

Participación del cliente

Es mejor que se atiendan solos

Salí de la ciudad hace unos días a visitar a mi hermana. Entre las muchas cosas que hicimos, me invitó a comer a una taquería que le gustaba mucho. Se trataba de un lugar de mucha tradición por sus excelentes salsas. A diferencia de las taquerías en Tijuana, allá hay que pagar antes de consumir y, como es costumbre, hice la cola y pagué lo que correspondía a mi consumo. En lo que yo pagaba, mi hermana encontró un amigo suyo con el que se puso a platicar. En lo que ella terminaba su conversación, me paré frente al taquero, quien con gran habilidad servía a los clientes. Uno, tres, cinco tacos, con salsa, sin cebolla, con queso, sin queso. En fin, salían pedidos sin cesar como si fuera una máquina muy eficiente. Sorprendido por su nivel de respuesta, estuve por largo tiempo observando su habilidad para atender a los clientes. Fue cuando mi estómago me recordó a lo que habíamos ido.

Sin embargo, a pesar del largo tiempo que llevaba frente a él no me hacía caso alguno. Yo esperaba que me preguntara cómo quería mis tacos, pero ni siquiera me volteaba a ver, mucho menos preguntarme qué quería. Una vez que me di cuenta que atendió a varios clientes que habían llegado después que yo, me molesté y le llamé la atención. Algunas personas que estaban a mi lado se me quedaron viendo y notaron que venía de fuera.

Fue entonces que llegó mi hermana y me explicó que había que poner el ticket de compra frente al taquero y él entonces serviría lo que estaba anotado en el papel. Que no me iba a hacer caso porque el hecho que no pusiera el ticket significaba que aun no quería comer. Con la mirada recorrí las paredes del lugar, y en ningún lado había un letrero que me dijera cuál era el proceso que debía seguir para que me atendieran y se lo hice notar a mis hermana y al taquero, quien no le dió importancia a mi comentario y siguió metido en sus labores.

Los clientes son parte fundamental dentro del proceso de servicio. Una de las características que diferencian productos de servicios es que en un gran número de casos, son inseparables la persona que lo produce y quien lo recibe. Por ello es importante que ambas partes sepan qué deben hacer en todo momento. Por un lado, los

empleados deber estar bien capacitados técnicamente para que lo que hacen, lo hagan bien, y tengan todos los elementos para que el resultado tenga la calidad que desea ofrecer la empresa y que busca el cliente. Pero también deben de tener habilidades de relación; el que sean técnicamente capaces no garantiza que sean buenos para relacionarse con los clientes. Este manejo de las relaciones también influye en su percepción de calidad en el servicio.

Para que un servicio de alta calidad sea percibido por los clientes, es importante decirles qué deben de hacer durante el proceso de prestación de servicio. En este caso, la taquería daba por hecho que su clientela ya sabía de antemano lo que debía hacer para recibir el servicio. Como yo no había ido anteriormente, no entendí cuáles eran los procesos y, como consecuencia, tengo la idea que el servicio tuvo graves fallas; me pareció que su atención es pésima. Técnicamente hablando, la comida fue excelente, pero en términos de relación, ni la empresa, ni los empleados supieron manejarla.

A los clientes no nos gustan las sorpresas. Lo que queremos los clientes es que las empresas tengan la capacidad técnica de ofrecernos lo que queremos y que nos traten bien. Pero además de ello la empresa debe asegurarse que el cliente sabe lo que tiene que hacer. Imaginemos que el servicio que ofrece la empresa es como una obra de teatro donde todos tienen un guión y una historia. El cajero cumple su rol como personaje de la misma forma que el taquero y el personal de mantenimiento.

Así como el personal tiene claro que va a hacer durante la obra de teatro, debemos de asegurarnos que el cliente conoce su guión.