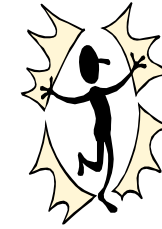




El Cliente Incógnito®

.. Análisis de la calidad de servicio que los clientes perciben que les estamos dando. Enumeramos las fortalezas y las áreas de mejora, para prestar el servicio deseado.

.. *Nuestros informes individuales han permitido integrar el cliente incógnito como parte del variable en el sueldo del personal.*



Coaching a Directivos:

.. Consultoría a medida en el sector servicios sobre políticas de atención al cliente, recursos humanos y procedimientos de atención al cliente.
.. Club de Calidad **“El Poder del Cliente”**. Olvídense de todo, nosotros nos encargamos de que su servicio al cliente sea excelente.



Ayudamos desde 1995 al sector servicios a orientarse a sus clientes.

Formación Práctica:

.. Nuestra formación es 100% práctica y orientada al día a día. Por ella han pasado más de 1300 profesionales -Directivos, mandos medios,...-

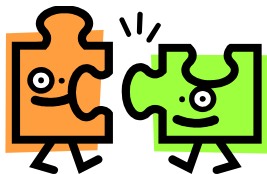
.. *El objetivo de nuestra formación es que sea divertida, práctica y transferible de forma inmediata al puesto de trabajo.*

Herramientas de Gestión:

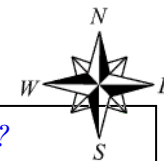
.. Manuales operativos: de Bienvenida, de Atención al Cliente, de Solución de Problemas.

.. Herramientas de Calidad:

- ✓ Guiones de atención al cliente
- ✓ Fichas de los momentos de la verdad en atención al cliente.
- ✓ Frases para reflexionar.



Apuntes del Cliente Incógnito®



¿Qué es el Cliente Incógnito®?

.. Es una herramienta de gestión para la Dirección. Clientes “normales”, expertos en calidad de servicio, viven la experiencia del servicio en su hotel como un cliente más. Durante la auditoría recogen de forma aséptica en un informe, todo lo que sucede con ellos y con otros clientes.



¿Quién lo utiliza?

.. Aquellas empresas que quieren mejorar, que quieren orientarse al cliente como forma de diferenciarse de la enorme competencia que se está viviendo y que se va a vivir.
.. Especialmente en época de crisis aquellos negocios que tienen como objetivo prioritario evitar la pérdida de clientes. De esta forma ajustan sus procedimientos internos a las expectativas de los clientes actuales.

¿Para qué sirve?

- 1.- Conocer cómo perciben el negocio nuestros clientes.
- 2.- Verificar que las indicaciones de la Dirección se cumplen.
- 3.- Tener información actualizada de forma periódica sobre el desempeño del personal.
- 4.- Fijar una retribución variable en función de la calidad de servicio que preste el personal.
- 5.- Que todo el personal se vea reflejado en los ojos del cliente.
- 6.- Motivar al personal a orientarse al cliente.
- 7.- Indicar a cada empleado sus puntos fuertes en atención al cliente, así como aquellas áreas que debe mejorar.
- 8.- Revisar y adaptar al cliente, los diferentes procedimientos de atención al cliente, atención de quejas y reclamaciones, facturación,...
- 9.- Detectar fallos de facturación.
- 10.- Diseñar cursos a medida de atención al cliente.
- 11.- Para eliminar los “desprecios mal disimulados” del personal hacia los clientes.

¿Cómo utilizar las auditorías?

.. Las auditorías de **Clientes Incógnito®** funcionan como una brújula, en ella se nos indican las áreas positivas – aquello en lo que destacamos -, así como las áreas a mejorar

.. El proceso de **Clientes Incógnito®** se compone de 3 fases:

- 1.- Confidencialidad / Diagnóstico: durante las primeras auditorías el personal desconoce que se le audita. El objetivo es conocer la realidad del negocio, sin ningún tipo de distorsión.
- 2.- Actuación: Después de las primeras auditorías se comunica al personal la realización de las mismas y se diseña un plan de acción para mejorar las deficiencias detectadas.
- 3.- Seguimiento: en esta fase se comprueba si las acciones realizadas por la Dirección (creación de manuales de atención al cliente, cursos de formación, reuniones del personal,...) están siendo percibidas por los clientes.

“Si tras leer la auditoría, no se hace nada, todo seguirá igual”

Factores de Éxito:

- ✓ El compromiso de la Dirección a implantar mejoras una vez recibidas las auditorías, es esencial.
- ✓ Curiosamente los negocios que son auditados con más frecuencia, son los que más puntos mejoran.
- ✓ Es imprescindible ver la auditoría desde el punto de vista del cliente y no desde la problemática interna.
- ✓ Las mejoras implantadas tienen un impacto a medio plazo (entorno a 6 meses) en incrementos de facturación y en la fidelización de los clientes.

✓ Desaparecen comportamientos como:

- .. Retrasos en la atención al cliente por dar prioridad a gestiones internas.
- .. Actitudes pasivas del personal ante las preguntas o peticiones de los clientes.
- .. Que el personal charle dentro del almacén, cocina,.. dejando desatendida la zona de los clientes. O incluso que escuche y vea partidos de fútbol (en hostelería).
- .. Contestaciones fuera de tono y malas caras.
- .. Las tertulias del personal del personal delante de los clientes, y un largo etc.

✓ Se mejoran áreas de negocio como por ejemplo:

- ✓ El servicio de buffet de un hotel ha mejorado de 63,1 a 90,9 en 5 años.
- ✓ El servicio de cafetería ha pasado de una valoración de 59,0 puntos sobre 100 a 92,60. En un periodo de 3 años.
- ✓ El room service del hotel ha subido de 52,9 a 87,3 en 4 años.
- ✓ Todas estas mejoras se consiguen realizando entre 2 y 3 auditorías anuales al hotel desde el año 2002.