

ATENDER A LOS RECIÉN LLEGADOS

Natalia Sagarra

Veterinaria



La relación que establezcas el primer día con un nuevo propietario es la base para conseguir un cliente de futuro. Pon especial atención a sus preguntas y responde de forma sencilla y clara.



Cuanto mejor transmitamos nuestro mensaje y más entendamos a nuestros clientes, más capaces seremos de satisfacer sus necesidades y fidelizarlos.

Cuando una persona adquiere una nueva mascota, sea la que sea, se encuentra llena de emociones y con la sensibilidad a flor de piel. Cualquier información mal transmitida le provocará inseguridad y estrés, lo cual ocasionará interferencias a la hora de recibir tus consejos. Además hay que adecuar la conversación (lenguaje y conceptos) a las necesidades y características individuales del cliente.

La primera visita

Mucha gente adquiere un animal de compañía por impulso y sin pararse a pensar en las responsabilidades que conlleva. Cuando acuden a la clínica ya está hecho y en ocasiones te toca a ti la labor de concienciación sobre los compromisos que han asumido con su nuevo compañero. Si es un perro o un gato, la mayoría tiene ya algunos conceptos claros, pero si se trata de un animal más exótico el asunto se puede poner algo más complicado.

Es fundamental cuando atiendes a un cliente averiguar si es su primera visita a una clínica veterinaria y si es su primer animal de compañía. Si es así debes asumir que la consulta requerirá un tiempo extra para resolver todas sus dudas y explicarle lo que le puede ofrecer esta clínica (servicios, atenciones...) e incluso mostrarle las instalaciones.

En la primera visita hay algunos aspectos que no debes olvidar:

- Preguntar de forma sincera cómo está.
- Establecer contacto directo con el cliente y esperar a su respuesta.
- Permitirle saber qué estás haciendo en todo momento y por qué.
- Extraer todas sus dudas e ir resolviéndolas.
- La puntualidad tanto al empezar la visita como al finalizarla.



Otro aspecto que deberías recoger en esta visita es si el nuevo propietario viene por recomendación de algún otro cliente o bien por otros medios (el 30% de los clientes nuevos vienen por recomendación de nuestros clientes actuales).

A través de preguntas podrás ir conociendo a los clientes y descubrir sus motivaciones y hábitos de compra para ajustar mejor la presentación de los diferentes servicios y productos que puedes ofrecerle.

Mejor por escrito

Conforme vas dando información es importante proporcionar instrucciones por escrito para los "recién llegados", ya que pretender que el propietario asimile toda la información en la primera visita es una utopía y además le estresará. Elabora una guía para este tipo de clientes. Debe incluir la información básica sobre:

- Desparasitaciones
- Plan vacunal
- Identificación
- Esterilización
- Alimentación
- Higiene
- Educación y adiestramiento

Esta guía debe transmitirle que cualquier cosa que necesite su nuevo amigo la podrá obtener en este centro veterinario y que allí cuenta con un aliado que le va a ayudar a hacer más feliz a su mascota. Además reforzará la información que le hayas transmitido verbalmente. La gran mayoría de los propietarios esperan llevarse información escrita, no puedes decepcionarles.

En ocasiones deberás realizar una labor de concienciación sobre los compromisos que han asumido un propietario con su nuevo compañero.

No interrumpas mientras tu cliente hable aunque creas que lo que vas a decirle es más importante, porque cuanto él dice lo considera relevante.

Control de la atención al cliente

Analiza los elementos básicos que debes valorar para mantener un control eficiente sobre los procesos de atención al cliente.

1. Elementos tangibles: incluyen desde la apariencia de las instalaciones a la presentación del personal y la exhibición de los productos en venta.
2. Cumplimiento: implica desarrollar el servicio prometido y esperado correcta y oportunamente, y además con puntualidad. Se refuerza con el seguimiento correcto.
3. Disposición: significa ayudar a los clientes y ofrecer un servicio ágil (mostrar disponibilidad).
4. Cualidades del personal: como empleado tienes que demostrar que eres competente en tu trabajo y capaz de inspirar confianza.
5. Empatía: tienes capacidad para conocer al cliente, entender sus necesidades y mantener con él una comunicación permanente en un lenguaje claro y sencillo.