



AFTERMARKET



#TALLERESORIGINALES

CONSEJOS ORIGINALES PARA AYUDAR A TU NEGOCIO

IDEAS PARA PROVEER
UN EXCELENTE SERVICIO
AL CLIENTE

C O N T E N T S

3

Introducción

4

¿Qué significa el servicio al cliente dentro de un entorno de taller de trabajo?

6

El comienzo perfecto de la experiencia del cliente

7

10 consejos para mantener la calma y controlar el estrés en tu taller

9

¿Has recibido una mala reseña sobre tu negocio? Cómo lidiar con comentarios negativos en las redes sociales

12

¿Proveer un servicio excelente al cliente en mi taller aumentará la rentabilidad de mi negocio?

14

Cómo crear una cultura de servicio al cliente en su taller

16

7 señales de un mal servicio al cliente y cómo evitarlas

18

Mejora el servicio al cliente mediante el desarrollo de la capacidad de recuperación emocional en tu taller

20

Cinco habilidades en el servicio al cliente que necesita cualquier mecánico

21

Ejemplos de un excelente servicio al cliente

23

10 consejos para generar lealtad en los clientes y hacer que regresen

INTRODUCCIÓN

Este libro electrónico analiza una serie de problemas de servicio al cliente que son comunes en los negocios de talleres. Si tienes dudas o tienes un problema de servicio al cliente, o si simplemente deseas ver cómo puedes tener la ventaja competitiva, es probable que encuentres respuestas e inspiración en este libro.

Aquí te indicamos consejos para manejar el estrés, lidiar con malas reseñas, clientes difíciles, todo está aquí. Todo está probado y comprobado, también. Entendemos el negocio de los talleres porque hablamos todos los días con los mecánicos y propietarios de talleres; muchas de las ideas de éste libro están tomadas de conversaciones que hemos escuchado y comentarios que hemos leído. Échale un vistazo, estamos seguros de que encontrarás algunas buenas ideas que funcionarán para ti.

¿QUÉ SIGNIFICA EL SERVICIO AL CLIENTE DENTRO DE UN ENTORNO DE TALLER DE TRABAJO?

Piensa en cómo te sientes cuando recibes el mejor servicio al cliente. Te sientes como si te trataran con respeto, que las personas con las que estás hablando realmente te quieren ayudar y que les gusta lo que hacen.

¿Acaso esto se basa únicamente en sentido común? ¿Será que es algo fácil, algo en lo que ni siquiera tienes que pensar? Obviamente no lo es, porque todos podemos pensar en ocasiones en las que no estuvimos satisfechos. ¿Seguimos volviendo a un lugar en el que no hemos sido bien tratados? Lo más probable es que nos hayamos ido a otro lado y nunca más utilizemos ese servicio que nos resultó insatisfactorio.

Tu taller necesita tener un buen servicio al cliente todo el tiempo, porque necesitas retener a tus clientes y ganar siempre clientes nuevos para mantener tu negocio fuerte.



Aquí te indicamos diez estadísticas recientes que muestran cuán importante es el servicio al cliente:

¿SABÍAS QUE...?

El **68%** de los clientes indica que han cambiado de proveedor de servicios debido a un mal servicio al cliente. – Accenture

El **59%** de las personas de 25 a 34 años suelen compartir en línea sus malas experiencias de servicio al cliente. – New Voice Media

El **95%** de los clientes insatisfechos suelen contarles a otros sobre su mala experiencia. – Zendesk

Maximizar la experiencia de los clientes tiene el potencial no solo de aumentar su satisfacción del cliente en un **20%**, sino que también puede aumentar los ingresos hasta en un **15%** y reducir el coste de servicio hasta en un **20%**. – McKinsey

Los líderes en cuanto a experiencia del cliente, tienen más de un **16%** de ventaja sobre la competencia en cuanto a la disposición a comprar, la renuncia a cambiar de marca y la probabilidad de recomendar a sus amigos o seres queridos. – Temkin Group

El **76%** de los consumidores indican que ven el servicio al cliente como la verdadera prueba de cuánto los valora una empresa. – Aspect

Los clientes que tienen experiencias positivas de atención al cliente en las redes sociales tienen casi 3 veces más probabilidades de recomendar una marca. – Harvard Business Review

El **60%** de los consumidores del Reino Unido prefieren un equilibrio entre precio y servicio, y no aceptarán bajos niveles de servicio a cambio de un producto de menor precio. – UKCSI

El **97%** de los consumidores globales dice que el servicio al cliente es muy importante, o al menos es un factor importante en su elección y lealtad a una marca. – Parature

El **60%** de los consumidores tienen mayores expectativas de servicio al cliente ahora que hace un año. – Parature



EL ENTORNO DEL TALLER

Aquí te mostramos una lista de cosas que son valoradas y apreciadas por el cliente. Es posible que no sean posibles de llevar a cabo por ti o tu empresa, pero son un buen objetivo al que aspirar.

- Una sala de espera cómoda, limpia y espaciosa con muchos asientos
- Revistas y periódicos. Revistas de automóviles para clientes interesados en automóviles, revistas de estilo de vida para aquellos que no lo son, y cómics para mantener a los niños ocupados para que los padres puedan concentrarse.
- Café y té gratis y tal vez un refrigerador provisto de bebidas frías
- Wi-Fi gratis
- Un televisor para mirar mientras el cliente espera

EL TRABAJO

Lo que los clientes quieren por encima de todo es sentir que te preocupa que su automóvil funcione en buenas condiciones, seguras, por encima de maximizar tus ganancias. Las ganancias, por supuesto, son importantes y son lo que mantiene vivo a tu negocio, pero un servicio de confianza vale más a largo plazo que un rendimiento monetario más alto en el corto plazo.

Nunca trates de vender partes o piezas más caras que realmente no necesiten ser reemplazadas, pero de todas formas, siempre ofrece opciones de reemplazo que podrían ser necesarias pronto, ya que puede hacer que esta visita al taller sea más eficiente y rentable para el cliente.

INTERACCIÓN CON EL CLIENTE

Lo que también importa es la manera en que saludas al cliente. Si te diriges al cliente de forma amable, le das la mano, los tratas de Sr., Sra. o Señorita X, esto causa una gran impresión y presenta a tu taller como un negocio altamente profesional. Tu cliente sentirá que si tienes este detalle en el servicio al cliente, también cuidarás bien de su vehículo.

Lo mismo aplica para quien contesta el teléfono o se sienta en la recepción. Si esta persona puede recordar a los clientes habituales y se interesa por sus vidas, incluso con un simple "Hola, ¿cómo le ha ido desde que nos visitó?"; puede causar una impresión muy positiva. De hecho, no hay ninguna razón para que no se aliente a todo el equipo a hacer esto cuando sea apropiado.

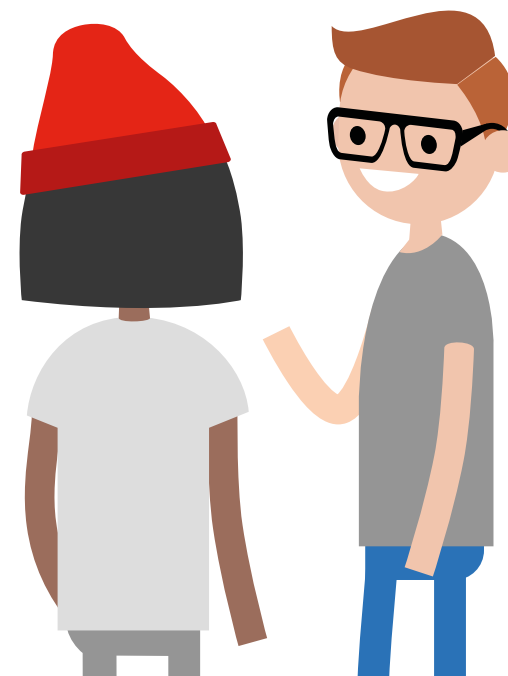
Esta imagen amigable y atenta puede mejorarse en línea. Un sitio web que muestra imágenes y nombres de miembros del equipo demuestra que es un negocio honesto y abierto: si puedes agregar testimonios de clientes, tienes un sitio web que no solo actúa como una guía de tus servicios sino también como una herramienta promocional que reafirma y atrae a los viejos y nuevos clientes por igual.

Hoy en día es una verdad ineludible que las personas te juzgan en línea antes de juzgarte presencialmente. Por eso una imagen en línea adecuada es la clave para una primera gran impresión.

Después de que el cliente haya dejado el vehículo y hayas evaluado su condición, llámalo para explicarle el trabajo que debes realizar y vuelve a verificar que el cliente esté contento de que continúes. Esta es una excelente manera

de asegurarles que tu principal preocupación es brindarles un buen servicio. Sigue así hasta el final del trabajo, al reunirte con los clientes en el taller para que reviséis juntos todo lo que se ha llevado a cabo. Puedes pensar que todo esto es bastante normal, sin embargo, muchas empresas ignoran este tipo de consejos, pensando que todo sucederá naturalmente. Pero esta es tu oportunidad. Puedes conseguir la ventaja por encima de tus competidores y destacarte al hacer cosas aparentemente simples pero importantes y efectivas. Pregúntate a ti mismo: ¿con qué frecuencia has recibido un excelente servicio recientemente? ¿Un buen servicio que le has contado a otros? ¿O has escrito una reseña? No es algo frecuente, y es por eso que cuando lo experimentas, realmente hace la diferencia.

Haz que el excelente servicio al cliente sea una prioridad para tu negocio y tus clientes lo notarán.





EL COMIENZO PERFECTO DE LA EXPERIENCIA DEL CLIENTE

01 - UNA CALUROSA BIENVENIDA

Ofrezca al cliente una recepción cómoda, limpia y ordenada, atendida por personal amable. Así transmitirá a sus clientes su profesionalidad y su rigor en el trabajo. Algunas opciones para amenizar la espera del cliente pueden ser una televisión, bebidas calientes de cortesía, agua y Wi-Fi gratuita.



02 - PREGUNTE TODO LO IMPORTANTE

Recopile toda la información que sea posible sobre el cliente (nombre, datos de contacto), el vehículo (matrícula e historial), el trabajo (qué hay que hacer) y otros datos importantes (p. ej., en relación con la garantía o el seguro), y proponga un plazo para llevar a cabo el trabajo. De esta manera podrá:

- Conectar con el cliente.
- Facilitar y agilizar la solución de los problemas para el mecánico.
- Ofrecer una reparación rápida y eficiente que satisfaga al cliente.



03 - OFREZCA VENTAJAS AÑADIDAS

Un servicio complementario gratuito siempre agrada a los clientes. ¿Por qué no ofrecer un diagnóstico gratuito del estado del vehículo? A sus clientes les aportará tranquilidad, y puede que salga a la luz algún problema del que no sean conscientes.



10 CONSEJOS PARA MANTENER LA CALMA Y CONTROLAR EL ESTRÉS EN TU TALLER

Gestionar un taller puede ser muy gratificante, pero incluso cuando las cosas van bien, administrar un negocio como este puede ser estresante. La ansiedad puede mantenerte despierto por la noche, mientras una serie de preguntas te atraviesan la mente. ¿Son felices tus clientes? ¿Continuarán regresando? ¿Puedes cubrir tus costes y pagar tus deudas? ¿Tienes suficiente flujo de caja? ¿Son felices tus empleados? ¿Podrás mantener a los mejores miembros de tu equipo trabajando para ti? ¿Tu equipo es lo suficientemente bueno y está preparado para el futuro, y si no es así, cuándo y cómo los reemplazarás?

La presión en sí puede ser tan agotadora como el esfuerzo físico, lo que te hace sentir estresado y cansado. No puedes cambiar nada de esto porque administrar un negocio de mecánica es estresante. Pero lo que puedes hacer es aprender a manejar el estrés de manera más efectiva para que puedas rendir al máximo y disfrutar de la vida.

Cuanto menos estresado estés, mejor será el servicio al cliente que les proporciones.

AQUÍ TE INDICAMOS DIEZ CONSEJOS PRINCIPALES:

1. No te olvides de las cosas buenas.

Cuando consideras todo lo que se debe hacer para que la empresa siga funcionando bien, es fácil sentirse negativo.

En cambio, trata de recordar todas las cosas que van bien y de pensar positivamente. Tal vez incluso puedes escribirlas: el proceso de enumerar las cosas positivas de tu empresa podría recordarte que hay muchas de ellas que has olvidado y que posiblemente has comenzado a dar por sentado. Es fácil olvidar todas las cosas buenas que has logrado mientras te distraes por cuestiones que requieren atención.

Incluso podrías pegar tu lista a tu pizarra. Luego, cada vez que te sientas estresado por cosas que aún deben abordarse, puedes mirarla y recordar que muchas cosas que solían ser desafíos ahora son logros.

2. Prioriza tus tareas.

Priorizar tu carga de trabajo no solo convierte tu taller en un sitio de trabajo eficiente, sino que también te ayuda a sentirte tranquilo. Una de las causas más comunes del estrés es la sensación de que hay demasiado para hacer, lo que significa que a veces cambias entre tareas y logras poco en cualquiera de ellas. No trates de resolver todos tus problemas a la vez.

Prioriza tus tareas. Clasifícalas en orden de importancia, solo enfócate en una a la vez. Al hacer esto, lograrás las cosas de la lista de manera más eficiente y efectiva, con tu mente y enfoque en el trabajo actual.

A algunas personas no les gusta hacer esto porque les hace darse cuenta de la larga lista de trabajos que tienen que hacer.

Incluso si ese es el caso, sigue siendo una experiencia más tranquila y productiva marcarlos de uno en uno que tratar de pensar en todas a la vez.

3. Escribe tus preocupaciones.

Como propietario de un negocio, siempre es difícil desconectarse del trabajo cuando estás en casa. Comes, duermes y respiras tu negocio; eso es lo que te hace exitoso, pero también te desanima. Puedes encontrarte constantemente pensando en tu negocio y las cosas que deberías estar haciendo. Si te preocupas demasiado por el trabajo cuando estás en tu casa, en realidad no estás logrando nada para el negocio y no estás disfrutando de tu tiempo libre, lo cual tienes que hacer para obtener el descanso que necesitas cuando vuelves al taller.

Una manera simple y rápida de despejar tus pensamientos es anotar cualquier problema y/o posible solución en la que hayas estado pensando. Psicológicamente, has descargado el pensamiento y lo has "salvado." Puedes sentirte seguro, sabiendo que no te olvidarás el problema y podrás volver a él cuando te sientas más fresco.

4. Empieza por la cosa más fácil.

Cuando hayas enumerado tus preocupaciones, clasifícalas por orden de dificultad para resolverlas. Te sorprenderá ver que los problemas más importantes pueden ser los más fáciles de resolver.

Por ejemplo, los técnicos pueden estresarse rápidamente al no poder acceder a la información que necesitan para llevar a cabo una tarea; esto puede solucionarse simplemente al mejorar la velocidad de la conexión a Internet del taller. Al resolver un problema, puedes eliminar rápidamente un factor de estrés que afecta a todos en el taller.

5. Toma descansos regulares

El consejo más simple suele ser el mejor. Cuando te encuentras con un problema, a veces puedes dar vueltas en círculos y la única forma de resolverlo es volver a hacerlo de nuevo. Un breve descanso donde te alejes, incluso por solo 10 minutos, puede ser todo lo que necesites.

6. Cuidate bien.

Come bien y haz ejercicio. Gozar de buena salud es importante para todos, y si tienes un negocio es esencial. Bebe mucha agua. Duerme lo suficiente. Tu cuerpo está mejor equipado para manejar el estrés de gestionar un taller de reparación de automóviles cuando te sientes bien y refrescado. El ejercicio también tiene un beneficio adicional ya que libera ansiedades y estrés, poco después de comenzar. Si te sientes estresado, a menudo es mejor hacer ejercicio que relajarte.

7. Identifica la causa de tu estrés.

Si sientes que las cosas se apilan, tómate un momento para detenerte y reflexionar sobre tu situación. Toma una respiración profunda y pregúntate exactamente qué es lo que te está molestando. No puedes ver tu problema en perspectiva y abordarlo si no sabes lo que es.

8. Habla con alguien.

Discute tus problemas con tu jefe/compañeros/empleados/familia. Está en el mejor interés de otras personas, así como de los que te rodean, solucionar estas situaciones. Hablar con alguien te impide guardártelos; compartir tus problemas a menudo también los resolverá, ya que ahora tienes dos cerebros en busca de soluciones.

9. Piensa en la capacitación.

Es más fácil decirlo que hacerlo, ya que eso suele costar dinero, pero también te puede ahorrar dinero, además de reducir el estrés a largo plazo. Por lo tanto, si consideras que un tipo particular de reparación es especialmente estresante, o si hay una brecha de habilidades particular en tu equipo que aumenta la presión sobre ti, considera la posibilidad de mayor capacitación.

10. No prometas demasiado.

Asegúrate de que el cliente sepa que su vehículo estará listo, por ejemplo, al final del día, no a la hora del almuerzo. Ponte bajo una cantidad razonable de estrés. Tendrás clientes más felices si 'prometes poco pero entregas muy bien'.

Recuerda, por supuesto, que es importante que cuides de ti mismo, pero cuanto menos estresado estés, más podrás invertir en brindarle un excelente servicio al cliente.



¿HAS RECIBIDO UNA MALA RESEÑA SOBRE TU NEGOCIO? CÓMO LIDIAR CON COMENTARIOS NEGATIVOS EN LAS REDES SOCIALES

Nos guste o no, las reseñas en línea son ahora una parte importante de hacer negocios. Una encuesta reciente indicó que el 60% de los clientes leen reseñas de forma regular, y de este 60%, el 93% dice que las reseñas en línea afectan sus decisiones de compra.

“Cualquier dueño de negocio sabe que su defensor más auténtico e influyente es un cliente satisfecho, y la tecnología ha hecho que la voz de cada cliente sea extremadamente poderosa” explica Eric Rea, CEO de Podium, la compañía que realizó la encuesta.

“Nuestros datos muestran cuánto confían los consumidores entre ellos mismos, y por lo tanto, en qué medida tienen un impacto en la toma de decisiones de compra y pueden aumentar el reconocimiento de la marca a través de reseñas en línea”

Además, Google está teniendo una influencia cada vez más fuerte en las evaluaciones y calificaciones. El motor de búsqueda, ahora muestra reseñas y calificaciones de sitios de terceros confiables dentro del Panel de Conocimiento Local de una empresa. Aparecen bajo el título “Reseñas de la web”, debajo de los detalles enviados a la página de Google Business.

La forma en que un taller maneja una mala reseña puede ser potencialmente más dañina que la reseña en sí. Si un taller hace caso omiso de una mala evaluación, o si responde de forma inadecuada o poco profesional, esto hará sonar las alarmas de los potenciales clientes. Cada negocio suele recibir una mala crítica de vez en cuando; es la forma de lidiar con eso lo que importa. Los clientes potenciales lo saben y verán cómo el taller responde a una mala crítica. Esto les brinda a los consumidores un ejemplo real de cómo su taller maneja las quejas.



LO PRIMERO QUE DEBES HACER CUANDO RECIBES UNA MALA RESEÑA

Antes que nada, no te enfades y no te sientas mal por la reseña. En algún momento, todas las empresas, por más que lo intenten, descubrirán que alguien les ha dejado una mala evaluación.

LO SEGUNDO QUE DEBES HACER CUANDO RECIBES UNA MALA RESEÑA

No respondas al instante. Piénsalo bien para que no digas nada de lo que puedas arrepentirte, y no empeores la situación. Deja que pase un tiempo, si es necesario.

LA TERCERA COSA QUE DEBES HACER CUANDO RECIBES UNA MALA EVALUACIÓN.

Cuando te sientas tranquilo y objetivo, ese será el momento de responder. Comienza por agradecer al cliente sus comentarios: el hecho de que te hayan dado su opinión, aunque negativa, significa que puedes hacer algo al respecto. Responde educadamente: tu tono se reflejará en tu marca y tu negocio.

Si crees que la queja está justificada, explica brevemente los pasos que tu taller está tomando para abordar el problema.

Si no crees que esté justificado, explica brevemente tu política para demostrar que crees que has cumplido los términos del servicio, el cuál has ofrecido de buena fe. Si estás dispuesto y puedes hacerlo, podrías ofrecerle al cliente un producto o servicio adicional, no como una disculpa, sino como una muestra de buena voluntad.

Resiste la tentación de ponerte a la defensiva. Considera las críticas y explica cómo tomaste la decisión correcta. Si le ofreciste al cliente insatisfecho otro producto o servicio como un buen ofrecimiento y aún así te ha dejado comentarios negativos, asegúrate de mencionar esto en tu respuesta: un posible cliente que lea esta reseña verá tu taller de manera positiva.

Es fácil descartar comentarios negativos como el resultado no deseado de una mala experiencia puntual, o las peticiones poco razonables de un cliente necesitado, pero incluso si sientes que el comentario es injusto, la forma en que manejes estas interacciones es crucial, ya que eso es lo que verán los clientes potenciales.





COLOCA UN FEED DE CLIENTES SATISFECHOS.

En su lugar, acalla las malas noticias con buenas noticias al colocar un feed de reseñas positivas de los clientes que sabes que están contentos con tu servicio. Si los conoces bien, pídeles ayuda personalmente. Otra buena manera de recopilar buenas reseñas es enviar un simple mensaje de correo electrónico, algo como esto:

Hola [Nombre del cliente],

Nos alegra mucho tenerte como cliente y, desde nuestro último servicio, creemos que también estás satisfecho con nosotros.

Por eso les estamos solicitando a los clientes que nos dejen una reseña rápida en [Enlace al sitio de reseña]. ¿Nos podrías ayudar con esto? No tiene que ser un mensaje largo, solo una línea o dos sería genial.

Gracias por tu tiempo y por elegir trabajar con nosotros.

Atentamente, [Tu nombre]

Muchas empresas no se relacionan con los clientes ni les piden que dejen reseñas, pero un pequeño esfuerzo podría generar grandes recompensas. La investigación de Podium mostró que el 77% de los clientes dijeron que dejarían una reseña en línea si se lo solicita una empresa local. Sin embargo, solo el 13% de las empresas locales en realidad les solicitan reseñas a los clientes, lo que deja sin explotar una herramienta de ventas potente y de fácil acceso.

“En esencia, los clientes satisfechos son el mejor marketing de una empresa y lo hacen de forma gratuita”, dice Rea.

“Existe un tremendo potencial para amplificar las voces de los clientes en línea, para empresas de todos los tamaños”.

CONVIERTE LO NEGATIVO EN UN POSITIVO

Nadie quiere recibir una mala reseña, pero puedes convertir una negativa en positiva. Manejar las malas evaluaciones de manera profesional realmente te da la oportunidad de causar una impresión muy positiva en los posibles clientes.

No veas una mala reseña como algo negativo que sea dañino para tu negocio, sino como una oportunidad.

¿PROVEER UN SERVICIO EXCELENTE AL CLIENTE EN MI TALLER AUMENTARÁ LA RENTABILIDAD DE MI NEGOCIO?

Cualquiera que sea el tamaño de tu taller, el servicio al cliente es un poderoso impulsor de la rentabilidad, sobre todo porque el coste de perder clientes por un mal servicio es mucho mayor que el coste de tratarlos bien.

“Según ThinkJar, es 6 o 7 veces más costoso adquirir un nuevo cliente que conservar uno existente.”

ENTONCES, ¿QUÉ ES UN BUEN SERVICIO AL CLIENTE?

La mayoría estaría de acuerdo de que se trata de una buena relación calidad-precio. Cuando ofreces un producto o servicio por un determinado precio, el cliente tiene expectativas. O por lo menos, tendrán una expectativa razonable de que ofrecerás un nivel básico de soporte, responderás preguntas de manera clara y simple, resolverás los problemas rápidamente, manejarás las quejas, y por ende, gestionarás adecuadamente las expectativas.

TODO ES RAZONABLE, PERO ¿QUÉ TIENE QUE VER ESTO CON LA RENTABILIDAD?

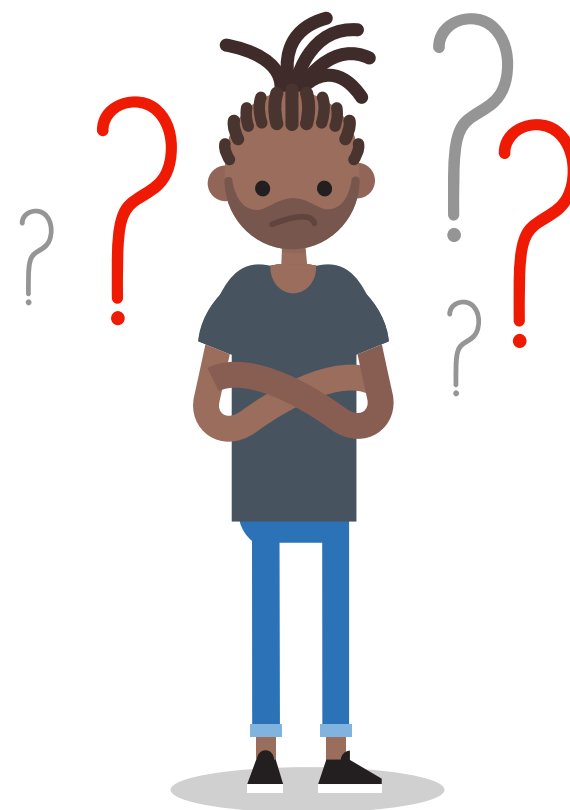
Proporcionar un buen servicio al cliente significa clientes que regresan a tu taller: los clientes satisfechos vuelven una y otra vez. Con personas que mantienen sus automóviles por períodos de tiempo más largos, el mercado de posventa automotriz está creciendo, y esto debería significar mayores ganancias de por vida para tu taller. Los clientes satisfechos también se traducirán en buenas referencias, lo que generará más ganancias.

EN RESUMEN, UN BUEN SERVICIO AL CLIENTE GENERA MÁS NEGOCIO PARA TI PORQUE LAS ACCIONES HABLAN MÁS QUE LAS PALABRAS.

Un buen servicio al cliente también significa el desarrollo de una imagen de marca más fuerte. Para cada negocio, desde una empresa familiar con un solo producto, hasta una multinacional, tu marca es tu activo más valioso. Es tu imagen pública, tu tarjeta de presentación y tu servicio al cliente es parte integral de esto. Una marca confiable es como un mensaje constantemente positivo que se irradia al mundo. Una marca dañada reduce la rentabilidad, una marca respetada simplemente crece y crece, y añade beneficios a lo largo del camino.

Esto es aún más importante en el nuevo mundo de las redes sociales, donde las quejas y cumplidos son instantáneos por igual, y a veces permanentemente visibles. En este escenario, tu marca ya no es lo que dicen tus anuncios; tu marca es lo que tus clientes dicen que es. Y cuando lo dicen en línea, todos lo saben.

Un buen servicio al cliente significa escuchar a tus clientes. Si escuchas a tus clientes, descubrirás lo que realmente quieren



y necesitan. Tus clientes te dirán exactamente cuál debe ser tu próximo movimiento. Ellos te dicen lo que les gusta sobre lo que haces, lo que no les gusta y lo que quieren más.

De hecho, puedes usar esta información para refinar tu propuesta. Cada ajuste que hagas te dará esa ventaja sobre tu competencia. Intenta formular algunas preguntas a algunos de tus clientes habituales la próxima vez que estés con ellos. Por lo menos, los harás sentir valorados. En el mejor de los casos, puedes aprovechar una nueva idea y una nueva oportunidad de negocio.

¿QUÉ TIPO DE SERVICIO AL CLIENTE AUMENTA LAS GANANCIAS?

En cierto modo, es fácil. Se trata de ser considerado y reflexivo, de tomarte el tiempo para asegurarte de que el cliente esté contento. Sé abierto con tus clientes, escucha lo que dicen. Mucha frustración con el servicio al cliente es causada por clientes que sienten que es una situación de 'ellos y nosotros', donde al vendedor realmente no le importa su problema. Incluso cosas simples como ser amable y directo, agradecerles por usar tus servicios y preguntar qué más se puede hacer para ayudarlos, hacen que los clientes sientan que les estás brindando un servicio completo y considerado, no solo vendiéndoles cosas. Los clientes felices vuelven por más.

Un buen servicio al cliente también se trata de eficiencia. Por ejemplo, si el cliente tiene un problema, escuchar solo hace una diferencia si posteriormente llevas a cabo una acción que resuelve el problema. Ya sea proporcionando un reembolso, corrigiendo un error, ofreciendo un producto o servicio gratuito, lo que sea, haz que el cliente conozca sus opciones y actúe sobre ellas lo antes posible.

Una vez hayas resuelto el problema, asegúrate de realizar un seguimiento unos días más tarde, llamando al cliente para verificar que todo se haya resuelto a su satisfacción. No siempre es posible darles a los clientes todo lo que piden, pero al ser flexibles y mantener una actitud de ayuda aumentará la lealtad y retención, por eso estas cosas te reportarán rentabilidad a largo plazo.

Pero esto no siempre ha sido así. Antes de Internet, las ventas eran más un juego de números. El servicio al cliente siempre ha sido importante, pero el énfasis estaba en lograr más ganancias al vender tantos productos y servicios como fuera posible.

En la actualidad, los clientes eligen los negocios con los que pueden establecer una relación más profunda y eso no parece que vaya a cambiar corto plazo, ya que esta mentalidad es propia de los clientes más jóvenes, los Millennials.

Para concluir, brindar un servicio excelente al cliente te dará todas las oportunidades para aumentar tus ganancias. Aquí hay tres consejos que puedes poner en práctica.

1. Experiencia

Esto puede demostrarse al emplear solo mecánicos certificados en tu equipo. Una certificación, colocada en el área de recepción del taller, les dice a tus clientes que tus empleados son profesionales que harán bien el trabajo, a tiempo, y podrán asesorarlos y responder consultas sobre el trabajo que sean necesarias.

2. Confianza

Completa el trabajo de reparación a tiempo, ofrece una garantía, y los clientes no tendrán ningún motivo para ir a otra parte.

3. Honestidad

La honestidad es clave cuando se trata de ganar clientes recurrentes y referidos. Muchos clientes no saben realmente lo que sucede bajo el capó; y solo habrá más de ellos a medida que los vehículos eléctricos se vuelvan más comunes. La falta de conocimiento puede hacer que estos clientes se preocupen de que no les tomen el pelo, de que no les cobren de más y alegarán que el taller busca hacer un trabajo innecesario para vender más servicios. Por eso, un proveedor en el que puedan confiar vale su peso en oro, y un cliente que sabe que eres honesto podría quedarse contigo de por vida, lo que te ayuda a generar rentabilidad a largo plazo en el taller.

CÓMO CREAR UNA CULTURA DE SERVICIO AL CLIENTE EN SU TALLER

El servicio al cliente es una herramienta potente, capaz de generar ventas, crecimiento y beneficios. Para asegurarse de que su taller ofrece una cultura de servicio al cliente sólida, preste atención a estos cinco consejos:



FORME A SU EQUIPO



CREE UN MANTRA



ELIJA UN LÍDER



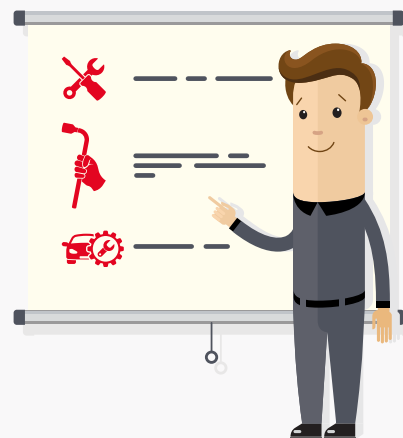
ALABE EL BUEN SERVICIO AL CLIENTE



ÚNASE A UNA RED CONTRASTADA

FORME A SU EQUIPO

Todos deben ser conscientes de cómo afectan sus acciones a la estrategia de servicio al cliente en general, así como a la propia experiencia global del cliente. Es necesario que forme a TODO su personal para que comprenda y aplique su cultura de servicio al cliente.



CREE UN MANTRA

Resuma su visión de servicio al cliente en un lema y colóquelo en una pared donde todos lo vean. Debe ser breve y directo, algo que todos puedan recordar y comprender.

Ayudará a todos los miembros de su taller a ofrecer un excepcional servicio al cliente.



ELIJA UN LÍDER

Para que comience a implantarse la cultura de servicio al cliente, nombre a algunos líderes del servicio al cliente. Incluso en los talleres pequeños en los que solo trabajan unas pocas personas, debe crear un equipo de liderazgo, o incluso un solo líder que encabece la cultura de servicio al cliente.



ALABE EL BUEN SERVICIO AL CLIENTE

Alabe a los empleados que hayan tenido un papel relevante en el desarrollo de la cultura del servicio al cliente; use sus historias de éxito como ejemplos que enseñen e inspiren a los demás.



ÚNASE A UNA RED CONTRASTADA

Asegúrese de que sus clientes sepan que ofrece un gran servicio uniéndose a una red de talleres contrastada y mostrando su certificación en un sitio bien visible del área de recepción.



7 SEÑALES DE UN MAL SERVICIO AL CLIENTE Y CÓMO EVITARLAS

Un buen servicio al cliente es clave para el buen funcionamiento de cualquier empresa o negocio. Como cliente, es más probable que te sientas satisfecho y estés más dispuesto a regresar si el servicio que recibiste no solo fue amigable, sino también eficiente. Es fácil que el buen servicio al cliente decaiga en el camino, cuando la presión recae para obtener beneficios y sobrevivir, pero debes tener en cuenta que tu rentabilidad continua depende de ello. No dejes que el buen servicio al cliente se pierda, debes mantenerte constante para que los clientes vuelvan y el negocio se mantenga fuerte.

ESTOS SON ALGUNOS DE LOS INDICADORES DE UN MAL SERVICIO AL CLIENTE Y CÓMO EVITARLOS:

1. Una lenta bienvenida

Posiblemente, el elemento más fácil del servicio al cliente que se puede lograr es asegurarte de que tu personal sea amable. Una respuesta lenta o no amigable a los clientes siempre empeora las cosas, sobre todo porque tus clientes probablemente están tan presionados como tú. Los vehículos a menudo llegan al servicio, al mismo tiempo que los clientes dejan a los niños en el colegio o van a trabajar cuando el tiempo es escaso. Para el cliente, la posibilidad de no tener acceso a su automóvil por todo un día no solo es estresante, sino que puede ser una pesadilla logística, y eso es antes de pensar en los costes.

2. Un mal recibimiento

Una bienvenida hostil también hace que las cosas comiencen mal. Un saludo de bienvenida y una sonrisa pueden aliviar cualquier tensión y tranquilizar al cliente. Esto no solo hará

que el cliente sea más fácil y rápido de tratar, sino que también infundirá confianza en tu servicio y tu empresa. Esto es especialmente importante para los clientes que son relativamente nuevos a la hora de conducir, o que tienen poco conocimiento mecánico; para ellos, visitar un taller puede ser una experiencia estresante. Es importante tranquilizar a los clientes y demostrar que te preocupa su problema, por muy pequeño o insignificante que sea. Es importante hacer esto sin ser condescendiente.

3. Un taller desordenado

Un área de recepción oscura y sucia, con tazas de café usadas y personal distraído viendo las redes sociales nunca va a inspirar confianza. Aunque no debes juzgar un libro por su portada, todos solemos basar nuestras primeras impresiones en la apariencia, por eso mantener tu garaje y tu personal limpio y ordenado es simple pero crucial para la forma en que las personas te consideran a ti y a tu trabajo. Aunque puede que tengas limitaciones en algunos aspectos con respecto a la estructura física del edificio en el que estás trabajando, casi siempre se pueden hacer mejoras. Algunas veces, algo tan

sencillo como una pintura, algunas sillas cómodas y una pila de revistas decentes son suficientes para alentar a un cliente de que tu local es un lugar profesional.

4. Los clientes que se quedan esperando

Si los clientes llaman y se les informa que sus coches no están listos, es una señal de que les estás prometiendo demasiado o que estás trabajando de manera ineficiente. De cualquier manera, es una mala señal. La celeridad y diligencia son una parte clave de cualquier servicio, no solo porque significa que el cliente debe perder menos tiempo esperando, sino también porque esto te permitiría incluir a más clientes en un día de trabajo, lo que maximizaría tus ganancias. No trabajes tan rápido que tengas que sacrificar calidad, o que aumente el riesgo de errores. Es importante que encuentres el equilibrio correcto para ti y tu empresa, ya que esto puede ser un gran factor en la impresión de los clientes. Asegúrate de que tu personal sea conocedor y exhaustivo, con tal de proporcionar un servicio rápido y de alta calidad.

5. Mala comunicación

La comunicación es clave en casi todos los aspectos de la vida, pero esto especialmente aplica en el funcionamiento de un negocio. Bien se trata de comunicación entre el personal y la administración, o entre el personal y el cliente. Cuando un cliente deja su coche contigo, eres responsable de su cuidado. Los automóviles no solo son caros, sino también importantes para un cliente, por eso es importante que el cliente sepa cómo funciona. Esto es importante cuando se realizan costosas reparaciones que pueden llevar un largo período de tiempo. Mantener a los clientes al tanto de lo que se está haciendo, cuánto costará y cuánto tiempo les llevará les da tranquilidad.

6. Tiempos de citas inflexibles

El mundo del siglo XXI es un mundo ocupado, y todos están constantemente estresados. Esto puede hacer que reparar tu coche o arreglarlo sea un inconveniente. Ser flexible y complaciente con las personas da una buena impresión y demuestra que estás ahí para ayudar. Esto puede ser realmente útil para las personas que trabajan a tiempo completo y no pueden recoger su automóvil hasta después del trabajo, o que necesitan tener su coche en un momento determinado. Esta flexibilidad es atractiva para los clientes y puede ayudar a mejorar tu reputación.



7. Falta de iniciativa

Un aspecto importante del buen servicio al cliente es ser minucioso. Con tantas partes complejas y diferentes sistemas trabajando todos de forma simultánea en un automóvil, es probable que haya más de una cosa a la vez. Puede ser frustrante para los clientes encontrar que has arreglado una cosa, pero que has olvidado otro fallo que podrías haber notado. Ser minucioso y llevar a cabo pruebas de aseguramiento de calidad o pruebas adicionales puede ser inmensamente útil para un cliente y puede ahorrarle un segundo viaje de vuelta en unas pocas semanas. Esto también puede permitirte cortar cualquier problema de raíz, evitándole nuevas molestias al cliente. La prevención también puede ser mucho más rápida y más barata, tanto para tu empresa como para el cliente. Por eso, ser exhaustivo puede ser realmente útil para ambas partes.

CONCLUSIÓN

A pesar de ciertas nociones preconcebidas, un buen servicio al cliente realmente no es tan difícil como parece. Incluso la simple implementación de una o dos de estas ideas podría marcar una diferencia en el servicio que prestas y en la experiencia de tus clientes. Esto a su vez puede ayudarte a mejorar tu negocio y tu reputación, así como a aumentar tus ganancias.

MEJORA EL SERVICIO AL CLIENTE MEDIANTE EL DESARROLLO DE LA CAPACIDAD DE RECUPERACIÓN EMOCIONAL EN TU TALLER

Cuanto menos estresado estés, más tiempo y energía tendrás para brindarle un excelente servicio al cliente.

Para enfrentar el estrés, un número cada vez mayor de pequeñas empresas están implementando prácticas en el lugar de trabajo que desarrollan resiliencia emocional. Por lo tanto, aumentar la resiliencia en tu taller beneficiará a tu equipo, a tus clientes y a tus ganancias.

Nuestra capacidad de recuperación emocional y física, a veces expresada simplemente como “fortaleza interior,” nos hace más capaces de enfrentar situaciones difíciles tanto en el trabajo como en nuestras vidas personales. Cuando los tiempos son difíciles, como cuando la economía está en recesión, cuando la seguridad laboral es incierta, cuando las tensiones financieras están sobre nosotros y cuando las crisis familiares nos afectan, experimentamos niveles reducidos de bienestar emocional. Pero una estrategia de afrontamiento que ayude a administrar nuestros niveles de estrés personal pueden mejorar y mejorar nuestra capacidad de recuperación emocional.

SUEÑO Y SUSTENTO

No se puede subestimar lo importante que es una buena noche de descanso para hacernos más resistentes; sin él, nuestra salud física sufre y necesitas tener fortaleza en el entorno del taller. La falta de sueño también puede causar una mala toma de decisiones, lo cual se traduce en malos

resultados en un negocio donde la seguridad de los clientes depende de la calidad de tu trabajo. La falta de un buen sueño también disminuye tu nivel de resiliencia porque debilita el bienestar emocional y la confianza personal.

También lo que comes está estrechamente alineado con la salud y el rendimiento; aquellos que quieren desempeñarse bien también deben comer bien. Las personas que tienen una dieta saludable tienen una puntuación 28% mayor de gestión del estrés, de acuerdo con un informe del Footprint Forum. La dieta, el ejercicio y el sueño están vinculados con los niveles de estrés, y el estrés abrumador puede tener graves consecuencias sobre la capacidad de un individuo para hacerle frente a los retos de la vida.

BUENA GESTIÓN

Un gerente de taller tiene un papel vital para ayudar a prevenir problemas de salud en el equipo, ya sean físicos o emocionales, al detectar signos de angustia o cambios en el comportamiento o el rendimiento. Esto puede ayudar tanto al negocio como a los miembros del equipo. Un gerente de taller realmente bueno puede evitar la pérdida de horas de trabajo a causa del ausentismo y la mala salud, así como la pérdida de técnicos con talento que podrían terminar abandonando el negocio.

Los estudios demuestran que los empleados que trabajan para compañías que demuestran atención y preocupación por

la salud y el bienestar de sus empleados tienen cuatro veces más probabilidades de permanecer con ellas.

CONOCE A TU EQUIPO

Un gerente de taller puede aprender cómo administrar la salud mental en el lugar de trabajo, cómo gestionar el estrés, y las habilidades y la confianza que esto genera pueden marcar una gran diferencia para el individuo, el equipo y la reputación y el desempeño de la compañía.

Esto no tiene por qué implicar cursos con elevado coste. Afortunadamente, hoy en día cualquier estigma que rodea la salud mental se está evaporando, y con iniciativas modernas como el Día Mundial de la Salud Mental, la ayuda y los consejos están ahí para leer y digerir (como el blog que estás leyendo en este momento). Un estudio reciente de Mind sugiere que los trabajadores estresados pueden estar sufriendo en silencio y que los empresarios deberían hacer más para reducir el estrés. Considerando que el estrés sigue siendo la principal causa de ausentismo laboral, y las condiciones de salud mental (incluyendo la ansiedad y depresión) son la causa más común de ausentismo laboral prolongado entre los trabajadores, la salud mental en el lugar de trabajo es ahora una prioridad crítica para los empresarios. Asegúrate de tener las habilidades para apoyar las necesidades de salud mental de tu equipo.

CONCIENCIA PLENA

No subestimes el efecto de la conciencia plena: podría ayudar a que tú y tu equipo seáis más resilientes y gestionéis mejor el estrés.

La investigación en neurociencia contemplativa sugiere que la conciencia plena, que es la práctica de enfocar tu atención en el momento presente, nos hace más resistentes, regula nuestra respuesta al estrés, aumenta la inteligencia emocional y fortalece nuestra capacidad de concentración.

Puedes lograr la conciencia plena al meditar por unos pocos minutos todos los días. Las aplicaciones de meditación como Insight Timer o Headspace te dirán qué hacer.

Si la meditación no es para ti, tal vez solo permítete un poco de tiempo en tu día para permitir que tu mente divague, sin constantes interrupciones por correo electrónico y redes sociales. Tal vez podrías dar un paseo al mediodía para tomar un poco de aire fresco, y si lo haces, considera ir sin tu teléfono móvil.

Al prestar atención al estado emocional de tus compañeros y tú, puedes mantener un entorno de trabajo saludable en el taller, en el que todos estén en la mejor posición para ofrecer un excelente servicio al cliente.



CINCO HABILIDADES EN EL SERVICIO AL CLIENTE QUE NECESITA CUALQUIER MECÁNICO



CONOCIMIENTO DEL PRODUCTO

Conocer cómo funcionan los productos que instala en un vehículo aporta tranquilidad.



PACIENCIA

Los clientes tienen que sentir que se les escucha: tómese su tiempo para atenderlos.



USE UN LENGUAJE POSITIVO

Sea hábil a la hora de proporcionar el servicio al cliente; dícales lo que puede hacer, en lugar de lo que no puede hacer.



BE A 'ROCK'

Demuestre que su empresa es capaz de mantener la calma y solucionar cualquier problema.



OFREZCA SEGURIDAD

Acabe sus conversaciones con los clientes asegurándose de que estén satisfechos.

EJEMPLOS DE UN EXCELENTE SERVICIO AL CLIENTE

Cuando recibes un excelente servicio al cliente, nunca lo olvidas. Algunos ejemplos de servicio al cliente son tan geniales que se han vuelto memorables incluso para personas que no los han experimentado, sino que solo se han enterado de ellos. Estas son algunas de nuestras historias favoritas. No son de negocios de talleres, pero muestran cuán efectivo puede ser un buen servicio al cliente, y pueden darte ideas similares que puedes poner en práctica.

VE MÁS ALLÁ

El autor y consultor de negocios, Peter Shankman, se estaba preparando para coger un vuelo de 2 horas y media, después de haber tenido un largo día de viaje. Para expresar su frustración, se lamentó en Twitter que estaría muerto de hambre para cuando aterrizara y, en tono de broma, tuiteó a la conocida cadena de restaurantes Morton's Porterhouse y dijo: "Oye, @Mortons: ¿Podrías encontrarme en el aeropuerto de Newark con una Porterhouse cuando aterrice en dos horas? OK, gracias. :)"

En el aeropuerto, Shankman fue recibido por un tipo con esmoquin que le obsequió con un filete Porterhouse de 680 gramos onzas, una orden de camarones colosales, una ración de patatas, pan, dos servilletas y cubiertos, todo listo para llevar en una bolsa Porterhouse de Morton.

De alguna manera, la sucursal más cercana de Morton's Porterhouse rastreó la información de vuelo del Sr. Shankman, averiguó dónde estaba aterrizando, cocinó la comida y luego condujo 38 kilómetros para entregarla. El incidente se

convirtió en una leyenda en Twitter, y así Morton's Porterhouse se volvió famoso.

GENIO CREATIVO

A veces, incluso una marca famosa por su impecable servicio al cliente puede ir más allá, y eso es precisamente lo que hizo el hotel Ritz-Carlton con la ayuda del ahora famoso muñeco de peluche, la Jirafa Joshie.

Al regresar a casa después de unas vacaciones en el hotel Ritz-Carlton en Amelia Island, en Florida, el angustiado hijo del cliente Chris Hurn le dijo a su padre que accidentalmente había dejado en su habitación de hotel a su amado osito La Jirafa Joshie la. Respondiendo con una solución creativa al problema, el padre le aseguró a su hijo que Joshie solo se quedaría unos días más de vacaciones en Florida y que estaría pronto en casa.

El señor Hurn llamó al Ritz-Carlton para ver si había encontrado a Joshie, y éste le respondió que había pedido que lo enviara. Durante la conversación, el Sr. Hurn también mencionó las "vacaciones" imaginarias de Joshie.

El hotel Ritz-Carlton luego hizo realidad la solución creativa de Mr Hurn. Antes de enviar de vuelta a Joshie, el personal del hotel capturó a Joshie disfrutando de sus largas vacaciones con una serie de fotos de vacaciones. Esto incluyó fotos de él relajándose junto a la piscina, disfrutando de un masaje en el spa, y jugando al golf. La historia circuló en gran medida tanto en las redes sociales como en los medios tradicionales, y desde entonces se ha convertido en una historia legendaria de un excelente servicio al cliente.

SER REALMENTE ÚTIL CUANDO IMPORTA

Un cliente del fabricante de gafas Warby Parker, recibió una vez lo que describió como “posiblemente el mejor servicio al cliente de todos los tiempos”. Al dejar accidentalmente sus amadas gafas Warby Parker en un tren, Michael John Mathis ordenó otra idéntica al día siguiente. Sin embargo, cuando llegó el paquete recibió no uno, sino dos unidades de esas mismas gafas de lectura, además de una copia de la clásica novela de viaje On The Road de Jack Kerouac y esta nota:

“Hola Michael, esto podría ser extraño ... pero te sentaste frente a mí en el viaje en tren de Nueva York a Boston hace unas semanas y dejaste tus gafas allí. Por suerte, soy el director general de Warby Parker, y no hay nada que me guste más que un buen misterio... ¡Espero que estas te encuentren con buena salud! (también notamos que tus gafas estaban rayadas, así que te hicimos unas nuevas!)

ATENCIÓN GENUINA Y CONSIDERACIÓN

Esta es una historia triste y conmovedora, pero quizás la más poderosa de todas. El abuelo Mark Dickinson se dirigía a Denver para ver a su nieto, que estaba en coma, y el cual no se esperaba que viviera otras 24 horas. Después de haber logrado reservar un vuelo de último minuto, explicando su situación, Dickinson se retrasó por el tráfico y terminó llegando a la puerta de embarque 12 minutos después de que su vuelo de Southwest Airlines tuviera que despegar. El piloto lo recibió en la puerta, y le dijo: “Ellos no pueden ir a ninguna parte sin mí, y yo no iba a ir a ningún lado sin usted. Ahora, por favor relájese. Le llevaremos allí”.

Ofrecer un buen servicio al cliente suele ser algo de lo que la gente habla, pero que en realidad no hace nada al respecto. Muchos hablan de “ir más allá” por los clientes, ¿Pero realmente lo hacen? Todo esto muestra la gran diferencia que puede hacer un excelente servicio al cliente si realmente lo provees.

Siempre que puedas, aprovecha la oportunidad para ofrecer un servicio de atención al cliente verdaderamente reflexivo y memorable. Ganarás la lealtad duradera del cliente que se beneficia, y al igual que las historias que has leído aquí, es posible que descubras que tu historia de servicio al cliente se divulga y te hace ganar muchos más clientes. Las buenas noticias viajan rápido, y eso es hoy más cierto que nunca, desde que las redes sociales se convirtieron en parte de nuestra vida cotidiana, así que logra una excelente historia de servicio al cliente y tu marca estará en boca de todos.



10 CONSEJOS PARA GENERAR LEALTAD EN LOS CLIENTES Y HACER QUE REGRESEN

“Dos tercios de los consumidores (68%) están dispuestos a pagar hasta un 15% más por el mismo producto o servicio, si se les garantiza que tendrán una mejor experiencia” – Podium

Una y otra vez, las encuestas y las estadísticas muestran que un servicio al cliente excelente es un gran beneficio no solo para el cliente, sino también para el negocio.

AQUÍ HAY DIEZ FORMAS EN QUE PUEDES ASEGURARTE DE QUE TU TALLER OFREZCA UNA MEJOR EXPERIENCIA:

1. Lavado y Aspirado

Una adición a todo servicio del taller que tiene un impacto enormemente positivo es asegurarse de que todos los automóviles estén lavados, aspirados y listos para usar, de modo que el cliente maneje un vehículo que no solo se haya refrescado debajo del capó sino que se vea limpio y renovado. A nivel inconsciente, el cliente sentirá que si el automóvil se ha limpiado bien después de haberse reparado, el olor fresco que persiste en el vehículo días después del servicio es un recordatorio constante de tu buen trabajo. Un lavado y un aspirado también son un beneficio práctico para el cliente porque les ahorra tiempo.

2. Nada supone demasiado problema

Los clientes pueden sentirse frustrados si las reparaciones tardan más de lo que se les dijo, por eso es importante no prometer demasiado. Es mejor no prometer demasiado y entregar bien. Pero incluso si las cosas tardan más de lo

esperado, puedes aprovechar esto. Por ejemplo, si el cliente está esperando contigo, puedes ofrecerles llevarlos a su casa y luego dejarles el automóvil más adelante en el día, lo que les ahorrará muchos inconvenientes y los dejará con una impresión muy positiva sobre tu taller.

3. Sé abierto, honesto y claro

Los clientes confían en ti y te aprecian más cuando les explicas, tanto antes como después de la reparación, cuál es el problema con su vehículo, y puedes tranquilizarlos aún más al mostrarles las piezas rotas que han sido reemplazadas. Esto tranquilizará al cliente de que el trabajo que has realizado ha sido necesario y ha hecho que su automóvil sea más seguro; también muestra respeto por el cliente porque les has brindado cierta comprensión. A algunos clientes les parece que los talleres son intimidantes y temen que se les cobre de más porque no entienden tanto de automóviles como los talleres. Incluso si estos clientes no entienden tu explicación, apreciarán y confiarán en ti por ofrecerla. Y hay un beneficio adicional aquí. Otros clientes que entran y salen de tu área de recepción escucharán las explicaciones que das y se sentirán seguros de que estás comprometidos a ofrecer buenos consejos honestos, con el deseo de resolver cualquier problema al menor coste posible para el cliente.

4. Sé escrupuloso en el precio

Si eres escrupulosamente justo con respecto al precio que das, esto te puede reportar beneficios importantes. Para asegurarse de que obtienen un buen valor, los clientes a menudo compararán los presupuestos de dos o más talleres. Por lo tanto, es posible que los clientes acudan a ti después de que otro taller les presupuestó demasiado caro. Un presupuesto genuino y honesto de tu parte puede llegar a un precio que te aporte beneficios, pero que le gane a la competencia. Al ofrecer un presupuesto justo, puedes obtener un cliente que también traiga a sus amigos y familiares, lo que es mucho más rentable a largo plazo que cobrar la tarifa máxima por un trabajo.

5. Reduce precios

Otra cosa que nunca falla a la hora de impresionar a los clientes es cuando el precio es menor que el presupuestado. Si, al finalizar el trabajo, descubres que has presupuestado un precio que realmente es superior al coste que necesitabas para cobrar por el trabajo, cóbrale al cliente ese precio reducido. Pocos gestos pueden tranquilizar y complacer a un cliente más que facturarle menos de lo que esperaban.



6. Mantente disponible

Algunos talleres están disponibles para recoger y entregar vehículos siete días a la semana, lo que les encanta a los clientes. No todas las empresas pueden gestionar esto, pero si puedes estar disponible temprano y/o tarde, esto puede darte una ventaja competitiva frente a la competencia.

7. Ofrece garantías por tu trabajo

Asegúrate de que todo el trabajo y las piezas que ofrezcas estén garantizados por al menos un año. Este es un servicio que ofrece la mayoría de los talleres de buena reputación y debes ofrecerlo también si deseas competir en el mercado de posventa de hoy.

8. Trata de elegir un momento tranquilo

Si tienes un cliente con un problema más complicado, sugiere que vengan en un momento más tranquilo, a última hora de la mañana o al principio de la tarde, en lugar de a primera hora cuando se van a dejar los automóviles, o al anochecer cuando los entregan. Si hay un problema específico que tu cliente quiere que mires, asegúrate de permitirte un tiempo adicional. Los excesos o el trabajo no programado pueden causar caos con los horarios de los talleres congestionados.

9. Haz las cosas bien desde el principio

Es tu trabajo que sepas sobre automóviles, no tus clientes, por eso debes ayudarlos al explicarles con claridad y precisión lo que vas a hacer. No dudes en anotarlo, especialmente si es mucho trabajo o los síntomas son difíciles de describir. Esto evitará cualquier malentendido posterior que pueda molestar a tu cliente. Obtén todos los detalles que puedas del propietario. Por ejemplo, un pequeño detalle como “solo

escucho el ruido cuando el automóvil está en marcha atrás” puede marcar una gran diferencia en el diagnóstico de fallos. Los fallos vagos e intermitentes pueden ser difíciles de rastrear y buscarlos puede hacer que tus mecánicos se retrasen, así que pídeles a los clientes que te ayuden al proporcionar toda la información que puedan.

10. Ofrece una factura completamente desglosada

Una factura completamente desglosada, que detalle todo lo que le hiciste al automóvil, cuánto tiempo te llevó y cuánto te costaron las piezas le dará a tu cliente una gran tranquilidad, demuestra que tu negocio es muy organizado y puede evitar cualquier objeción sobre los costes.

Todos los servicios anteriores inspirarán lealtad y confianza en tus clientes y, como dijimos al principio, las personas suelen estar dispuestas a elegir un taller que pueda ofrecer una experiencia al cliente más satisfactoria. Pon en práctica tantos detalles de servicio al cliente como puedas, y así ganarás y mantendrás a más clientes.

GRACIAS POR LEER

trwaftermarket.com/talleresoriginales

Esperamos que hayas encontrado algunas ideas que te ayudarán a resolver problemas, mejorar tu servicio al cliente y mantener tu negocio sólido. Sigue visitando nuestro centro de **TALLERES ORIGINALES** para obtener más consejos útiles sobre temas como el marketing digital, el suministro de autopartes y el éxito empresarial.