

15 cosas que molestan al cliente del taller

- **Mantener contento al cliente es un objetivo complejo pero alcanzable**
- **Evitar las malas prácticas conseguirá fidelizar al cliente**
- **De ello depende en muchos casos el éxito del negocio**

Madrid, a 17 de enero de 2018. La satisfacción total del cliente es no es un objetivo fácil de conseguir. Son muchos los factores que influirán en la formación de una opinión acerca de un negocio, y todos los detalles son relevantes. Desde Elige calidad, elige confianza hemos enumerado una serie de puntos que pueden molestar a los clientes y medidas correctivas para hacer de tu negocio su taller de confianza:

1. **La espera.** Todos tenemos mucho que hacer y a nadie le gusta que le hagan esperar. Si tienes mucho trabajo, acércate al cliente y pídele un poco de paciencia, pero no dejes opción a que se sienta ignorado o invisible. Si te es imposible atenderle, pídele amablemente que vuelva en otro momento del día si tiene ocasión.
2. **Trato poco amable.** Muchas veces las peores percepciones vienen causadas por una predisposición negativa de los trabajadores del negocio. Atiende a tus clientes de forma agradable y respondiendo a sus demandas. Si tienes un mal día, ellos no tienen por qué sufrirlo. Conciencia a todo el personal para que muestre un trato cercano.
3. **Información poco clara.** Explica a tus clientes cuál es el problema que tiene su coche, qué reparación tendrás que hacer y cómo afectará a su uso del vehículo y a su bolsillo. Y hazlo de forma que puedan entenderte, no utilices un lenguaje demasiado técnico. Piensa que tu papel como prescriptor depende de la seguridad que consigas generar en el cliente. Si te ganas su confianza, volverá a acudir a ti en el futuro.
4. **Desconocimiento de los productos.** La persona que atiende a los clientes debe estar suficientemente preparada para resolver sus dudas. Debe conocer todos los detalles de los productos que ofrece y saber distinguir por qué una opción es mejor que otra. De lo contrario, puede generar desconfianza.
5. **Servicio poco profesional.** Instaure unos procedimientos que doten de profesionalidad y prestigio el servicio que ofrece tu taller. Establece unos periodos de descanso para que los trabajadores puedan almorzar y relajarse fuera de las instalaciones y no a la vista de los clientes. Genera y entrega de forma ordenada toda la documentación que solicite tu cliente sobre su reparación.
6. **Falta de stock.** No siempre es posible disponer de todos los repuestos necesarios en el taller por falta de espacio de almacenamiento, pero es importante hacer una buena previsión. Intenta hacerte con los repuestos que más vas a necesitar en función de la estacionalidad. Por ejemplo, en invierno, seguramente recibirás más averías de la batería, mientras que, en verano, no debes quedarte sin gas refrigerante.

Una iniciativa promovida por





7. **Retraso en la entrega.** Muchas personas dependen de su coche en sus actividades cotidianas y estar sin él supone un verdadero problema. Si por uno u otro imprevisto la entrega se va a retrasar respecto a la fecha acordada, avisa a tu cliente para que busque una alternativa.
8. **Desperfectos en el vehículo.** Lo último que un cliente espera encontrar cuando recoge su coche del taller son desperfectos que no tuviera al entregarlo. Si por accidente se ha originado algún daño en el transcurso de la reparación, asume la responsabilidad e intenta enmendar el perjuicio causado.
9. **Precio por encima del acordado.** Es posible que, al efectuar la reparación, detectes daños que no habías previsto y que podrían encarecer la factura. Es importante que en estos casos pongas en sobreaviso al cliente y no realices ninguna reparación a la que él no te haya autorizado. Una vez aprobado el presupuesto, solo podrás incrementarlo con su consentimiento.
10. **Aspecto descuidado del local.** El taller siempre debe estar ordenado, limpio y recogido. Devuelve las herramientas a su sitio cuando las hayas utilizado, deshazte de las cajas y residuos generados, ten las estanterías ordenadas y evita que se vean vacías, mantén despejadas las zonas de paso... Aparte de que facilitará el trabajo del personal, dará una imagen de profesionalidad ante los usuarios.
11. **Ambiente desagradable.** Las percepciones sensoriales también son un punto importante a tener en cuenta. Los malos olores, el frío o el calor, la falta de ventilación, el exceso de ruidos o la iluminación insuficiente pueden hacer incómoda la estancia del cliente en tu taller, por lo que deberás minimizarlo cuanto puedas.
12. **Mala predisposición en el servicio de posventa.** La experiencia de tus clientes no termina cuando el coche sale del taller. A veces la reparación no es efectiva, la pieza da problemas o la avería permanece. Es tu obligación como profesional atender estos contratiempos y dar respuesta a tu cliente. Si debes recurrir a la garantía de las piezas, asegúrate de explicárselo todo correctamente para aportarle tranquilidad. Para minimizar estos problemas, utiliza siempre recambios de calidad y confianza.
13. **No encontrar información sobre el negocio.** Hazte visible a tus clientes, utiliza las herramientas online para ofrecer toda la información que puedan necesitar: ubicación, horarios, datos de contacto, servicios y especialidades, etc. Muchas veces la decisión de ir a un taller o a otro depende de las facilidades que ofrezcamos a nuestros clientes para acceder a nuestros servicios, no perdamos una oportunidad de venta por una mala disposición de la información. Ten al día tu web, tus perfiles en redes sociales y tu página de Google My Business.
14. **Realizar comunicaciones molestas.** Del mismo modo que en el apartado anterior, haz un uso correcto de tus canales de comunicación ofreciendo contenidos de interés para tus clientes. Acude a temáticas variadas, ofrece consejos, promociones, curiosidades... Así evitarás resultar repetitivo o intrusivo.
15. **No estar accesible por internet.** Si un cliente se dirige a ti a través de un canal online, lo menos que cabe esperar es una respuesta por tu parte. Tanto si es una opinión, una consulta o una reseña, ya que se ha tomado la molestia de hablarte, contéstale y atiende sus demandas.

Una iniciativa promovida por





Elige calidad, elige confianza

Campaña liderada por ATE, BOSCH, BREMBO, DAYCO, GATES, HELLA, KYB, MAGNETI MARELLI, MANN-FILTER, NTN-SNR, PHILIPS, SKF, TEXTAR, TRW, VALEO, VARTA, VDO y ZF, con el principal objetivo de concienciar a los usuarios y talleres multimarca de que las marcas fabricantes de primer nivel ofrecen, no sólo la más amplia gama de productos para el automóvil y el vehículo industrial, sino también apoyo en formación y soporte técnico permanente, cobertura global con independencia del territorio o tipo de vehículo y la garantía de que detrás de cada pieza está el mayor y más cualificado grupo de expertos. Esta iniciativa está coordinada por SERNAUTO, la Asociación Española de Fabricantes de Equipos y Componentes para Automoción. Para más información, www.recambiosdeconfianza.com

Prisma

Prisma es una agencia de comunicación y publicidad integrada perteneciente a MIG España. Nuestro modelo se inspira en la resolución de los problemas de comunicación y negocio de marcas e instituciones con una perspectiva global e integrada, contribuyendo a construir relaciones positivas, rentables, sostenidas y sostenibles con sus grupos de interés.

Una iniciativa promovida por

