

Las quejas: un regalo del cielo

Por: Ángel Muñoz

Propietario [Restaurante Ardeola](#)

Docente en el IES San Marcos (Icod de los Vinos)

Profesor de sumillería en el CDTCA (Adeje)

Normalmente la gente cree que las quejas de los clientes son perjudiciales para su empresa. Por el contrario, las quejas son una herramienta de crecimiento.

El peor error que puede cometer una empresa es pensar que mientras menos quejas, mejor.

Las empresas turísticas y otras empresas que no están centradas en el cliente, se esfuerzan en ignorar las quejas. Al hacer esto, están fortaleciendo el marketing de la competencia.

Una reducción de las quejas no significa que los clientes están satisfechos. Como decía **Kotler**, si no hay quejas, hay que salir a descubrirlas porque siempre hay. Cuando el cliente no se queja, generalmente se pasa a la competencia.

Si uno se limita a preguntarle al cliente ¿le gustó?, el cliente siente que no hay interés en conocer su opinión. y para salir del paso, dirá que sí.

En lugar de preguntas cerradas de si o no, hay que mejorar la calidad de la pregunta. Las preguntas del tiempo ¿Le ha gustado?, el cliente las interpreta como puro formalismo.

Hay preguntas muy sencillas pero de alta calidad. Por ejemplo, preguntarle al cliente ¿qué cosa le ha faltado para que nos diera un diez? hará que el cliente siente que su opinión es importante. Y en consecuencia, dará su opinión sincera.

¿Cómo gestionar correctamente las quejas?

Discúlpese con rapidez. Una disculpa al principio puede ayudar a conservar clientes.

Confié en el cliente. Hay que confiar en nuestros clientes. Es cierto que una pequeña parte de los clientes son deshonestos y tratarán de aprovecharse. Por eso, algunas empresas tratan las reclamaciones con recelo y de esta forma, ofenden a la mayoría de la clientela que es totalmente honesta. Si queremos a nuestros clientes, tenemos que confiar en lo que dicen.

Nunca contradiga al cliente. Una discusión con un cliente nunca se gana. Siempre perdemos, porque si ganamos la discusión, perdemos al cliente. El cliente ES EL REY; es una regla de oro en el mundo comercial. La idea de que nunca debe contradecir al cliente es una regla extraordinariamente útil y si lo contradice, lo perderá. Los clientes puede que no tengan siempre la razón; pero nunca obtendremos ningún beneficio diciéndoles que están equivocados. No nos perdonarán nunca que les hayamos contradicho.

Acepte la responsabilidad. Con frecuencia sus clientes tendrán algún problema causado por otra persona. Esto sucede a menudo en el turismo, donde el cliente debe pasar por muchas manos. Sin embargo, debemos aceptar que el problema de un cliente siempre es nuestro y, por lo tanto, no le debemos pasar el problema a otra persona. Recuerde que nada molesta más al cliente que tener que ir de una persona a otra. Intente asegurarse de que el cliente reclame una sola vez, ya que si tiene que repetir su queja, su descontento crecerá. A veces el problema surge pero la culpa no la tiene nadie. Aún así no se debe eludir. El hecho de que un cliente tenga un problema es razón suficiente para aceptar la responsabilidad e intentar solucionarlo.

Solucione la reclamación con rapidez. Una insatisfacción es una molestia que se comenta con los demás repetidamente hasta que se soluciona. Así que, hasta que la reclamación no se resuelva, el cliente hablará con frecuencia del problema a

otras personas. Mire su forma de actuar y observe cuánto tiempo transcurre desde que el cliente se queja hasta que el problema está resuelto. Propóngase reducir este tiempo al mínimo.

Sobre todo, indique que acepta de buena gana las reclamaciones. A la larga, la mejor forma para demostrar que se acogen muy bien las quejas es sabiéndolas tratar. Es recomendable que cuando se establezca un sistema para atender las reclamaciones, esto debe comunicarse a los clientes. Asegúrese de que todo el mundo sabe que acepta las quejas como un medio para mejorar su servicio. Si los clientes perciben una reacción negativa en usted, nadie podrá convencerles de que usted acepta las quejas.

Finalmente, asegúrese de agradecerles a sus clientes por los comentarios, las sugerencias y por la quejas. Si se desarrolla una actitud correcta ante las críticas, acabaremos agradeciéndoselo. Exprese ese agrado y explíqueles por qué se toma tan en serio las quejas que ellos han expresado.

Ya lo dicen los grandes expertos: En resumidas cuentas, para una empresa que quiere crecer, una queja es un regalo.