y servicio.

f) El servicio debe responder siempre a las especificaciones que se comunican a los clientes.

3.1. Estándares de Calidad en la Atención



3.1.2. Estándares de Atención al Cliente

a) Siempre se debe atender al cliente con amabilidad y buen trato, haciendo un esfuerzo deliberado para enfrentar positivamente su estado de humor que puede ser variable cada día.

3.1. Estándares de Calidad en la Atención



3.1.2. Estándares de Atención al Cliente

- b) Siempre se debe saludar al cliente, en cualquier área que se encuentre.
- c) Siempre se debe ocupar un tono de voz cálido y amable para relacionarse con los clientes y miembros del equipo.

3.1. Estándares de Calidad en la Atención



3.1.2. Estándares de Atención al Cliente

- d) Nunca se deben hacer comentarios o críticas negativas sobre la empresa a un cliente.
- e) El personal debe hacer un esfuerzo especial por llegar a conocer a los clientes habituales, su nombre y preferencias.

3.1. Estándares de Calidad en la Atención



3.1.2. Estándares de Atención al Cliente

f) Cuando no se pueda satisfacer alguna solicitud de un cliente, porque está fuera de política, se le deberá dar una disculpa y explicación clara sobre la situación, utilizando Técnicas de Manejo de Quejas, que deben ser definidas por la propia empresa.

3.1. Estándares de Calidad en la Atención



3.1.2. Estándares de Atención al Cliente

g) Las comunicaciones con los clientes y proveedores, mediante cartas, llamados telefónicos, correos u otros similares, deben ser siempre contestadas de acuerdo a los plazos y modalidad establecidos en los Estándares respectivos.

3.1. Estándares de Calidad en la Atención



3.1.3. Estándares de Ejecución del Trabajo

a) Todos los colaboradores del alojamiento turístico deben procurar enfrentar sus labores con actitud positiva, utilizando el tiempo de trabajo en forma productiva y eficaz, aportando con ideas e iniciativas para mejorar los métodos de trabajo, el ambiente laboral y superar así los aspectos deficientes.

3.1. Estándares de Calidad en la Atención



3.1.3. Estándares de Ejecución del Trabajo

- b) En el trabajo, siempre procurar superar las expectativas de clientes, compañeros y superiores.
- c) Siempre se debe cooperar con los compañeros de trabajo, especialmente con aquellos que se encuentren en problemas o presenten dificultades.

3.1. Estándares de Calidad en la Atención



3.1.3. Estándares de Ejecución del Trabajo

d) Siempre tratar con cuidado los bienes y activos de clientes y de la empresa, velando por su correcta mantención y uso.

e) Siempre tratar a los compañeros de trabajo con respeto, llamándolos a cada uno por su nombre.

3.1. Estándares de Calidad en la Atención



3.1.3. Estándares de Ejecución del Trabajo

f) Se debe estar motivando constantemente al equipo de colaboradores, comunicándoles de forma clara los logros y avances; por otro lado, apoyar con firmeza al equipo para superar aquellos aspectos que deben ser mejorados.

3.1. Estándares de Calidad en la Atención



3.1.3. Estándares de Ejecución del Trabajo

g) Los jefes y supervisores deben preocuparse en forma especial por mantener a sus colaboradores clara y permanentemente informados sobre situaciones, novedades y noticias que afecten positiva o negativamente a la empresa.

3.1. Estándares de Calidad en la Atención



3.1.3. Estándares de Ejecución del Trabajo

- h) Debe ser especial preocupación de los jefes de área, el establecer un liderazgo facilitador, participativo y motivador hacia sus colaboradores.
- i) Se debe utilizar siempre un lenguaje claro y sin ambigüedades para comunicarse efectivamente con todas las personas.

3.1. Estándares de Calidad en la Atención



3.1.4. Estándares para la Comunicación Telefónica

a) Llamadas Externas:

Todas las llamadas deben ser contestadas no más allá del cuarto ring.

Todas las llamadas deben ser contestadas de manera uniforme y cortés:

3.1. Estándares de Calidad en la Atención



3.1.4. Estándares para la Comunicación Telefónica

a) Llamadas Externas:

✓ Saludando:

“Buenos Días”, “Buenas Tardes “....

✓ Identificando la empresa:

“HOSTAL BUENA CAMA INN”

3.1. Estándares de Calidad en la Atención



3.1.4. Estándares para la Comunicación Telefónica

a) Llamadas Externas:

✓ Identificando a quien responde:

“habla Francisca “.

✓ Identificando las necesidades del Cliente:

“¿en qué le puedo ayudar?.

3.1. Estándares de Calidad en la Atención



3.1.4. Estándares para la Comunicación Telefónica

b) Llamadas Internas:

Todas las llamadas deben ser contestadas no más allá del cuarto ring.

Todas las llamadas deben ser contestadas de manera uniforme y cortés:

3.1. Estándares de Calidad en la Atención



3.1.4. Estándares para la Comunicación Telefónica

b) Llamadas Internas:

✓ Saludando:

“Buenos Días “, “Buenas Tardes”.

✓ Identificando el Departamento:

“Administración”

3.1. Estándares de Calidad en la Atención



3.1.4. Estándares para la Comunicación Telefónica

b) Llamadas Internas:

✓ Nombre:

“Habla Carolina, secretaria de Administración “....

✓ Identificando las necesidades del Cliente:

“¿en qué le puedo ayudar?.

3.1. Estándares de Calidad en la Atención



3.1.4. Estándares para la Comunicación Telefónica

b) Llamadas Internas:

✓ Nombre:

“Habla Carolina, secretaria de Administración “....

✓ Identificando las necesidades del Cliente:

“¿en qué le puedo ayudar?.

3.1. Estándares de Calidad en la Atención



3.1.5. Otras Situaciones

- Si la llamada es para otra unidad (ejemplo: Contabilidad), además de comunicar al interlocutor, se le debe indicar los anexos o directos correspondientes.
- Las llamadas para otras unidades o áreas deben ser traspasadas inmediatamente en caso que el anexo y destinatario de la llamada estén disponibles.

3.1. Estándares de Calidad en la Atención



3.1.5. Otras Situaciones

- Las llamadas externas nunca deben quedar esperando “en línea”.
- Todos los mensajes telefónicos que requieran respuesta, deben ser contestados personalmente por el destinatario dentro de un plazo máximo de 24 horas.

3.1. Estándares de Calidad en la Atención



3.1.5. Otras Situaciones

- Si, al estar hablando por teléfono, se presenta un cliente, siempre se debe establecer contacto visual con éste, para indicarle que es consciente de su presencia.
- Siempre se debe evitar interrumpir una conversación telefónica.

3.1. Estándares de Calidad en la Atención



3.1.5. Otras Situaciones

- Siempre se debe realizar la despedida de los clientes utilizando una frase amable que mencione al Hotel, por Ej: “Gracias por llamar a Hostal Buena Cama...”.
- Al terminar una conversación telefónica, se debe colgar el teléfono después que lo haga la persona que llama.

3.1. Estándares de Calidad en la Atención



3.1.5. Otras Situaciones

- Siempre se debe realizar la despedida de los clientes utilizando una frase amable que mencione al Hotel, por Ej: “Gracias por llamar a Hostal Buena Cama...”.
- Al terminar una conversación telefónica, se debe colgar el teléfono después que lo haga la persona que llama.

3.2. Evaluación de la calidad en el servicio



3.2.1. Satisfacción del cliente

De acuerdo con Zeithaml & Bitner (2001) la satisfacción es la emisión de un juicio sobre una característica de un producto o servicio, o ya éstos generen saciedad al cliente.

3.2. Evaluación de la calidad en el servicio



3.2.1. Satisfacción del cliente

En relación con Levesque & McDougall (2011) la satisfacción del cliente es una actitud hacia el proveedor del servicio.

3.2. Evaluación de la calidad en el servicio



3.2.1. Satisfacción del cliente

De acuerdo con Zineldin (2000) es una reacción emocional que surge de una diferencia entre las expectativas y las perspectivas del cliente.

3.2. Evaluación de la calidad en el servicio

3.2.2. Expectativas del cliente

Existen tres niveles de expectativas (Rust, Zahorik, & Keiningham, 1996):

- Ideales:

- Se satisfacen y se logran superando las necesidades y expectativas en todos los sentidos de los clientes, es considerada de excelencia.

3.2. Evaluación de la calidad en el servicio

3.2.2. Expectativas del cliente

Existen tres niveles de expectativas (Rust, Zahorik, & Keiningham, 1996):

• Lo que debería ser:

- Es la consideración de los clientes de lo que deberían recibir en el servicio, es considerado un nivel más alto de lo que los clientes esperan recibir.

3.2. Evaluación de la calidad en el servicio

3.2.2. Expectativas del cliente

Existen tres niveles de expectativas (Rust, Zahorik, & Keiningham, 1996):

- Esperadas:

- Es la relación de la información que el cliente tiene y el nivel de la expectativa que espera recibir, se considera un nivel básico de expectativa.

3.2. Evaluación de la calidad en el servicio



3.2.3. Percepciones del cliente

En general los clientes de acuerdo a Druker (1990), utilizan cinco dimensiones para evaluar el desempeño de una organización en función a la satisfacción resultante estas son:

3.2. Evaluación de la calidad en el servicio



3.2.3. Percepciones del cliente

- Fiabilidad:

Dentro de este concepto se encuentran todos aquellos factores como la capacidad y el conocimiento profesional de la organización.

3.2. Evaluación de la calidad en el servicio



3.2.3. Percepciones del cliente

- Seguridad:

Esta palabra incluye la credibilidad que brinda la organización al cliente en el sentido de que su problema será resuelto de la mejor manera abarcando aspectos de honestidad y confiabilidad.

3.2. Evaluación de la calidad en el servicio



3.2.3. Percepciones del cliente

- Capacidad de respuesta:

La actitud que tiene la organización prestadora del servicio para ayudar a los clientes y realizarlo de manera rápida.

3.2. Evaluación de la calidad en el servicio



3.2.3. Percepciones del cliente

- Intangibilidad:

Los servicios no pueden ser inventariados; si no es utilizada la capacidad de producción de servicio, se pierde.

3.2. Evaluación de la calidad en el servicio



3.2.3. Percepciones del cliente

- Interacción humana:

Es la relación resultante entre la organización y el cliente; aunque el servicio es realizado por los empleados de la organización, el cliente es partícipe indirecto en el proceso.

3.2. Evaluación de la calidad en el servicio

3.2.4. Medición de la calidad en el servicio

Modelo SERVQUAL:

En el que es posible detectar cuáles son las expectativas de los clientes en función de cinco dimensiones:

Elementos tangibles

Empatía

Fiabilidad

Seguridad

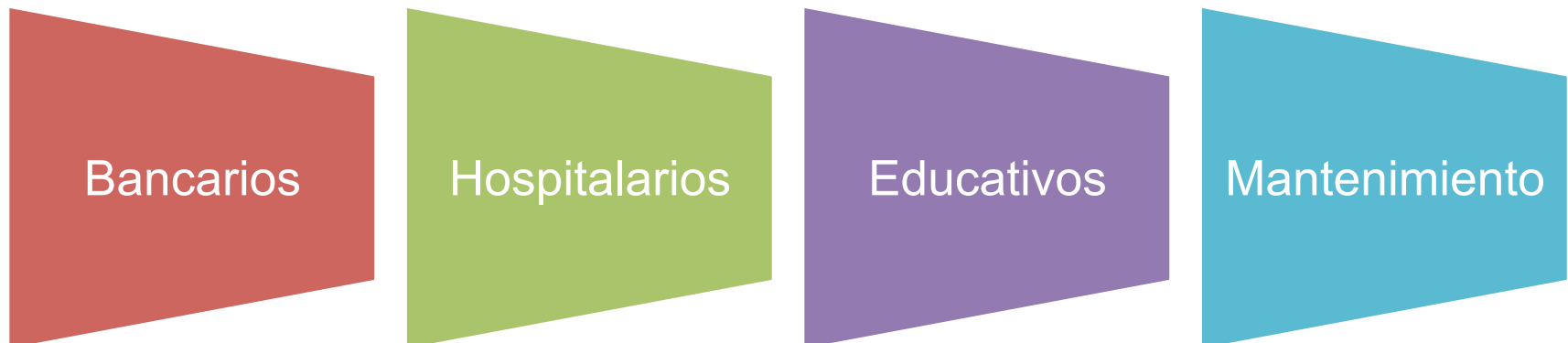
Capacidad de repuesta.

3.2. Evaluación de la calidad en el servicio

3.2.4. Medición de la calidad en el servicio

Modelo SERVQUAL:

Los sectores de mayor aplicación de este modelo son los servicios (Gelvez, 2010):



3.2. Evaluación de la calidad en el servicio

3.2.4. Medición de la calidad en el servicio

Modelo SERVQUAL:

Al analizar los comentarios se establecieron diez dimensiones:



3.2. Evaluación de la calidad en el servicio

3.2.4. Medición de la calidad en el servicio

Modelo SERVQUAL:

Se encontraron correlaciones para reducirlas a cinco:

Confianza o
empatía

Fiabilidad

Responsabilidad

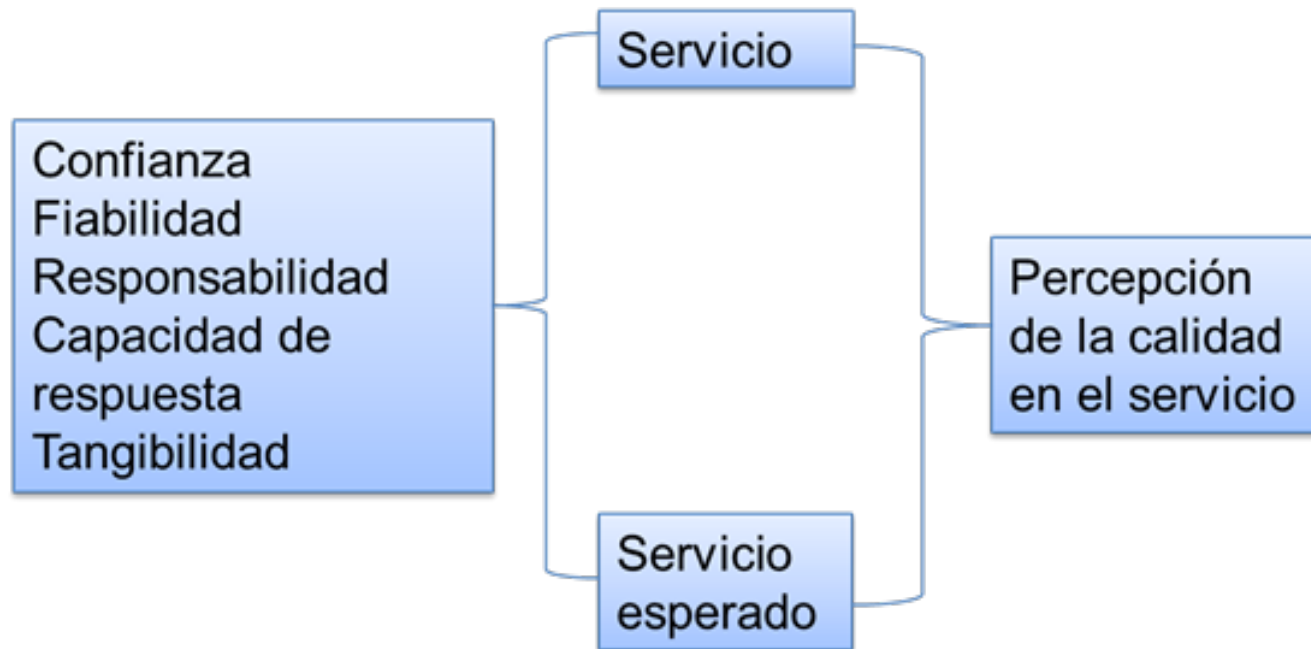
Tangibilidad

Capacidad de
respuesta

3.2. Evaluación de la calidad en el servicio

3.2.4. Medición de la calidad en el servicio

Modelo SERVQUAL



3.2. Evaluación de la calidad en el servicio



3.2.4. Medición de la calidad en el servicio

Modelo SERVQUAL:

Parte de este modelo considera las discrepancias en la medición que intervienen en la percepción del cliente y si es deseado mejorar la calidad deben ser analizadas, debido a que las percepciones de calidad en el servicio están influidas por estas discrepancias.

3.2. Evaluación de la calidad en el servicio

3.2.4. Medición de la calidad en el servicio

Modelo SERVQUAL:

A continuación se presentan las cinco discrepancias en la calidad de los servicios:

Discrepancia 1:

- Es la diferencia entre las expectativas de los clientes y las percepciones que tiene la empresa de las expectativas de los clientes.

3.2. Evaluación de la calidad en el servicio

3.2.4. Medición de la calidad en el servicio

Modelo SERVQUAL:

A continuación se presentan las cinco discrepancias en la calidad de los servicios:

Discrepancia 2:

- Es la diferencia entre las percepciones que tiene la empresa de las expectativas de los clientes y las especificaciones del servicio.

3.2. Evaluación de la calidad en el servicio

3.2.4. Medición de la calidad en el servicio

Modelo SERVQUAL:

A continuación se presentan las cinco discrepancias en la calidad de los servicios:

Discrepancia 3:

- Es la diferencia entre las especificaciones del servicio y el servicio entregado al cliente.

3.2. Evaluación de la calidad en el servicio

3.2.4. Medición de la calidad en el servicio

Modelo SERVQUAL:

A continuación se presentan las cinco discrepancias en la calidad de los servicios:

Discrepancia 4:

- Es la diferencia entre el servicio entregado por la empresa y la comunicación externa hacia al cliente, en esta parte se involucra al marketing.

3.2. Evaluación de la calidad en el servicio

3.2.4. Medición de la calidad en el servicio

Modelo SERVQUAL:

A continuación se presentan las cinco discrepancias en la calidad de los servicios:

Discrepancia 5:

- Es la diferencia entre lo que el cliente espera del servicio con lo que realmente recibe.

3.2. Evaluación de la calidad en el servicio



3.2.4. Medición de la calidad en el servicio

Modelo SERVQUAL:

A partir de estas discrepancias se identifica y mide las ineficiencias de la calidad.

Es por ello que para reducir (mejorar la calidad) en la discrepancia 5 es necesario disminuir las deficiencias en las cuatro anteriores.

3.2. Evaluación de la calidad en el servicio

3.2.4. Medición de la calidad en el servicio

Modelo SERVQUAL:

Las principales razones que sitúan a una organización hacia la no calidad de los servicios son las siguientes para cada discrepancia:

Discrepancia 1:

- Se relaciona con la carencia de un plan de marketing, por parte de la organización; falta de comunicación ascendente y descendente y excesivos niveles superiores de mando.

3.2. Evaluación de la calidad en el servicio

3.2.4. Medición de la calidad en el servicio

Modelo SERVQUAL:

Las principales razones que sitúan a una organización hacia la no calidad de los servicios son las siguientes para cada discrepancia:

Discrepancia 2:

- La dirección no contempla una estrategia de gestión de calidad; carece de procedimientos, normas, estándares para la elaboración del servicio.

3.2. Evaluación de la calidad en el servicio

3.2.4. Medición de la calidad en el servicio

Modelo SERVQUAL:

Las principales razones que sitúan a una organización hacia la no calidad de los servicios son las siguientes para cada discrepancia:

Discrepancia 3:

- No están definidas de manera clara las funciones entre los empleados, inconsistencia en la tecnología, carencia de una correcta supervisión y control, ausencia de trabajo en equipo.

3.2. Evaluación de la calidad en el servicio

3.2.4. Medición de la calidad en el servicio

Modelo SERVQUAL:

Las principales razones que sitúan a una organización hacia la no calidad de los servicios son las siguientes para cada discrepancia:

Discrepancia 4:

- Carencias en la comunicación horizontal entre los diferentes departamentos así como hacia los clientes. En otras palabras la organización promete más allá de lo que esta puede ofrecer.

3.3. Gestión de Clientes Insatisfechos



3.3.1. Concepto de insatisfacción de Clientes

Es un sentimiento interior que experimenta una persona cuando siente que una realidad determinada no cumple sus expectativas.

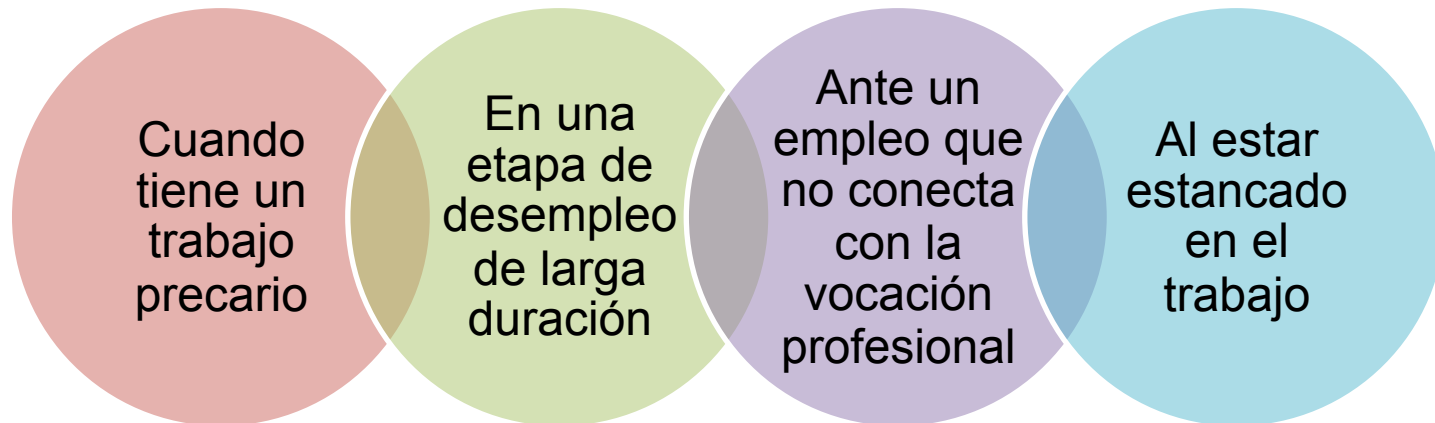
Muestra un nivel de desencanto personal producido por la frustración de que no haya cumplido un deseo determinado.

3.3. Gestión de Clientes Insatisfechos

3.3.1. Concepto de insatisfacción de Clientes

Se trata de un sentimiento muy humano que puede estar contextualizado en ámbitos muy concretos:

- Plano Laboral:

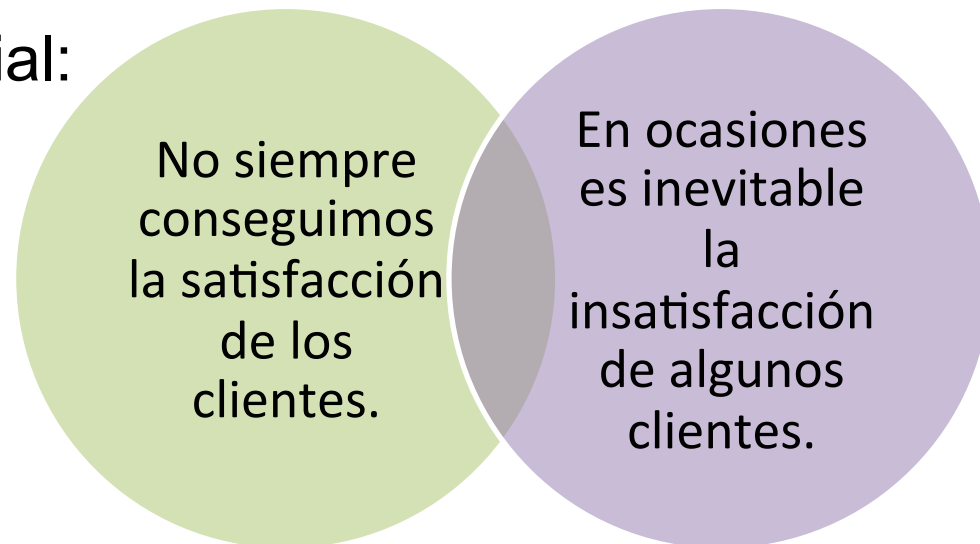


3.3. Gestión de Clientes Insatisfechos

3.3.1. Concepto de insatisfacción de Clientes

Se trata de un sentimiento muy humano que puede estar contextualizado en ámbitos muy concretos:

- Plano Comercial:



3.3. Gestión de Clientes Insatisfechos

3.3.2. Motivos de insatisfacción de Clientes

• Precio:

- Especialmente cuando se descubre un servicio similar a menor precio.
- Los cambios en los precios pueden ser causa de insatisfacción.

• Importancia psicológica:

- El consumidor considera que las prestaciones recibidas no son las adecuadas.

3.3. Gestión de Clientes Insatisfechos

3.3.2. Motivos de insatisfacción de Clientes

• Número de alternativas:

- La insatisfacción dependerá de la percepción de alternativas deseables y accesibles.
- Adquirir un producto o servicio y luego comprobar que la misma empresa y otra proporcionan lo mismo a menor precio.

3.3. Gestión de Clientes Insatisfechos

3.3.2. Motivos de insatisfacción de Clientes

- Falta de credibilidad de la fuente de información:

- La credibilidad es un factor fundamental especialmente en los servicios
- Cuando el consumidor a partir de la información recibida del vendedor espera unas ciertas condiciones o características y estas no se ven satisfechas

3.3. Gestión de Clientes Insatisfechos



3.3.3. Claves para gestionar la insatisfacción del cliente

a) Deshacerse de las prácticas no recomendadas:

Si no queremos que estos clientes insatisfechos se vayan aún más descontentos des pues de haberse quejado, y perjudique más nuestra imagen, debemos evitar los siguientes conflictos con el cliente:

3.3. Gestión de Clientes Insatisfechos

3.3.3. Claves para gestionar la insatisfacción del cliente

a) Deshacerse de las prácticas no recomendadas:

Poner en duda su palabra

Mentirle

Tratarlo como si fuese tonto

Señalarle como el responsable del error

Ser grosero con él

Disfrutar diciéndole “no”

Darle la razón ciegamente cuando critica a la empresa

3.3. Gestión de Clientes Insatisfechos



3.3.3. Claves para gestionar la insatisfacción del cliente

b) Estudiar el tipo de cliente en función de sus expectativas:

Mostrar señales de cortesía y/u ofrecer una compensación económica es un buen comienzo para buscar la satisfacción del cliente; pero no cubre todas sus expectativas puesto que cada cliente tiene las suyas.

3.3. Gestión de Clientes Insatisfechos

3.3.3. Claves para gestionar la insatisfacción del cliente

b) Estudiar el tipo de cliente en función de sus expectativas:

Podemos distinguir cuatro tipos de clientes:

• Los controladores de calidad:

- Desean hacer observaciones sobre la calidad del servicio.
- Quieren que se escuchen sus sugerencias de mejora y saber cómo se incorporarán a los servicios.

3.3. Gestión de Clientes Insatisfechos

3.3.3. Claves para gestionar la insatisfacción del cliente

b) Estudiar el tipo de cliente en función de sus expectativas:

Podemos distinguir cuatro tipos de clientes:

- El razonador:

- Estos quieren que se dé respuestas a sus preguntas, en su opinión muy relevantes para un buen servicio, que ya han comparado con la competencia.

3.3. Gestión de Clientes Insatisfechos

3.3.3. Claves para gestionar la insatisfacción del cliente

b) Estudiar el tipo de cliente en función de sus expectativas:

Podemos distinguir cuatro tipos de clientes:

- Los negociadores:

- En este caso lo que pretender es obtener una compensación económica por daños y perjuicios.

3.3. Gestión de Clientes Insatisfechos

3.3.3. Claves para gestionar la insatisfacción del cliente

b) Estudiar el tipo de cliente en función de sus expectativas:

Podemos distinguir cuatro tipos de clientes:

- Las víctimas:
 - Este tipo de clientes esperan que se nos pongamos en su lugar y entendamos cómo se han sentido, esperando una explicación al respecto. Es decir, buscan empatía.

3.3. Gestión de Clientes Insatisfechos



3.3.3. Claves para gestionar la insatisfacción del cliente

c) Método de las “4R”:

En la mayoría de las ocasiones cuando los clientes expresan su insatisfacción no lo hacen de la mejor manera posible.

Sin embargo, esto no debe impedir que los atendamos adecuadamente.

3.3. Gestión de Clientes Insatisfechos

3.3.3. Claves para gestionar la insatisfacción del cliente

c) Método de las “4R”:

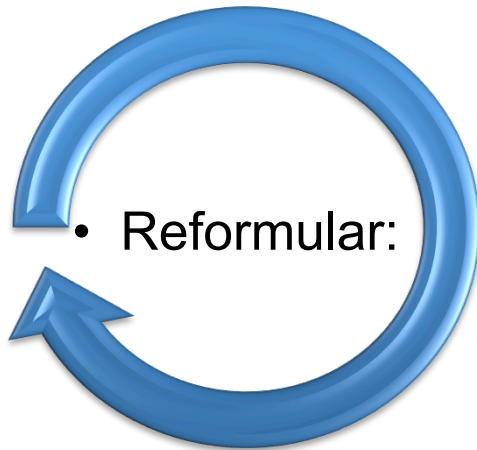


- Si se trata de una carta, hay que empezar con una frase de bienvenida y un verbo que exprese un sentimiento, si fuera necesario.
- Si es por teléfono o cara a cara, debemos recibirlo con amabilidad, nos pondremos a su disposición y preguntaremos cómo ayudarlos.

3.3. Gestión de Clientes Insatisfechos

3.3.3. Claves para gestionar la insatisfacción del cliente

c) Método de las “4R”:



- Analizar la petición del cliente
- Responder a dos preguntas fundamentales: ¿Qué sucedió? y ¿Qué esperan a cambio?
- Reformular la solicitud del cliente para mostrar al cliente que lo entendió

3.3. Gestión de Clientes Insatisfechos

3.3.3. Claves para gestionar la insatisfacción del cliente

c) Método de las “4R”:



- Responder:
- Repetir los hechos y la expectativa principal tal y como el cliente lo expresó
- Adaptar nuestras respuestas y actuaciones al perfil que pueda tener nuestro cliente

3.3. Gestión de Clientes Insatisfechos

3.3.3. Claves para gestionar la insatisfacción del cliente

c) Método de las “4R”:



• Reforzar:

- Agradecerle que le haya expresado su insatisfacción
- Asegurar al cliente que después se producirá una mejora del servicio
- Invitarlo a mantener el contacto directo contigo, como interlocutor