

¿Trabaja aquí?

La imagen de los empleados

En alguna ocasión fui a una cita de negocios en un restaurante, donde nos quedamos de ver varias personas para tratar un asunto de capacitación para una empresa muy grande. Se trataba de un buen lugar, desde que llegamos nos atendió el valet parking y una hostess muy bien vestida nos condujo al bar a fin de esperar que nos asignaran una mesa. Posteriormente el capitán de meseros nos ubicó en una mesa bien montada donde disfrutamos de una excelente comida. Tanto el mesero como su ayudante fueron muy amables y el servicio fue adecuado a la imagen del lugar y el costo. Nada en especial, todo estuvo conforme a lo que esperamos.

Sin embargo, hacia el final de la comida, sin mayor preámbulo se acerca un desconocido. Nos hace plática sobre el lugar, qué opinábamos de la decoración y particularmente le interesaba saber la calidad del servicio que acabábamos de recibir. Se trataba de alguien vestido informalmente, de buena apariencia, pero que no dejaba en claro qué tenía que ver con el establecimiento. En ese momento no sabíamos si era otro cliente, que por su aburrimiento se acercó para que alguien le hiciera caso o si era alguien que entró en el lugar por algún extraño motivo particular. De hecho se cortó la conversación entre nosotros y empezamos a hacer comentarios con mucha cautela, porque no sabíamos cuáles eran sus intenciones.

Un poco consternado, pensando que era otro cliente, le pregunté cuál era la razón por la que estaba en el restaurante. La respuesta que obtuve fué la que menos esperaba; resultó que era el gerente del establecimiento y, como era su costumbre, buscaba mejorar sus relaciones con los clientes sentándose a platicar un rato en sus

mesas. Una vez relajados, continuamos con nuestra plática.

Este es un ejemplo simple, pero muy claro de algo que los clientes queremos: las empresas deben cubrir lo que se llama necesidad de “identificación” ante sus consumidores. Los clientes queremos saber quién pertenece a la empresa y quién no lo hace. Queremos tener claro con quién dirigirnos para resolver nuestras necesidades. En otro orden de ideas, pero que está relacionado con el tema, piense por un segundo, ¿cuántas veces ha dejado de comprar algo porque no tiene etiquetado el precio? No es raro que busquemos un empleado dentro una tienda quien resuelva una duda y a fin de cuentas resulta que era el muchacho de pantalón de mezclilla que estaba paseándose por los pasillos.

En fin, los clientes tenemos necesitamos saber muchas cosas del producto y del servicio que ofrece la empresa, que se enmarcan dentro de éste concepto de identificación. Debido a la importancia que conlleva, es importante tener una estrategia clara en éste sentido.

No solamente el tener uniformado al personal ayuda al cliente a identificar con quién dirigirse; el hecho de que haya diferencias visibles en su imagen personal también ayuda a entender los rangos y jerarquías dentro de la empresa. Con ello no solamente fortalecemos nuestra imagen ante el cliente, internamente funciona como las insignias militares. En el ejército, los soldados saben como dirigir sus problemas y a quién hacer caso ante una solicitud de un superior.