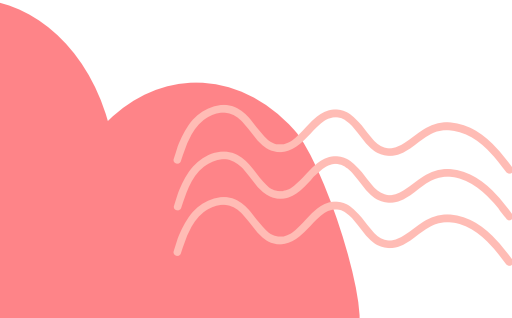





# EL CONTACTO PERSONAL



# La actitud del empleado

- Cada país tiene sus propias cualidades, los escandinavos son muy racionalistas, los alemanes tienen fama de eficientes, los franceses se distinguen por la profundidad de su pensamiento. ¿Qué rasgos distinguen al carácter mexicano?
- 
- 

- Podemos apuntar, por otra parte, que el mejor trato a las personas tiene un componente psicológico que apunta hacia la modernidad y a la juventud mental.

## Viejo cascarrabias

- Suele denominarse como actitud del “viejo cascarrabias” a la que incorpora señales evidentes de egoísmo, mal carácter, escasa disposición de servicio y talentos anclados en el pasado.

## Joven activo

- Por el contrario, el estereotipo de “joven activo” representa signos claramente apreciables de eficacia, simpatía y preocupación por los demás.
- Las cualidades que identifican la personalidad de los individuos en lo que se refiere a la prestación de un servicio están formadas por su **aptitud** y su **actitud**.

## La aptitud

- La aptitud agrupa a los conocimientos, experiencia y rasgos de carácter posiblemente apreciados en los procesos de selección. Son cualidades básicas para la prestación de un servicio de calidad y es obligación, tanto del empleado como de la empresa, mantenerlas, optimizarlas y adecuarlas mediante los procesos de formación y selección correspondientes.



- La actitud está formada por cualidades voluntarias del individuo, mediante las cuales puede modificar, matizar o resaltar sus rasgos de **carácter**, adecuando su **conducta** y modelos de comportamiento al mejor desempeño de sus funciones de trabajo.



# RASGOS DE ACTITUD



## El aspecto exterior

- De todos es conocida la enorme importancia que para la mayor parte de la gente tiene el aspecto exterior de las personas. Incluso los que presumen de no darle importancia a su forma de vestir o de presentarse, están reafirmando con ello un rasgo marcado de su personalidad.

- En nuestra forma de vestir, de peinarnos o de utilizar cosméticos o adornos, deberá estar representada nuestra capacidad de acogida a los posibles clientes, ya que el aspecto visual es el primer contacto que vamos a establecer con ellos.

- Otro aspecto rechazable es el desaliñado, por la sensación de escasa limpieza que puede producir en las personas a las que tenemos que atender. Con mayor razón se evitará cualquier descuido real en el aseo personal o limpieza de nuestro vestuario.

- Un ejemplo evidente del aspecto que debemos presentar en nuestro trabajo, nos lo dan los encargados o encargadas de los establecimientos comerciales de “alto standing”, como boutiques, etc., quienes con su aspecto personal intentan crear una imagen de calidad que pueda hacerse extensiva a los productos o servicios que ofrecen.



# Señas de identificación



- Conviene llevar encima una etiqueta, o tener sobre la mesa un letrero, con nuestro nombre y apellido.
- No somos personajes enigmáticos o infranqueables, sino que desde el primer momento nos presentamos como las personas que somos y no como individuos inasequibles.



- Cualquier detalle de nuestra historia o nuestra personalidad que podamos introducir en la conversación o a lo largo de las gestiones, servirá para acrecentar el sentimiento de conocimiento y amistad que debe impregnar nuestro trato con el cliente.



# Aspecto del entorno

- Los gustos de la gente son variados, pero a nadie le agrada la falta de limpieza de los demás. Por ello deberemos cuidar el orden de los muebles, los objetos y los papeles y extremar el aseo de nuestra mesa y de nuestro entorno.

- Evitar los restos de comida, recipientes con bebidas o café, bolsas u objetos que denoten nuestra preocupación por otros asuntos que no sean los de nuestros clientes y en general cualquier elemento que resulte ajeno a nuestra función.



# Forma de expresión

- Inmediatamente después del aspecto externo, personal y del entorno, el contacto se establece mediante la expresión oral. El tono de voz y las palabras utilizadas pueden proporcionar una cálida acogida o por el contrario enfriar o exacerbar las relaciones con nuestros clientes.



- Atender significa no solamente ocuparse, sino también preocuparse y humanizar el trato.

- Las frases de rutina pueden saberse de memoria, pero hay que decir las con emoción. La dirección de los grandes almacenes americanos "K-Mart" conocidos por su primoroso trato a los clientes, ordenó a las cajeras que les despidiesen pronunciando la frase: "Agradecemos su compra en K-Mart", pero al pronunciarla mecánicamente los clientes sólo escuchaban una frase rutinaria parecida a "Agradpranmar", que no entendían por mucho que agudizaban el oído.



# La comunicación

- Uno de los mayores defectos de la especie humana reside en su dificultad para comunicarse con sus semejantes. El conocimiento de esta limitación y la voluntad para atajar esta carencia, puede mejorar de forma importante nuestra comunicación con los clientes, influyendo de manera notable en la satisfacción de los mismos, mejorando a la vez la eficiencia de nuestro trabajo.

- Evitar los lenguajes tácitos ya que éstos pueden considerarse el cáncer de la comunicación. *¿Cómo me iba yo a imaginar que Vd. no sabía esto? ¿Cómo no se le ha ocurrido pensar que había que aportar determinado documento? ¿Por qué no me hizo repetir las instrucciones que le dí, si no las estaba entendiendo?* Son preguntas habituales que revelan una situación de incomunicación con las personas con las que tratamos.



- Para atender hay que ser buen comunicador. La falta de comunicación habitualmente se produce por falta de interés, aunque la disculpa más habitual sea la falta de tiempo, o la distracción del informado.



- Cuando comunicamos algún dato numérico o dirección, la fecha de una visita posterior, o algún plazo que el cliente deba recordar, le haremos un gran favor si se lo anotamos en un papelito que pueda consultar en el futuro.