

Cómo  
traicionarte a ti  
mismo y echar  
por tierra tu  
trabajo



@jcm2316

## Cuando renuncias a tu modo de trabajar y echas por tierra tu esfuerzo

experiencia del cliente

## Cómo traicionarte a ti mismo y echar por tierra tu trabajo

Experiencia del cliente

Cuando tus propias decisiones traicionan tu filosofía de trabajo y echan por tierra tu esfuerzo

A veces por diferentes razones y en momentos determinados se toma una decisión por el bien del negocio o con el fin de tener un buen resultado.

Pero que suponen renunciar a tu forma de trabajo que has seguido con esfuerzo durante mucho tiempo.

experiencia del cliente

## La experiencia del cliente, un conjunto de sensaciones

Recientemente he leído en el diario El País, [una crítica de Carlos Capel](#) acerca de una experiencia vivida en el restaurante japonés Hajime, de dos estrellas Michelin, en Osaka, Japón, el cual le había sido recomendado.

Lo defino como experiencia y no como una reserva para una cena, ya que este es un claro ejemplo de lo que denominamos la experiencia del cliente en un restaurante. Todo un conjunto de sensaciones.

Si quieres conseguir conectar y fidelizar a tu cliente, [debes contemplar la experiencia completa que dicho cliente experimenta](#) con relación a tu establecimiento, producto y marca.

Carlos Capel en esta reseña acerca de su experiencia de cliente vivida con relación a este restaurante, habla acerca de él, incluso mucho antes de llegar al establecimiento, de cuales son sus sensaciones con respecto a ese primer contacto.

Luego narra el resto de la experiencia e incluso una vez fuera del establecimiento sigue rememorando como fue lo vivido y escribe comentarios acerca de cual ha sido el resultado.

Y esto es algo que experimentamos todos, no me refiero a la crítica profesional que ha realizado su autor, sino a todo el conjunto de sensaciones que percibimos desde mucho antes de llegar al establecimiento y cuales son los sentimientos que nos van generando la experiencia, y cual es el resultado final que rememoramos.

Hay muchos establecimientos que ignoran este proceso y contemplan solamente la parte que corresponde a la estancia del cliente en el propio restaurante.

Si quieres conectar con tu cliente debes contemplar este proceso en su conjunto.

Pero vayamos al hecho en si.



experiencia del cliente

## Experiencia previa del crítico Carlos Capel.

La crítica que realiza Carlos Capel en su post comienza describiendo su reacción a los requerimientos del establecimiento para formalizar la reserva y una serie de prohibiciones que el cliente debe tener en cuenta al asistir al local.

Limitaciones que generan en el autor un conjunto de sensaciones negativas hasta el punto de plantearse cancelar el evento.

Creo que por desgracia, no queda más remedio que poner condiciones al formalizar las reservas, pero también creo que todo depende de como se haga.

Entiendo que se deben pedir los datos para formalizar una reserva y buscar el medio de evitar el No-Show, [del que he hablado en este post](#) y de las consecuencias que ello conlleva.

Pero eso no tiene por que suponer que solicites el 50% por adelantado del importe del menú, incluso si cancelas el día antes de la fecha de la reserva.

Me parece algo más que un mero elemento disuasorio para la no presentación sin cancelar, y corres el riesgo de generar la sensación de exceso o prepotencia que experimenta el autor del artículo.

No me parece un buen comienzo.

# Condiciones para hacer una reserva

Además a este requisito se le añade una serie de condiciones para poder asistir.

Para los hombres, pantalón largo que no fuera vaquero, zapatos de piel, chaqueta, entre otras especificaciones. Cualquier otra vestimenta resulta no adecuada.

Para empezar creo que es mucho mejor convencer que prohibir, es mucho más eficaz y generas un sentimiento más positivo que cuando te prohíben algo.

También indican la prohibición de utilizar el móvil y de realizar fotografías en el interior del establecimiento.

Al principio de leer estas normas, pensé que el chef estaba protegiendo la propiedad de la presentación y puesta en escena de sus platos, pero al leer el texto completo descubres que no es ese el motivo.

El chef considera y contempla el acto de acudir a su establecimiento como una experiencia completa, el concepto del que he hablado al principio, y explica que se esfuerzan mucho en completar el hecho de comer, con toda una atmósfera que invite y te concentre en la experiencia de degustar sus platos en un ambiente propicio para ello.

Entiendo perfectamente cuál es el objetivo.

Puedo entender que se prohíba el uso del móvil, ya que muchas personas no saben usarlo en público, no tienen inconveniente en hacer sus conversaciones en voz alta y en medio del resto de los comensales sin importarles si molestan o no.

experiencia del cliente



experiencia del cliente

## **Se prohíbe hacer fotos, tema principal de la crítica**

También puedo entender que incluso se prohíban las fotos.

Explican que en muchas ocasiones, el menú de degustación, tiene un tiempo de servicio sucesivo de platos pensados expresamente para conseguir el mejor resultado y que muchos platos requieren una temperatura correcta.

Todo esto se ve alterado por clientes que se entretienen sacando fotografías de los platos mientras estos pierden sus propiedades, de presencia y temperatura.

Entiendo el objetivo de buscar la perfección pero creo que funcionaría mucho mejor, realizar recomendaciones con su explicación correspondiente que la prohibición en si.

Lo que ya no entiendo tanto es con respecto a la indumentaria adecuada para asistir al evento.

Entiendo un mínimo, pero no veo como puede empeorar el usar un determinado tipo de calzado la experiencia a vivir, sino todo lo contrario, en muchas ocasiones, puede proporcionar el confort adecuado que te permita disfrutar mucho mejor de toda la degustación.

Por lo tanto, se trata más de presencia que de la experiencia que vaya a



experimentar el cliente. Y en este tema hay opiniones para todos los gustos.

Hasta aquí, digamos que el establecimiento tiene un objetivo que es el de ofrecer al cliente una experiencia lo más perfecta posible para que el cliente disfrute al máximo.

No estoy de acuerdo con las medidas que toman para conseguirlo y creo que otras soluciones serían más acertadas, pero cada uno aplica su criterio.

Lo que si que me llama muchísimo la atención es el resto del texto.

## **Hablando de la experiencia del cliente vivida**

A continuación Carlos Capel habla de su experiencia una vez ha llegado al restaurante.

Algo frustrado por no poder realizar fotografías como periodista que es, tiene una actitud un tanto negativa hacia el establecimiento.

Creo que conseguir generar esto en un cliente no es un buen comienzo para disfrutar de una experiencia que se pretende sea memorable.

A continuación se describe como el establecimiento admite un grupo grande de personas que acuden al establecimiento sin cumplir las normas de vestimenta que la firma establece, que utilizan los móviles y que realizan fotografías sin ningún pudor.

Ante la solicitud de explicaciones por parte del crítico, el establecimiento se justifica reconociendo que esta es una de sus mesas más rentables y que para poder obtener la rentabilidad precisa, en un local con pocas mesas, no les queda mas remedio que aceptar este tipo de reservas que incrementa eficazmente sus ingresos.

Se entiende que debe ser un grupo que acude con relativa frecuencia y que siempre deja dinero.

Con dicho grupo presente en el establecimiento, autorizan al crítico, en compensación, a realizar fotografías de los platos y saltarse sus propias normas, tal y como demuestra el periodista en su propio artículo.

experiencia del cliente



experiencia del cliente

## **El gran error de no ser fiel a tu filosofía de trabajo**

Creo que este es uno de los mayores errores que puede hacer un establecimiento de prestigio y que es traicionarse a si mismo, a su forma de trabajar, y a [toda su filosofía de trabajo](#). Y todo por dinero. Y no lo digo como reproche.

Me parece tirar por tierra todo el trabajo y esfuerzo realizado para llegar hasta donde han llegado y tirar y despreciar toda la dedicación para la preparación y degustación de un menú que requiere de mucho conocimiento y técnica.

Comprueba como ahora mismo, no estamos hablando principalmente de la elaboración y obra del chef Hajime Yoneda, sino de todo lo que ocurrió al rededor de la degustación en si.

Y esto no creo que sea lo más interesante para el propio chef.

De hecho, el mismo crítico, dedica mucho más tiempo al hecho de no poder tomar fotografías o a la experiencia vivida, que a la degustación de los platos, de los cuales se limita a publicar sus fotos sin comentarlos en profundidad como cabría esperar de una crítica gastronómica.

Donde consta entonces todo ese trabajo y ese esfuerzo objetivo final de dicho evento.

[No mantenerte fiel a tu filosofía de trabajo, a la larga, tirará por tierra todos tus logros y esfuerzo. Clic para tuitear](#)

## **Al final pierdes a ese tipo de clientes**

Con esa decisión, al final, conseguirá tener una mesa rentable y tragar con su comportamiento, pero me arriesgo a asegurar, que es mucho más lo que pierde a largo plazo.

El resto de clientes que disfrutan y aprecian el esfuerzo realizado por el establecimiento, a la larga, serán más rentables que esa mesa que no valora, ni respeta el trabajo realizado.

Que al final te abandonará por el siguiente establecimiento de moda. O por aquel que le ofrezca mejor precio o hacer lo que les venga en gana.

La presencia de dicho grupo, rebaja la calidad del ambiente y de la experiencia en si, en un local que busca la perfección.

Es lo que coloquialmente llamamos, pan para hoy, hambre para mañana.

experiencia del cliente



experiencia del cliente



# Resulta ser siempre una decisión difícil

Es una decisión muy difícil, tener que optar entre la necesidad de rentabilizar tu negocio y mantener la filosofía y forma de trabajo con la que has empezado y que te ha llevado hasta donde estás.

Es muy difícil tener la firmeza necesaria para seguir haciendo tu trabajo tal y como lo entiendes cuando la necesidad financiera se impone.

Pero también creo que son precisamente estas decisiones las que te hacen crecer o perder lo que ya tienes.

Conseguir dos estrellas Michelin no resulta nada fácil y conseguir una atmósfera perfecta que haga sublimar la experiencia, tampoco.

Tanto esfuerzo para atender una mesa que será muy rentable, pero que arruina y desprecia tu trabajo, algo evidente en cuanto no respeta tus normas de funcionamiento, creo que no merece la pena.

Le deseo al señor Hajime Yoneda que esto haya sido un incidente puntual y que siga cosechando éxitos en el futuro. Por que tanto esfuerzo se lo merece.

experiencia del cliente

---

Me gustaría saber cual es tu opinión acerca de este tema y si te has visto en la necesidad de tomar decisiones de este tipo.

Qué piensas acerca de las decisiones tomadas por este establecimiento con respecto a su proceso de reserva y cual es tu opinión acerca de cómo proceder en situaciones similares a las que Carlos Capel describe en su post.

Imágenes tomadas de la web de [Hajime Yoneda](#)

Deja tus comentarios, aquí abajo ↓↓↓ cómo siempre.

Experiencia del cliente