

Inteligencia emocional para la atención al cliente en hostelería



Jorge de la Cruz
GASTROMARKETING

@jcm2316

Inteligencia emocional para la atención al cliente en hostelería

Inteligencia emocional

Inteligencia emocional para perfeccionar la atención al cliente

Nadie duda de que hoy la atención al cliente es un elemento vital en un negocio de hostelería.

Y cada vez lo será más, hasta el punto de que va a ser lo que diferencie a unos establecimientos de otros.

Saldrán adelante y obtendrán mejores resultados aquellos negocios que apuesten con fuerza por una atención al cliente excelente.

Ya que lo más difícil de conseguir en un local de hostelería es que se realice de forma correcta y es en lo que más fallan en muchas ocasiones.

Pero hay que reconocer que es difícil manejar al público.

Un público cada vez más exigente que tiene a su disposición una enorme oferta donde elegir.

Como personas que son, muchas veces tienen razón pero otras no tanto y en muchos casos son factores emocionales los que les llevan a mostrar disconformidad sin que haya un motivo real para ello.

Y estas anécdotas van calando en los profesionales hasta modificar la actitud que tienen hacia el cliente con el paso del tiempo, con lo que los resultados ya no son los mismos.

Se genera lo que coloquialmente se llama quemarse con el trato al público y este es un punto al que no hay que llegar, sino queremos que afecte directamente a nuestra cuenta de resultados.

Le ocurre con gran frecuencia a aquellos propietarios o responsables que concedores del esfuerzo por realizar un buen trabajo cada día, además tratan directamente al cliente, con lo que tienen menos capacidad de encajar una queja absurda o sin motivo.

El conflicto

Cuando el cliente reclama con razón no suele generarse conflicto ya que se procura buscar una rectificación y ofrecer una solución que le satisfaga.

El conflicto surge cuando se considera que el cliente no la tiene y lo que busca es algo diferente a un buen servicio. O cuando se comete un error y el cliente no se muestra razonable buscando algo más que una disculpa.

A veces, la persona que está atendiendo al cliente, equivocadamente entiende que este no tiene razón debido a su propio estado emocional, lo que puede provocar el incidente

Las emociones como generador del conflicto

Somos personas y la emoción, lo que sentimos, toca las raíces más profundas del comportamiento humano.

Así nos sentimos, así reflejamos un comportamiento u otro.

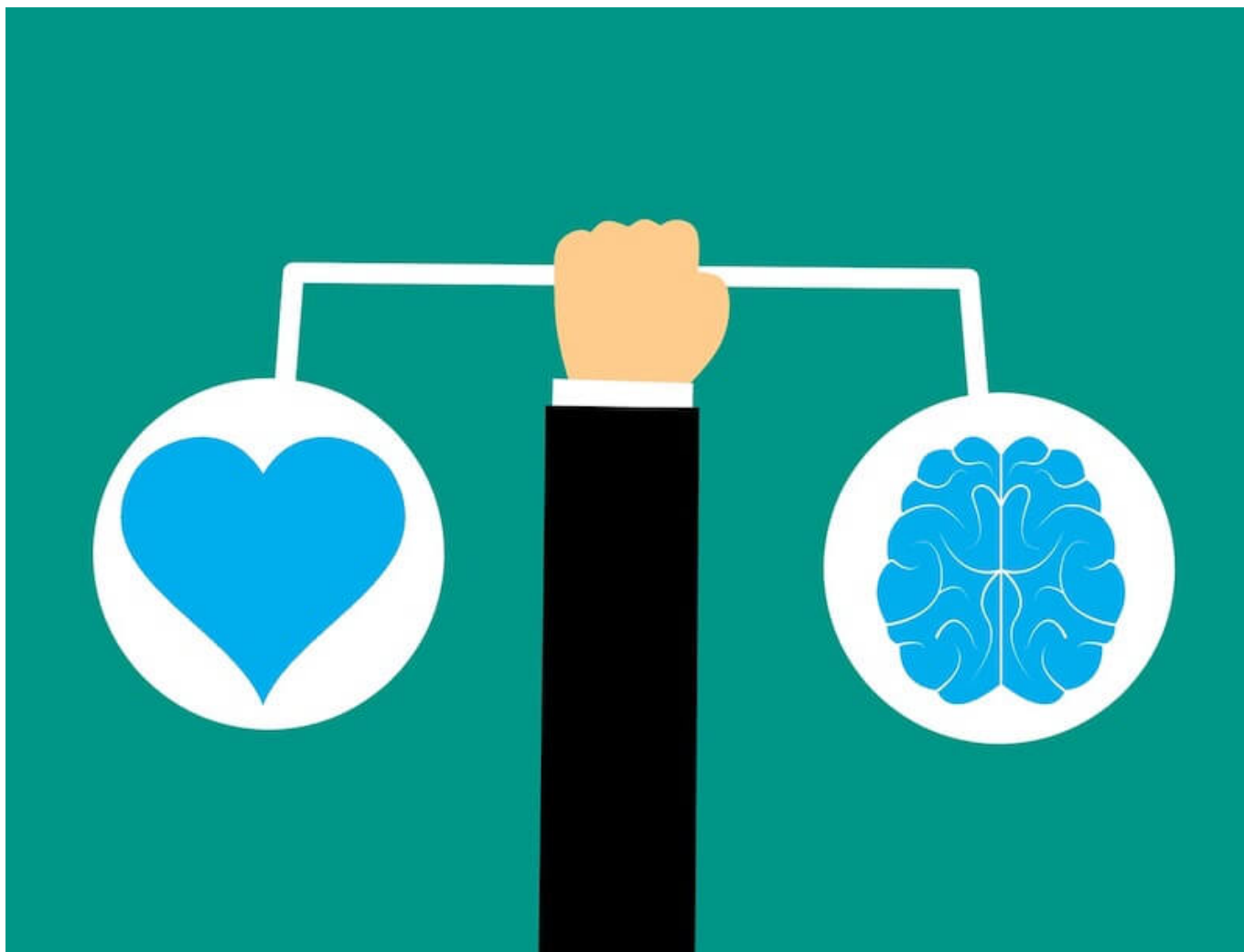
Por otro lado, la emoción que no se expresa de forma consciente, se expresa de forma inconsciente y por tanto, no lo evitamos, pero se refleja.

La comunicación tiene su parte verbal, pero también su parte corporal y de una forma muy preponderante.

Las emociones dictan el tono de las interacciones con los otros, por lo que conocer las emociones que sentimos y auto regularlas es una opción muy útil para las relaciones con los clientes.

Pero no solo con los clientes sino también con el personal.

Poder gestionar las emociones a la hora de manejar al equipo es una herramienta que nos va a resultar de gran utilidad.



El cansancio, un elemento importante

Uno de los factores que más perjudica a la atención al cliente es el cansancio.

La hostelería es una profesión que resulta agotadora en muchas ocasiones.

El cansancio merma de forma considerable nuestra capacidad para controlar nuestras emociones y también nuestra capacidad de empatía, paciencia, interés por el otro, la capacidad de escucharle.

Y aquí es donde entra la inteligencia emocional, como la capacidad de sentir, entender, **controlar y modificar** los estados emocionales en uno mismo y en los demás.

Se trata de manejar y equilibrar las emociones que surjan en una relación sea del tipo que sea, ya que resulta útil en todos los contextos y situaciones vitales del individuo, tanto clientes como cualquier otro tipo de persona con la que nos relacionemos.

Y por tanto también con el personal, uno de los elementos más complicados de manejar en un negocio de hostelería.

Se debe empezar a tener en cuenta el concepto de inteligencia emocional para entrenarla y desarrollarla.



La empatía, vital en toda relación

Es importante saber manejar nuestros sentimientos, pero también saber reconocer los sentimientos del cliente.

Empezar a desarrollar nuestra habilidad para reconocer cómo nos sentimos es

el primer paso para reconocer cómo se siente el cliente.

Muy pocas personas, de primeras, son capaces de identificar sus emociones y este es un primer paso para desarrollar una auténtica inteligencia emocional.

La inteligencia emocional es la responsable de casi el 60% del éxito profesional por encima del coeficiente de inteligencia.

Es por tanto, vital intentar desarrollar la capacidad de conectarse con las necesidades y sentimientos de los demás.

La capacidad de empatía resulta importante para conseguir llegar a buen fin en la relación con el cliente.

Ponerse en el lugar del cliente facilita mucho la conversación, la escucha activa y dar señales de prestar atención son herramientas que ayudan a modificar el estado de ánimo del cliente, ya que se demuestra un interés por lo que le está ocurriendo.

Pero esto también es aplicable en la relación con tu equipo.

Dialogo por encima de la discusión

Al fin y al cabo se trata de convertir una posible discusión en un diálogo.

Siempre mejor un diálogo frente a una discusión, ya que con una discusión lo que se pretende es ganar y con el dialogo lo que se pretende es comprender al otro.

Poder desarrollar la capacidad de convencer a los demás es todo un reto.

Hay que tener en cuenta que uno de los objetivos más difíciles del mundo es transmitir las ideas con exactitud de una mente a otra, por lo que conseguir que el otro entienda lo que se pretende, requiere su esfuerzo y empeño.



Pautas para auto regularse emocionalmente

- Conocer perfectamente el estado emocional interno
- Responder pero no contestar que es más rotundo
- Respirar para relajarse
- Distanciarse de la situación emocionalmente todo lo posible
- Buscar la empatía con el otro, con el desconocido
- Practicar la escucha activa e intentar entenderle

Se ha de mantener la distancia con los sucesos, no tomarse las críticas o quejas de los clientes como algo personal.

Se trata de llegar a un acuerdo que cubra las necesidades del cliente y que cumpla con sus expectativas.

Tener un objetivo claro de lo que se pretende conseguir y se busca a largo plazo, facilita mucho la labor en la atención al cliente en general y poder manejar con éxito un posible incidente que pueda surgir.

Además reduce los momentos de tensión, ya que tu foco está más allá del momento y facilita conseguir encontrar una solución adecuada al cliente, evitar discutir y buscar un culpable al que ganar.

[Las emociones dictan el tono y el resultado de las interacciones con los otros, por lo que conocer las emociones que sentimos y auto regularlas es una herramienta muy útil Clic para tuitear](#)

Conclusión

Todo esto es muy fácil decirlo y no tanto aplicarlo, al fin y al cabo en muchos momentos las emociones nos dominan y por lo general para mal.

Pero un principio es conocer y tener el propósito de querer controlar las emociones para que no gobiernen los actos y las decisiones y sea la razón la que prevalezca por encima de otros motivos.

Manejar las emociones propias para poder manejar las de los otros es una herramienta de excelentes resultados.

Aplicable tanto en la relación con el cliente como en la relación con el equipo.

Ser conscientes de que debemos autocontrolar las emociones es un gran paso, adquirir el hábito de hacerlo, otro mayor.

Tal vez te pueda interesar:

[La atención al cliente, primer motivo de queja en las redes sociales](#)

[Inteligencia emocional para el servicio al cliente](#)

[Cómo aplicar la inteligencia emocional en la atención al cliente](#)

¿Cómo gestionas la relación con el cliente?

¿Es para ti un problema o un reto?

¿Supone un gran inconveniente en tu negocio la atención al cliente?

Conocer tu opinión es importante y nos enriquece a todos. Puedes dejar tu comentario justo aquí debajo.

Inteligencia emocional