

CLIENTE MISTERIOSO (COMO PERCIBE EL CLIENTE EL SERVICIO)

LA EMPRESA Y SUS SERVICIOS

Las empresas a la hora de dar un servicio y posteriormente valorarlo, deberían de tener en cuenta la valoración del cliente. La valoración propia, será siempre muy subjetiva. Alejándose de la percepción real de lo que ha percibido el cliente. Esta valoración debe ser siempre objetiva. Es decir, para que sea lo más fiable posible a la percepción final que recibe el cliente, debe de ser éste quien valore el servicio y no la propia empresa.

La valoración subjetiva, realizada por la propia empresa, no es fiable ya que todos sabemos que los empleados trabajan mucho mejor si saben que los gerentes o jefes de sección están cerca. Si se sienten observados, quieren causar una buena imagen hacia sus superiores. Pero, ¿Qué pasa cuando sus superiores no les ven?, ¿Cómo realizan su trabajo?, ¿Lo hacen igual de bien?, ¿O por lo contrario se relajan y les da igual quedar bien o mal con el cliente? El “Cliente Misterioso”

permitirá responder a las siguientes preguntas claves tales como ¿Mejorando la atención comercial que ofrece mi empresa podría vender más y/o a un precio más elevado, o podría ampliar la cartera de clientes?, ¿Cómo estoy atendiendo a mis clientes?, ¿Están mis clientes satisfechos con el servicio recibido?, etc.



Estas preguntas son muy comunes para todos los responsables de las empresas, y algunas de las respuestas se pueden encontrar en los cuestionarios de satisfacción, en las reclamaciones, en las quejas, en las sugerencias, etc. Pero la percepción real de cómo dan el servicio no queda nada claro. La ventaja del “Cliente Misterioso” estriba en que ofrece una información que ninguna otra herramienta de análisis es capaz de conseguir. Por ejemplo, para la mayoría



de hoteles, restaurantes, bares... es muy importante que los camareros no cojan mucha confianza con los clientes, ya que puede dar una imagen poco profesional (como podemos ver en la foto de la izquierda), al mismo tiempo que esta afinidad puede llevarle a no cobrar alguna que otra consumición y esto para la empresa a final de año se traduce en pérdidas. Pero está claro que los clientes no se quejaron de que el camarero les ha invitado a algunas consumiciones, por lo tanto queda fuera del control de la empresa, y al mismo tiempo queda muy lejos de la imagen que quiere transmitir la empresa a sus clientes. Para que la empresa sepa perfectamente cómo trabajan todos sus trabajadores y como perciben sus servicios todos sus clientes, ofrecemos el servicio del “Cliente Misterioso”.

EL CLIENTE MISTERIOSO

La aplicación de la técnica de marketing del “Cliente Misterioso”, consiste en la visita de manera anónima e incógnita a los establecimientos. Comportándose como un cliente más, realizando compras y contratando servicios, o únicamente solicitando información sobre alguna cuestión. En esa visita al establecimiento se evalúa el proceso de venta, la calidad de servicio ofrecida, el grado de conocimiento sobre el producto o servicio, la formación de los empleados, las actitudes, la limpieza y otros aspectos.



La evaluación pretende que la dirección tenga conocimiento de la atención comercial que se ofrece a los clientes finales, en el momento que se relacionan con la empresa. Ya sea telefónica, on-line o presencialmente. Se transcribe la información obtenida y se redacta un informe detallado con pautas para paliar las deficiencias detectadas. Pero también se describen los aspectos positivos del servicio, que sirve para potenciar las áreas que aportan ventajas competitivas a la empresa. Actualmente la calidad del servicio marca la diferencia entre las empresas que actúan en sectores con una fuerte competencia, como es el sector turístico.

El Cliente Misterioso, ayudará a la empresa a hacer una foto real del servicio que presta a sus clientes. De esta manera la empresa será consciente de la situación real que vive, ya que muchas veces se pasan por alto muchas cosas, debido a que los responsables no pueden estar todos los días en todas partes, ejemplos de mal servicio encontrados son:

- Zonas comunes sucias
- Baños deteriorados
- Higiene personal descuidada
- Señalizaciones incorrectas
- Personal antipático
- Mala atención al cliente
- Retrasos en el servicio
- Comida en mal estado
- Etc.



Es muy importante saber en todo momento que es lo que deben los clientes percibir de nuestro servicio, y que es lo que realmente perciben. Porque si encontramos alguna desviación en ello, habrá que solucionarla lo antes posible. Hoy en día no basta con captar clientes, es imprescindible fidelizarlos y el “Cliente Misterioso” es una herramienta muy útil para conseguirlo.

¿PORQUE CONTRATAR AL CLIENTE MISTERIOSO?

- Permite conocer de primera mano las impresiones de sus clientes
- Reduce quejas y reclamaciones
- Optimiza la atención al cliente
- Detecta los fallos en el servicio
- Detecta los factores positivos destacables
- Fortalece la fidelización de su empresa
- Identifica oportunidades de Marketing
- Mide planes de formación profesional
- Seguimiento de campañas y promociones
- Mejora de los servicios ofertados
- Permite saber que servicios y que precios ofrece su competencia
- Proporciona una percepción real del servicio que se ofrece



¿Quién no es capaz de reconocer una sonrisa de bienvenida al entrar en una tienda, o una dosis de cordialidad en la despedida? La diferencia entre un "¿qué quieres?" y un "hola buenos días, mi nombre es María, ¿que desea?" puede marcar la diferencia para que el cliente vuelva, o no. Aproximadamente, el 60% de las decisiones finales de compra se producen en el propio punto de venta. Factores como el saludo de bienvenida de los vendedores, su actitud hacia el cliente (amabilidad e interés por sus necesidades) y su capacidad de mostrar profesionalidad y conocimiento del producto con el que trabajan, son aspectos claves a la hora de conseguir que esa venta se produzca finalmente con éxito. El cliente satisfecho comunica a otros clientes sus experiencias positivas con el establecimiento, convirtiéndose en una fuente de publicidad gratuita.

En un mundo como el actual, en el que la calidad está a la orden del día y es necesario destacar por un buen servicio, las empresas no pueden permitirse fallos en la atención al público. Porque afectan tanto al volumen de ventas, como a la imagen de la empresa.

Cuando las visitas del "Cliente Misterioso" no se limitan a la propia empresa y se realizan también en establecimientos de la competencia, la información obtenida sirve para hacer comparativas y dar respuesta a las preguntas ¿por qué es mejor mi competidor? ¿por qué vende más? ¿por qué tiene más prestigio que yo? ¿qué precios y descuentos manejan?

Es la herramienta más idónea para evaluar el nivel de satisfacción del cliente.



¿ PORQUE ELEGIR A ISQ-TURISTICA ?

- ISQ-Turística, a diferencia de otras empresas consultoras de calidad que implantan sistemas de forma general en todos los sectores. Nosotros sólo nos dedicamos al Sector Turístico Balear, con el que estamos especializados y conocemos a la perfección.
- ISQ-Turística trata a cada cliente de forma personalizada y con total confidencialidad, cumpliendo escrupulosamente con la La Ley Orgánica, 15/1999 de 13 de diciembre, de Protección de Datos de Carácter Personal.
- ISQ-Turística se adapta a los horarios y a la disponibilidad de los clientes, para que éstos no dejen paralizada su actividad de negocio.
- ISQ-Turística se diferencia por la sencillez de sus manuales y por una atención continua y permanente con sus clientes.
- ISQ-Turística es la primera consultora LOW-COST en las Islas Baleares.
- ISQ-Turística dispone de la posibilidad de implantar sistemas de calidad ON-LINE a través de una plataforma accesible vía web.
- ISQ-Turística GARANTIZA la CERTIFICACIÓN a todos sus clientes.

