

MANUAL DE ATENCIÓN Á CLIENTELA

ÍNDICE

1.Introdución	4
2.Objectivos	5
3.Requisitos do servizo	6
3.1.Cortesía	6
3.2.Credibilidade	7
3.3.Capacidade de resposta	9
3.4.Comprensión do cliente	11
3.5.Fiabilidade	12
3.6.Comunicación	14
3.7.Seguridade	16
3.8.Accesibilidade	18
4.Elementos tanxíbeis	20
4.1.Instalacións	20
4.1.1.Escaparate	20
4.1.2.Sala de vendas.....	21
4.1.3.Almacén	21
4.1.4.Control das instalacións	22
4.2.Equipos e mobiliario	22
4.3.Envases e embalaxes	23
4.4.Documentos de compra	24
4.4.1.Ticket.....	25
4.4.2.Factura	26
4.4.3. Recibo ou nota dos servizos adicionais	26
4.5.Productos	27
4.5.1. Control dos produtos	28
5.Persoal.....	29
5.1.Imaxe	29
5.2.Competencia profesional	30
5.3.Definición de postos	30
5.4.Necesidades formativas	30
5.5.Motivación do persoal	31

6.Mellora	32
6.1.Plan de mellora	32
6.2.Apartados dun plan de mellora:.....	33
6.3. Requisitos da mellora	34
6.4.Análise do servizo prestado.....	35

1. INTRODUCCIÓN

Este manual describe e explica os requisitos de servizo, elementos tanxibles e persoal previstos na Norma UNE 175001-1 “Calidade de servizo para pequeno comercio”, que os establecementos adheridos á Rede de Comercio Rural Galego, así coma a Rede en si mesma, comprométense a respectar para proporcionar aos clientes un servizo de calidade.

Está destinado tanto para o persoal interno (os traballadores dos comercios rurais adheridos), que atoparán aquí unha guía de traballo para a realización de determinadas actividades, como para os novos traballadores que se incorporen ou clientes e/ou outras partes, que desexen coñecer o Sistema, aínda que os clientes poden coñecelo e dar a súa opinión a través da Carta de Servizos.

O presente manual é a plasmación dunha estratexia competitiva baseada na diferenciación do pequeno comercio en base á calidade.

2. OBXECTIVOS

Os obxectivos desta estratexia, e do propio manual son:

- Mellorar a calidade do servizo prestado aos clientes
- Mellorar a imaxe do establecemento cara os clientes
- Mellorar a xestión do establecemento
- Mellorar as competencias profesionais
- Proporcionar aos clientes unha garantía de calidade do servizo
- Diferenciación con respecto ao resto dos establecementos comerciais a través da calidade

3. REQUISITOS DO SERVIZO

3.1. Cortesía

Definición:

Amabilidade, cordialidade, atención e respecto mostrado por parte do persoal do establecemento comercial aos clientes.

Por que é importante?

Cando unha persoa entra nun pequeno establecemento comercial, espera que o trato sexa máis cordial e afable que en calquera outro sistema de distribución comercial, debido a que o contacto que se establece entre o cliente e o dependente é moito maior.

O trato cortés xera confianza entre o cliente e a persoa que o atende, o que facilita a detección de necesidades. A cortesía é un dos factores que interveñen no trato personalizado cos clientes.

Este é un aspecto fundamental porque o cliente **nunca** perdoará un trato hostil e groseiro.

Como actuar?

O persoal dos comercios rurais debe actuar seguindo unhas pautas moi sinxelas:

- Debe mostrar a maior atención posible ao cliente, pero sen abafar.
- Actuar con amabilidade e cordialidade en todo momento, aínda cando o cliente transmita algunha queixa.
- Atender con respecto e consideración as peticións e as suxestións.
- Manter posturas e actitudes correctas e respectuosas co cliente e non mascar chicle, beber ou fumar na súa presenza.
- Utilizar un ton de voz intermedio, tranquilo e afable. Dar exemplo a todo o persoal, manifestando as actitudes correctas cos clientes, aceptando e solucionando os defectos.
- Concienciar ao persoal da importancia da cortesía no trato co cliente.

- Definir as pautas de comportamento para dirixirse ao cliente á súa chegada e á despedida, confirmar e agradecer a compra e atender as chamadas telefónicas.
- Atender ao comportamento que teñen os empregados para identificar os excesos ou defectos de cortesía.

Débese evitar...

- O exceso de confianza cun cliente non habitual xa que pode ser considerado como unha falta de respecto
- Non se deben formular preguntas comprometidas aos clientes.
- Evitar comentarios sobre política, relixión etc, que podan ofender aos clientes ou aos seus acompañantes.
- Contar problemas de carácter persoal para fomentar a conversa.
- Mirar insistentemente o cliente, pode sentirse incómodo e marchar.
- Utilizar ton agresivo e actitude soberbia.
- Tratar con desprezo o cliente.
- Abandonar o cliente por atender o teléfono ou a outra persoa, sen pedir desculpas.
- Omitir o saúdo ou a despedida
- Prexulgar os clientes
- Non aceptar os erros cometidos co cliente
- Ignorar o cliente pola idade, aparencia, intención manifesta de non realizar compra, etc.

3.2.Credibilidade**Definición:**

Efecto mostrado mediante a honradez, veracidade e sinceridade mostrada polo persoal do establecemento comercial ao cliente.

Por que é importante?

A credibilidade reforza a confianza que o cliente ten no establecemento, é un factor determinante para fidelizar o cliente e para garantir o éxito do establecemento.

A credibilidade conséguese a longo prazo, xa que é o resultado da traxectoria profesional do establecemento. As mensaxes que reciben os clientes sobre o establecemento teñen que ser certas e amosarse a través de actuacións. Se o cliente se sente enganado ou estafado non volverá a crer no establecemento.

Como actuar?

O persoal dos comercios rurais debe actuar seguindo unhas pautas moi sinxelas:

- Ofrecer información veraz sobre as características dos produtos ou servizos ofertados.
- Actuar con honradez e sinceridade cando non se poida cumprir algunha das necesidades requiridas polo cliente.
- Cumprir con todos os compromisos acordados, se por calquera causa excepcional non se pode cumprir darase unha explicación ao cliente sobre as causas e buscarase unha solución.
- Advertir previamente os clientes dos erros que poida haber entorno a un produto, servizo ou información referida ao establecemento.
- Garantir que a publicidade do establecemento non induce a erros nin a enganar.
- Transmitir a todo o persoal a importancia da coherencia e da veracidade da información que se proporciona ao cliente.
- Sempre que sexa posible, deixar que os clientes examinen os produtos antes de compralos.
- Analizar as queixas e reclamacións presentadas polo cliente.

Débese evitar...

- Retrasos nos pedidos aos provedores
- Incumprir os prazos de entrega, servizos adicionais, etc.
- Dar información falsa sobre produtos ou servizos

- Cometer o mesmo erro reiteradamente
- Esquecer unha queixa ou reclamación
- Apertar os clientes para que efectúen a compra
- Dubidar dos argumentos que nos da o cliente cando sinala algunha reclamación

3.3. Capacidade de resposta

Definición:

Axilidade, rapidez e eficacia en satisfacer as necesidades dos clientes.

Por que é importante?

A capacidade de resposta supón, por unha banda, entregar aos clientes os produtos ou servizos no momento, lugar e forma que desexen e pola outra, resolver as incidencias que xorden entorno á compra

Cando os clientes entran nun establecemento esperan que o persoal sexa capaz de resolver todas as súas dúbidas. Os establecementos deben estar preparados para anticiparse aos problemas que poidan xurdir e para satisfacer as necesidades dos clientes con axilidade. Así á hora de realizar unha compra o persoal terá que reaccionar ante os imprevistos que se produzan durante a actividade de venda, pois o cliente vincula a capacidade de resposta á profesionalidade do persoal.

Como actuar?

O persoal dos comercios rurais debe actuar seguindo unhas pautas moi sinxelas:

- Realizar unha previsión das necesidades do establecemento, tendo en conta:
 - Temporalidade, festividades, etc
 - Capacidade dos almacéns
 - Produtos ou servizos demandados
 - Previsión de vendas para o período
 - Previsión de servizos adicionais

- Compromisos de servizo postvenda, etc.
- Anticiparse ás épocas de maior afluencia e realizar unha previsión das necesidades de persoal, para non aumentar o tempo de espera do cliente.
- Subministrar a información que necesitan os clientes sobre os produtos ou servizos adquiridos, de forma inmediata.
- Xestionar as peticións de produtos no menor prazo posible (particularmente se o produto non está dispoñible por esgotamento)
- Determinar como se debe actuar en situacións inesperadas e/ou inevitables (erros informáticos, cortes de luz, aglomeracións na hora de peche, etc).
- Analizar e apuntar toda a información referida aos provedores para detectar as incidencias e garantir que non resta capacidade de resposta fronte aos clientes.:
 - Cumprimento de prazos
 - Calidade e cantidade do produto/servizo entregado
 - Traballos subcontratados, etc
- Estudar as queixas, reclamacións ou devolucións para prever como actuar cando volvan a producirse e poñer en marcha accións de mellora que eviten a súa repetición.

Débese evitar...

- Non dispoñer de persoal suficiente para atender ao público e aumentar o tempo de espera.
- No caso de que o cliente acuda con algunha dúbida, deixar que marche sen intentar solucionar o problema nin dar unha explicación.
- Non solucionar unha queixa, reclamación ou devolución sen unha explicación fundamentada.
- Non facer previsións sobre a demanda do establecemento.
- Opoñerse a utilizar medidas para reducir ou ordenar as colas do establecemento.

3.4. Comprensión do cliente

Definición:

Capacidade para identificar as características, expectativas e necesidades dos clientes.

Por que é importante?

Para que a compra resulte satisfactoria o persoal do establecemento terá que coñecer cales son as necesidades dos clientes, para ofrecer os produtos e servizos que mellor se adaptan a esas necesidades.

Cando o cliente acude a un establecemento coa idea de obter un determinado produto ou servizo, espera que o persoal lle dedique o tempo necesario para atender a súa petición. No caso de que o cliente non sexa capaz de identificar cales son as características do produto ou servizo que necesita, quedará moito máis satisfeito se o persoal do establecemento lle axuda a concretar cales son as mellores alternativas.

Como actuar?

O persoal dos comercios rurais debe actuar seguindo unhas pautas moi sinxelas:

- Anticiparse ás necesidades dos clientes ofrecendo servizos adicionais como por exemplo:
 - Envoltorio de regalo
 - Arranxo e adaptación dos produtos
 - Instalación e posta en marcha dos produtos
 - Xestión de garantías, etc.
- Prestar toda a atención posible para identificar as necesidades e confirmar que se percibiron correctamente.
- Comprobar que o cliente entendeu a oferta de produtos e servizos adicionais que ofrece o establecemento.
- Expor alternativas que melloren a atención ao cliente, como a posibilidade de facer pedidos a través do teléfono, fax ou incluso correo electrónico. Determinar algunhas fórmulas que axudan a captar con precisión as necesidades dos clientes:

- escoita activa
 - Non interromper o cliente mentres explica a súa petición
 - Reformular os argumentos do cliente cando existan dúbidas
 - Axudar ao cliente cando amose timidez, inseguridade ou dificultade de expresión
- Adaptar os servizos adicionais que ofrece o establecemento ás demandas do cliente (servizos a domicilio, vendas a crédito, gardarroupa, etc).
 - Atender os comentarios dos clientes en canto ao horario de apertura, necesidades de pagamento, financiamento de produtos, etc.
 - Explicar ao persoal o perfil de clientes tipo e como actuar ante cada un.

Débese evitar...

- Cortar o cliente na súa exposición
- Asumir as necesidades do cliente sen corrobóralas previamente
- Ofrecer produtos que non se axusten ás necesidades expresadas polos clientes
- Deixar de ofrecer servizos que o cliente espera
- Non formular sistemas de pago alternativos ao diñeiro en efectivo.

3.5. Fiabilidade**Definición:**

Capacidade para executar o servizo prometido sen erros, facendo as cousas ben á primeira

Por que é importante?

Un servizo de calidade caracterízase pola capacidade de facer as cousas ben dende o principio, para evitar prexuízos no cliente que non se poden solucionar coa devolución dos cartos, modificación do produto adquirido, etc.

Os erros técnicos e humanos son en moitas ocasións inevitables, pero é necesario analizar por que se producen para que non se volvan a repetir. Cando un cliente realiza unha compra nun

establecemento o que espera é que executen o servizo prometido sen erros, facendo as cousas ben dende o principio.

Como actuar?

O persoal dos comercios rurais debe actuar seguindo unhas pautas moi sinxelas:

- Comprobar que non hai erros nos folletos que empregamos nas campañas promocionais do establecemento.
- Os produtos deben estar dispostos segundo as indicacións dos carteis identificativos, para evitar erros á hora de identificar características e prezos.
- Cando se leve a cabo un servizo a domicilio deberanse anotar inmediatamente todos os datos referidos ao cliente, aos produtos/servizos que adquiriu e confirmar a hora de presenza do cliente no domicilio, para evitar desprazamentos innecesarios.
- Garantir que o transporte dos produtos se realice de maneira segura para evitar danos e deterioracións.
- Revisar que o cambio entregado ao cliente é o correcto, e cando o pagamento sexa efectuado con tarxeta comprobar que é executado correctamente e que a tarxeta é a do cliente, comparando a tarxeta co seu DNI.
- Asegurar que os servizos adicionais son avaliados e que os produtos son inspeccionados antes de entregalos aos clientes para garantir que a entrega é realizada correctamente.
- Elaborar unha guía de boas prácticas na que se sinalen cales son as instrucións que se deben seguir durante a actividade de venda (identificar as características técnicas dos produtos, confirmar a información achegada polos clientes, revisar as facturas e tickets, contar o diñeiro mentres se devolve o cambio, etc)
- Explicar ao persoal cales con son as tarefas que teñen que realizar antes de abrir a tenda ao público (poñer en marcha e comprobar o funcionamento dos equipos informáticos e do material de hostalaría -cafeteira, frigorífico,...-, dispoñer de cambio para as devolucións, etc).
- Establecer mecanismos que axuden a detectar os erros técnicos e humanos producidos durante a actividade de venda (por exemplo, unha base de datos -a da TPV- na que estean rexistrados os erros máis comúns dos provedores)
- Expor como actuar cando un cliente identifica un erro.

Débese evitar...

- Entregar ao cliente un produto en mal estado.
- Cometer o mesmo erro de maneira reiterada.
- Emitir folletos publicitarios que conteñan erros referidos aos produtos/servizos ofertados así como das características do establecemento.
- Dar por suposto que os servizos adicionais son oportunos sen avalialos.
- Entregar o produto ao cliente sen revisalo previamente.
- Ter produtos mal situados.

3.6. Comunicación**Definición:**

Información subministrada sobre calquera aspecto relacionado coa actividade de venda e o propio establecemento comercial, así como a información proporcionada polos clientes.

Por que é importante?

Porque se trata das actividades destinadas a intercambiar información relativa aos produtos/servizos, usos, aplicacións, etc, entre a empresa, os seus distribuidores ou os clientes potenciais.

Debemos ter en conta o Mix de comunicación empregado pola Rede de Comercio Rural Galego:

- Publicidade
- Propaganda
- Promoción de vendas
- Forza de vendas
- Márketing directo
- Relacións públicas

No pequeno comercio o contacto cos clientes é moi directo, polo que a comunicación verbal e xestual é fundamental na realización da venda. A utilización dunha linguaxe apropiada adaptada ao cliente contribúe a prestar un servizo de calidade.

Como actuar?

O persoal dos comercios rurais debe actuar seguindo unhas pautas moi sinxelas:

- Ter dispoñible o horario adoptado no establecemento nun lugar visíbel tanto interior como exterior, incluso cando permaneza pechado.
- Informar no caso de que existan alternativas que amplíen as posibilidades de atención ao cliente.
- Dispoñer da información necesaria sobre os produtos e servizos ofertados no establecemento, ante posíbeis consultas por parte do cliente.
- Informar sobre os servizos adicionais ofertados no establecemento, compromisos adquiridos cos clientes, períodos e condicións de venda especiais.
- Comunicar os prezos dos produtos dos establecementos tanto no escaparate como na sala de vendas e dispoñer de follas de reclamación.
- Poñer carteis que informen de calquera cambio que tivera lugar na actividade comercial, como obras, reformas, ou cambio de emprazamento.
- En caso de que haxa unha queixa ou reclamación non fundamentada o persoal explicará todas as dúbidas ao cliente e anotarase para evitar futuras confusións.
- No caso de que a queixa/reclamación sexa fundamentada, débese aceptar o erro e expoñer solucións.
- Aclarar ao persoal do establecemento cal é a actitude que hai que manter para fomentar a comunicación cos clientes (escoita activa, prestar atención aos comentarios habituais dos clientes).
- Establecer un mecanismo de recollida das peticións e suxestións dos clientes para mellorar a súa satisfacción (caixa de suxestións).
- Analizar a satisfacción dos clientes a través de enquisas ou formularios.
- Indicar como se debe actuar ante situacións comprometidas.

- Concienciar o persoal do establecemento da importancia de manter unha boa comunicación cos clientes, e da necesidade de coñecer a súa opinión para formular melloras.

Débese evitar...

- Excederse na información prestada aos clientes sobre os produto/servizos requiridos, xa que pode conducir á confusión.
- Utilizar unha linguaxe demasiado técnica cando non sexa necesario.
- Non informar dos cambios ou novidades adoptados polo establecemento.
- Realizar servizos adicionais sen informar previamente das súas condicións (custe e prazo)
- Prohibir o pago con tarxeta, cando estea sinalizado a través de carteis.
- Non informar sobre os horarios de apertura e peche do establecemento.
- Reprender o cliente por facer algún comentario sobre os produtos ou servizos ofertados no establecemento.
- Eliminar os sistemas de información escrita dos clientes.
- Non ensinar os catálogos e folletos descritivos dos produtos ou servizos.

3.7. Seguridade**Definición:**

Inexistencia de perigos ou riscos que atenten contra a integridade física dos clientes, do persoal e dos bens do establecemento comercial.

Por que é importante?

A seguridade dun establecemento débese considerar nun dobre sentido, por unha banda seguridade e integridade física dos clientes e do persoal e pola outra, a garantía da seguridade dos bens que se ofrecen.

A seguridade é unha característica dun servizo de calidade que os clientes dan por suposto e a súa existencia, supón que o establecemento evita perigos e riscos que provoquen a

desconfianza dos clientes. Ningún cliente está disposto a negociar o nivel de seguridade que percibe nun establecemento.

A seguridade é un atributo moi complexo, un alto nivel de seguridade supón custes moi elevados, no entanto un nivel normal de seguridade ten custes aceptábeis.

Como actuar?

O persoal dos comercios rurais debe actuar seguindo unhas pautas moi sinxelas:

- Cumprir cos requisitos legais establecidos pola lei para garantir a seguridade dos clientes e do persoal.
- Protexer os datos de carácter persoal achegados polos clientes.
- Custodiar os bens dos clientes sempre que non estea permitido entrar con eles no establecemento.
- Sinalar as escaleiras, teitos e desniveis de terreo para evitar accidentes.
- Comprobar a identidade do cliente sempre que se pague con tarxeta; a entrega do DNI e da tarxeta será inmediata e en ningún momento se deixará no mostrador sen vixilancia por parte do persoal.
- Corrixir calquera incidencia que poida provocar algún dano sobre as persoas que se atopan no establecemento.
- Cumprir coas actividades de revisión e mantemento das instalacións.
- Identificar os posibles riscos que existen para o persoal e para os clientes asociados á actividade de venda.
- Establecer as medidas preventivas necesarias para evitas os riscos anteriormente identificados.
- Informar a todo o persoal sobre cales son as medidas de prevención que deben de utilizar para evitar riscos.
- Formar os empregados sobre como actuar ante unha situación de emerxencia.

Débese evitar...

- Colocar os extintores fóra da vista dos clientes do establecemento.
- Non sinalar calquera risco eventual existente no establecemento.
- Reducir custes asociados á seguridade.
- Obstaculizar as saídas de emerxencia.
- Presupoñer que non existe ningún risco no establecemento.
- Almacenar os produtos no espazo da tenda prexudicando o movemento dos clientes e do resto do persoal.

3.8. Accesibilidade**Definición:**

Facilidade para localizar o establecemento comercial e para entrar neste e desprazarse polo seu interior, así como a facilidade de contactar co persoal e localizar e visualizar os produtos e a información relacionada con estes e cos servizos ofrecidos polo establecemento.

Por que é importante?

Xeralmente cando un cliente entra nun establecemento busca a proximidade do persoal, para a solución das súas dúbidas. Ademais, a posibilidade de que as demandas dos clientes sexan atendidas en horarios pouco habituais, como por exemplo o mediodía, é un aspecto moi valorado polos clientes.

Outro aspecto importante para que o cliente se sinta totalmente cómodo é a posibilidade de que o cliente poida moverse polo establecemento con total liberdade.

Como actuar?

O persoal dos comercios rurais debe actuar seguindo unhas pautas moi sinxelas:

- Cumprir en todo o momento o horario e os días de apertura sinalados.
- Prestar unha atención personalizada aos clientes.

- Facilitar o acceso visual e físico dos produtos aos clientes, se están protexidos por unha vitrina ofrecerase ao cliente a posibilidade de acceder a el.
- Facilitar a mobilidade dos clientes e do persoal coa disposición máis apropiada do establecemento.
- Estar sempre dispoñible para solucionar as dúbidas e peticións dos clientes.
- Identificar o horario máis apropiado do establecemento en función das necesidades do público obxectivo (nais, traballadores,...).
- Coñecer os hábitos de compra dos clientes habituais.
- Concienciar da importancia que ten o asesoramento ao cliente á hora de decidir a compra.
- Utilizar elementos de mobiliario móbiles que permitan o seu traslado cando molesten.

Débese evitar...

- Desaparecer do establecemento (por exemplo, para ir ao almacén) aínda que sexa momentaneamente, xa que nese momento pode xurdir algunha necesidade para o cliente.
- Restrinxir o acceso dos produtos.
- Ser demasiado estrito co horario de peche.
- Ter prexuizos que afecten á cercanía e á accesibilidade do cliente ao persoal do establecemento.
- Non mostrar toda a atención posible ao cliente, por presupoñer que non a necesita.
- Que o mobiliario poida converterse nunha barreira para as persoas que están no establecemento.

4. ELEMENTOS TANXÍBEIS

A aparencia física do establecemento pode ser determinante para que o cliente decida ou non entrar a realizar a súa compra ou a mirar se atopa o produto máis adaptado ás súas necesidades.

A análise por parte do cliente das características do establecemento non é sempre intencionada, senón que pode ser inconsciente. Os principais elementos tanxíbeis son:

- Instalacións
- Equipos e mobiliario
- Materiais de servizo
- Produtos

4.1. Instalacións

As instalacións son as dependencias do establecemento comercial necesarias para desenvolver a actividade de venda. Entre as máis frecuentes atópanse: o escaparate, a sala de vendas e o almacén.

4.1.1. Escaparate

É o primeiro elemento co que o posible cliente toma contacto. Debe ser atractivo para chamar a atención dos transeúntes e invitalos a entrar no establecemento. Ademais, o escaparate:

- Debe estar sempre limpo e ben iluminado.
- As referencias a acontecementos sociais, datas históricas ou determinadas festividades, fan máis atractivas as composicións.
- Aqueles produtos nos que queira captarse a maior atención deberán ir colocados no centro do escaparate e nunha zona próxima ao cristal.
- Demasiada iluminación pode ser negativa para os produtos expostos e ao mesmo tempo distorsionar as cores.
- Evitar amontoar os produtos e que a decoración sexa recargada.

- Adaptar a utilización das cores en función do ambiente que se queira obter, para un entorno dinámico cores vivas (laranxas, vermellas, amarelas) e para conseguir un efecto relaxante cores máis suaves (azuis, verdes, brancos).

4.1.2.Sala de vendas

O interior do establecemento tamén debe ter un aspecto coidado, xa que é o espazo onde se vai realizar a compra. Cómpre ter en conta a amplitude, a luminosidade, a limpeza e a decoración e concordancia co escaparate para non decepcionar as expectativas feitas polo cliente. Ademais na sala de vendas débese:

- Evitar apiñar produtos que obstaculicen aos clientes e que reduzan o espazo e a amplitude dispoñible.
- Definir un estilo confortábel e ao mesmo tempo estético, que faga ao cliente sentirse cómodo mentres compra ou observa no establecemento.
- Procurar que todos os produtos estean ao alcance do público.
- Intentar transmitir sensación de luz e claridade a través dunha iluminación apropiada.
- Manter ordenados e clasificados os produtos sempre que sexa posible.

4.1.3.Almacén

Neste caso a importancia non reside tanto na aparencia física do espazo, como na comodidade de acceso e a adaptación aos requisitos do establecemento.

Os requisitos xerais das instalacións son:

- Deben estar limpas, ordenadas e ben conservadas, e no caso de que existan zonas diferenciadas deben estar sinaladas (aseos, probadores, etc)
- É necesario que cumpran a normativa aplicable para garantir a seguridade do establecemento.
- A temperatura debe ser apropiada á época do ano.
- A iluminación na sala de vendas deberá permitir apreciar as calidades dos produtos.
- A decoración e a estética deben ser acordes ás características do establecemento.

4.1.4. Control das instalacións

Antes da distribución dos espazos débese analizar o tamaño, distribucións e grao de ocupación das instalacións e determinar se é o apropiado para prestar o servizo.

Ademais débese comprobar que o persoal utiliza as instalacións correctamente, establecer un calendario/programa de mantemento das instalacións, onde se estipule a periodicidade, a necesidade de contratar persoal, etc.

Finalmente débese arranxar de maneira inmediata calquera deterioro ou avaría que se produza nas instalacións, aínda que non supoña un perigo nin para os clientes nin para o persoal.

4.2. Equipos e mobiliario

O equipo ven definido por todos os elementos necesarios para o desenvolvemento da actividade de venda e servizos adicionais.

O mobiliario está formado por aqueles elementos empregados para realizar a venda e que pretenden facilitar o acceso aos produtos, mantelos ordenados e achegar a maior comodidade ao establecemento.

É moi importante contar co equipo apropiado que garanta a calidade do servizo que presta xa que será máis áxil e eficaz. Ademais, o mobiliario é tamén un factor moi importante que determina en gran medida a comodidade do cliente durante a estancia no establecemento e pode ser un elemento diferenciador con respecto á competencia.

Os requisitos xerais que debe cumprir son:

- Deben de estar en perfecto estado de conservación e funcionalidade e cumprir con todos os requisitos establecidos legalmente.
- Cando sexa necesario os equipos estarán perfectamente calibrados para garantir o correcto funcionamento.
- No caso da comercialización de alimentos é necesario asegurarse de que cumpren coas condicións ambientais de temperatura, humidade, etc para garantir a seguridade e a salubridade dos alimentos que conteñen.

- Deben de estar sempre limpos e sometidos ás actividades de mantemento que necesiten (cando se considere oportuno elaborárase un plan de limpeza e mantemento).
- Deben adaptarse ás necesidades dos clientes, por exemplo no caso dos andeis ou vitrinas estas terán unha altura e estrutura que permita ao cliente acceder aos artigos sen ter que recorrer constantemente á axuda do persoal.
- Garantir que todo o persoal sabe utilizar correctamente os equipos e o mobiliario do establecemento.
- Asegurarse de que se coñece e cumpre con toda a regulamentación aplicábel.
- Manter o grao de limpeza e conservación apropiado.
- Corrixir de maneira inmediata calquera avaría ou incidencia que poda afectar ao funcionamento.
- Non demorar no caso de que sexa necesario a renovación dos equipos ou mobiliario que non estean en bo estado.
- Documentar sempre que sexa inoportuno os resultados das comprobacións do estado de conservación.

4.3. Envases e embalaxes

Os envases son aqueles elementos utilizados para envolver un artigo para que se conserve, facilitar o seu transporte, ou simplemente para adornalo e mellorar a súa presentación.

O embalaxe é a caixa na que se resgarda o obxecto para transportalo con maior facilidade ou evitar danos.

A utilización de envases e embalaxes pode ser un dos elementos diferenciadores do establecemento con respecto aos competidores, por iso é importante prestarlle atención a estes temas. Ademais, en moitas ocasións, supón un valor engadido sobre o produto adquirido, por exemplo no caso dun agasallo mellora a presentación e aforra tempo ao cliente.

Por outro lado, constitúe un medio adicional de promoción: a través da utilización de materias de envoltorio e envases personalizados co nome, teléfono e dirección do establecemento.

Tamén contribúe á satisfacción das expectativas do cliente, pois , en determinados subsectores como venda de artigos de regalo, xoiería, perfumaría, etc os clientes esperan que o produto

teña unha boa presentación polo que o material utilizado será o que mellor se adapte ás características do produto, tanto en tamaño como en resistencia.

Ademais, os envases e embalaxes deben:

- Cumprir a normativa aplicábel para garantir a seguridade e integridade dos produtos: no caso concreto dos establecementos de alimentación, deben ser exclusivos para o uso alimentario de modo que non alteren nin poñan en perigo a salubridade dos alimentos que conteñan.
- Serán atractivos e acordes co tipo de establecemento e a estratexia de venda.
- En determinadas épocas do ano como Nadal, Día da Nai, etc o establecemento debería dispor de materiais de envoltorio e embalaxe adicionais.
- O responsable do establecemento debe de asegurarse que conta con material suficiente para o desenvolvemento da actividade de venda.
- Utilizar fórmulas de envoltorio innovadoras e distintos tipos de materiais, que melloren a presentación dos artigos.
- Preguntar sempre se o artigo é para agasallo e evitar que o cliente teña que solicitar que llo envolvan.
- Sempre que os artigos podan sufrir danos con golpes ou traslados serán embalados.

4.4. Documentos de compra

Son os elementos utilizados para evidenciar a realización da compra. Empréganse na venda de produtos/ servizos, transporte da compra, arranxos e instalacións, etc.

Temos distintos tipos de documentos de compra: tickets de compra, facturas, albarás de entrega, notas de arranxo de artigos e similares.

Os documentos de compra son fundamentais para garantir un servizo de calidade, xa que son a evidencia da realización do servizo e das condicións adoptadas polo establecemento na realización deste.

Ademais, permiten exercer ao cliente o dereito de reclamar no caso de que se incumplan as condicións e de facer devolucións (sempre que sexa posible) se non se está conforme co produto.

Os requisitos dos documentos de compra son:

- Cando o cliente aboe o importe da compra con tarxeta, o ticket de compra poderá gramparse ao xustificante de pago antes de entregalo.
- No ticket de compra ou na factura pode incluírse, ademais dos datos requiridos pola regulamentación, unha frase de agradecemento pola compra realizada e o nome da persoa que realizou a venda. Neste caso se o cliente ten algunha dúbida ou reclamación saberá a quen ten que dirixirse.
- Informarse sobre a lexislación actualizada que se aplica á actividade comercial e aos servizos prestados polo establecemento. Os documentos de compra poden protexer dos clientes abusivos, xa que neles se indican os compromisos adquiridos polo establecemento, calquera condición adicional ou posibilidade e prazo para a devolución dos artigos.

Dentro dos documentos de compra tipo temos: o ticket, a factura e o recibo ou nota dos servizos adicionais.

4.4.1. Ticket

É o documento de compra máis utilizado cando o cliente adquire un produto. Ademais trátase dun documento legalmente esixible xa que forma parte do dereito de información do cliente.

É preferible que o ticket sexa expedido por unha máquina rexistradora, ordenador, terminal de punto de venda (TPV), etc.

Deben figurar os seguintes datos:

- Identificación do establecemento
- Data da compra
- Nome e referencia dos artigos adquiridos
- Importe unitario e importe total
- Desagregación do IVE

4.4.2. Factura

É un documento máis utilizado na contratación de servizos ou cando se adquiren produtos de características especiais ou elevado valor. Aínda que non é o máis común, pódese utilizar en lugar do ticket. Ao igual que no caso anterior trátase dun documento esixible legalmente polo cliente e sempre entregárase factura orixinal

Figurarán os datos esixíbeis pola regulamentación aplicable:

- Nº de serie da factura
- Nome da persoa física ou xurídica que expide a factura
- Identificación fiscal e domicilio do establecemento ou persoa física
- Identificación do cliente
- Lugar e data de compra
- Nome ou referencia dos artigos/servizos
- Importe unitario e total
- Desagregación do IVE

4.4.3. Recibo ou nota dos servizos adicionais

Este é un documento que debe entregarse sempre que se presta un servizo adicional. O recibo orixinal é para o establecemento e a copia para o cliente

Os datos que deben figurar nas notas ou recibos destes servizos:

- Identificación do establecemento comercial: nome ou razón social, enderezo completo e número de teléfono.
- Datos do cliente: nome, enderezo e teléfono de contacto.
- Identificación, mediante modelo, referencia, código, etc do artigo obxecto do servizo que se vai prestar.
- Descrición do servizo que se vai prestar.
- Condicións baixo as que se presta o dito servizo: prazo de entrega, lugar, custe unitario e total, formas de pago, etc.

4.5. Produtos

Cada un dos artigos ofertados no establecemento comercial, obxecto da actividade de venda.

A norma UNE 17501-1:2004 establece os requisitos para a actividade de venda e servizos adicionais, en ningún caso establece cales son os requisitos que deben cumprir os produtos comercializados para que sexan considerados de calidade.

O produto forma parte dos elementos tanxíbeis do establecemento, o obxecto da norma neste caso é explicar cales son os requisitos que se deben cumprir para garantir o estado de conservación, funcionalidade e seguridade dos produtos e ofrecer así un servizo de calidade.

É importante porque:

- Na maioría das ocasións os clientes vinculan a calidade do establecemento coa venda de produtos de calidade.
- O cliente sempre da por suposto que adquire produtos en boas condicións.
- No caso que o produto adquirido non cumpra co nivel de calidade esperada, o cliente buscará outros comercios alternativos que satisfagan as súas expectativas.
- A calidade dos produtos está suxeita a disposicións legais, máis ou menos esixentes, en función da súa natureza e dos riscos que afecten á saúde dos consumidores.

Os requisitos que deben cumprir os produtos son:

- Estarán sempre en bo estado de conservación e funcionamento.
- Cumprirán a lexislación aplicábel en materia de conservación, manipulación, seguridade, etc.
- Estarán correctamente situados tanto na sala de vendas como no escaparate, ordenados e limpos.
- A manipulación dos produtos realizarase sempre tendo en conta as características específicas dos produtos e as instrucións dos provedores.
- O produto que se entregue ao cliente estará debidamente embalado (en bolsa, caixa, papel, etc) excepto que o cliente o desestime.

- Existirá unha variedade de produtos suficiente para satisfacer as necesidades dos clientes.

4.5.1. Control dos produtos

- Comprobación da conformidade dos produtos adquiridos en base aos requisitos do pedido ao proveedor.
- Comprobación da conformidade dos produtos que son devoltos polo clientes e que son incorporados á venda.
- Supervisión do correcto estado de conservación e funcionalidade dos produtos no establecemento
- Comprobación de que os servizos adicionais non diminúen as características do produto
- Levar a cabo accións preventivas que garantiren o correcto estado dos produtos.

5. PERSOAL

As características do persoal do establecemento son un factor fundamental para garantir un servizo de calidade e para satisfacer as necesidades dos clientes.

En todo servizo interveñen dúas variables en canto a persoal se refire: Imaxe do persoal e competencia profesional

5.1. Imaxe

O persoal dos comercios rurais:

- Debe presentar un bo aspecto e aparencia das persoas implicadas na actividade de venda pois transmite a imaxe deste e incluso o estilo de dirección.
- A imaxe adecuada do persoal pode facilitar a compra do cliente
- Pola contra, a mala imaxe poder ser considerada polos clientes un argumento suficiente para non volver a comprar nun establecemento.
- É necesario concienciar ao persoal da importancia que ten o seu aspecto, os clientes relacionan á hixiene do persoal coa que se mantén cos produtos e o propio establecemento, especialmente en establecementos de alimentación.
- A aparencia persoal debe de ser acorde co estilo do establecemento e cos produtos que se ofertan.
- Establecer fórmulas para a identificación do persoal, a través do uniforme, da presentación por parte do persoal á chegada do cliente ou ben coa utilización de placas co nome do establecemento e da persoa.

5.2. Competencia profesional

A competencia profesional refírese ás destrezas e coñecementos necesarios para desenvolver correctamente a actividade de venda. É un dos aspectos que pode contribuír a diferenciar un establecemento dos seus competidores.

Cando o cliente acode a un establecemento espera atopar persoal que o poida aconsellar e asesorar na súa compra. A competencia profesional refírese ás destrezas e coñecementos necesarios para desenvolver correctamente a actividade de venda.

Polo tanto, o persoal terá que dispor dos coñecementos, aptitudes e actitudes necesarias para atender as necesidades dos clientes.

5.3. Definición de postos

A persoa responsable do establecemento terá que identificar os diferentes postos de traballo do establecemento e determinar cales son as funcións e responsabilidades de cada un.

Ademais, o persoal deberá de ser informado destas responsabilidades e terán que coñecer as características do seu posto.

Determinaranse tamén cales son os requisitos, en canto á formación, experiencia, aptitudes, etc, que debe cumprir a persoa para acceder a ese posto de traballo.

5.4. Necesidades formativas

Débense definir os contidos mínimos de formación para o persoal de nova inserción:

- Funcionamento das normas dos manuais
- Funcionamento xeral do establecemento
- Funcionamento dos equipos utilizados
- Coñecemento dos produtos/servizos ofrecidos
- Regras utilizadas no establecemento para atender aos clientes
- Identificación das necesidades formativas do resto do persoal, fundamentalmente nas seguintes situacións:

- Aparición de novos produtos ou servizos para ofrecer aos clientes
- Adquisición de novos equipos para a realización da venda
- Modificación das técnicas de venda utilizadas e/ou da actividade comercial
- Utilización de novas formas de pago dos produtos, etc.

5.5. Motivación do persoal

A motivación do persoal é un factor determinante para mellorar a calidade do servizo. Ás veces o mellor premio para o persoal é o recoñecemento do seu traballo.

Por iso, é importante establecer un sistema para recoller as suxestións e melloras propostas polo persoal, que coñece o cliente día a día.

Algúns dos mecanismos que poden utilizarse son:

- Caixa de suxestións para o persoal.
- Reunións co persoal utilizando a información interna directa.

É importante levar a cabo as ditas suxestións sempre que acheguen melloras e sexa posible a súa realización.

6. MELLORA

A mellora é un proceso recorrente que ten como obxecto aumentar a capacidade para cumprir os requisitos. Non abarca unicamente a satisfacción do cliente senón tamén as interrelacións que se producen entre os provedores e os comercios rurais.

Cada vez máis os establecementos están sometidos a unha maior competencia e maiores avances técnicos, o que supón a necesidade de adaptarse ás novas circunstancias e adaptar melloras no seu funcionamento de maneira continua.

Aínda que é normal a existencia dalgún erro na actividade comercial, hai que evitar que eses erros se repitan constantemente e que se repitan nun futuro.

O cliente está disposto a perdoar un erro, pero se non ve predisposición a mellorar, deixará de acudir ao establecemento.

6.1. Plan de mellora

O Plan de Mellora é o documento escrito que describe as actividades que hai que levar a cabo para mellorar un aspecto concreto do servizo prestado polo establecemento.

O obxecto é mellorar aqueles aspectos nos que falla a prestación do servizo e reforzar, e incluso superar, aqueles aspectos que caracterizan o servizo do establecemento como un servizo de calidade.

Os plans de mellora afectan a toda a organización e deberán elaborarse a través das achegas e da participación de todo o persoal.

Todo Plan de Mellora terá que estar sometido a un seguimento e control:

- Medirase o nivel de cumprimento
- Execución
- Posibles adaptacións

6.2. Apartados dun plan de mellora:

Situación

Descrición dos problemas detectados

Obxectivo

Que se quere conseguir unha vez se leven a cabo as medidas/accións pertinentes?. Pode ser un obxectivo xeral ou particular e poden exceder aos expresamente identificados na norma.

Medios

Determinar os elementos necesarios para conseguir os obxectivos, especificando se se dispón destes.

Motivación

Razóns a través das cales se pretende involucrar o persoal

Desenvolvemento

Como se vai executar o plan? Accións concretas que se deben levar a cabo, dificultades que se poden atopar, e como facer fronte a esas dificultades

Resultados

Alcance dos obxectivos planificados e adecuación das accións, trala súa execución.

Responsable de Execución

Identificación do posto ou da persoa á que lle corresponde cumprir os obxectivos e levar a cabo as accións previstas.

Supervisor

Identificación do posto ou da persoa á que lle corresponde revisar e verificar todo o proceso

Planificación

Momento no que se prevé o inicio e finalización do proceso.

Data Real

Momento real no que se remata o proceso

6.3. Requisitos da mellora

O/a responsable do establecemento deberá definir un sistema de xestión das incidencias, queixas e reclamación que será coñecido e utilizado por todo o persoal. Este sistema refelectirá o uso das follas de reclamación. Ademais:

- Calquera incidencia, queixa, devolución, reclamación, etc terá que estar debidamente documentada e será comunicada ao responsable do establecemento:
- Identificaranse cales foron as causas da incidencia
- Actividades/medidas necesarias para evitar a repetición do erro
- O/a responsable do establecemento terá que consultar periodicamente a opinión dos clientes para coñecer o seu grao de satisfacción e rexistrar os resultados para poder actuar sobre a mellora da calidade do servizo prestado.
- O/a responsable do establecemento determinará cal é o mecanismo máis apropiado para recoller as suxestións e propostas do persoal, para mellorar a calidade do servizo prestado.
- O/a responsable do establecemento verificará periodicamente que o nivel de cortesía, credibilidade, capacidade de resposta, comprensión do cliente, fiabilidade, comunicación, seguridade e accesibilidade; as instalacións, equipos e mobiliario, documentos de compra e produtos; e a imaxe e a competencia profesional, son axeitados para satisfacer as necesidades dos clientes.

- O/ a responsable do establecemento terá que concienciar ao persoal da necesidade de identificar incidencias e propoñer alternativas que contribúan a mellorar o servizo prestado.

6.4. Análise do servizo prestado

O ideal sería obter a información dos clientes, a través das caixas de suxestións, da realización de cuestionarios ou da conversación directa, se os clientes son de confianza.

Para un completo análise do servizo prestado polos comerciantes débese analizar:

- Comportamento e trato do persoal do establecemento nos diferentes momentos da venda.
- Xestión das incidencias (queixas, devolucións, reclamacións, cambios)
- Facilitade de acceso aos produtos e ao persoal
- Limpeza, orde e comodidade do establecemento
- Dispoñibilidade do persoal á hora de atender os clientes
- Profesionalidade do persoal
- Asesoramento prestado polo persoal e grao de coñecemento dos produtos/ servizos do establecemento
- Liberdade para entrar, mirar e saír do establecemento sen ningún tipo de compromiso
- Adecuación do horario de atención ao público
- Cumprimento do horario prometido

PROCEDIMENTO DE ATENCIÓN AO CLIENTE I: Requisitos de atención ao cliente

PROCESO	Procedemento de atención ao cliente
RESPONSABLE DE PROCESO	Xerente / Propietario do comercio rural
PROCESOS RELACIONADOS	Todos os procesos
ENTRADAS	Boas prácticas na atención de persoal
SAIDAS	Procedemento de atención ao cliente

OBJECTO

O obxecto deste procedemento é proporcionar unha ferramenta útil para os comerciantes que lles permita prestar un servizo de calidade aos seus clientes.

ALCANCE

Todos os procesos da empresa pois o tratamento aos clientes repercute en todo o negocio e é fundamental para a boa marcha deste

RESPONSABILIDADE

Xerente / Propietario do comercio rural.

- Debe procurar aplicar estes principios básicos no seu trato cos clientes
- Debe tratar de que os seus empregados sigan estes principios
- Debe analizar cales son os erros cometidos na atención ao cliente e darlles solución a través da realización dun plan de mellora

Empregados do comercio rural

- Deben aplicar as boas prácticas na atención de persoal recollidas neste manual e procedemento.

ENTRADAS

Boas prácticas na atención do persoal

SAÍDAS

O Procedemento de atención ao cliente

DIAGRAMA

Non hai un diagrama que describa o proceso

DESENVOLVEMENTO

Para o bo funcionamento do comercio rural é necesario seguir unha serie de “boas prácticas” que poderían resumirse nos seguintes puntos que recolleemos con maior detalle no Manual de Atención ao Cliente:

Requisitos do servizo

- Cortesía
- Credibilidade
- Capacidade de resposta
- Comprensión do cliente
- Fiabilidade
- Comunicación
- Seguridade
- Accesibilidade



Elementos tanxíbeis

- Bo estado das instalacións
- Bo estado dos equipos e mobiliario
- Envases e embalaxes atractivos



- Boa calidade dos produtos
- Cumprimentar os documentos de compra

Persoal

- Boa imaxe
- Competencia profesional



Mellora

- Plan de mellora
- Requisitos da mellora
- Análise do servizo prestado

Algo fundamental para prestar un bo servizo aos clientes é o trato, que coma comentamos anteriormente debe ser amábel, comprensivo e con educación, e a limpeza do local. Este último factor é fundamental pois a imaxe do establecemento debe reflectir e estar en consonancia coa imaxe da Rede. Debemos asegurarnos de que as instalacións están limpas e ordenadas, as mercadorías perfectamente colocadas e en bo estado, os equipos deben presentar un boa aspecto e estar en bo uso,...

Seguindo estas sinxelas regras, prestarase un servizo de calidade aos clientes o que é fundamental para a boa marcha do negocio.

ARQUIVO

O procedemento de atención ao cliente quedará arquivado neste manual. Os sucesivos Plans de Mellora realizados, arquivaranse nun AZ correspondente á xestión do persoal.