

eBOOK GRATUITO



**CONSEJOS PARA  
CANALIZAR Y ATENDER  
TUS INCIDENCIAS**

**guestvox**

[www.guestvox.com](http://www.guestvox.com)

# Introducción

Actualmente la excelencia en el servicio es clave en el éxito de las empresas, los usuarios no basan sus decisiones de compra sólo por la calidad de un servicio o un producto, además de eso buscan experiencias satisfactorias antes, durante e incluso después de haber adquirido el producto o servicio, el cliente busca sentirse especial, no ser un número más, busca que lo escuchen, reconozcan y estén al tanto de sus necesidades. Los tiempos en que las empresas ponían las reglas son pasado, si se quiere apostar por el futuro se tiene que empezar a tomar en cuenta al protagonista, el comprador, he ahí la importancia de forjar una cultura de servicio en los colaboradores de nuestra empresa, y no sólo de cara al público, también internamente, el servicio debe adoptarse como parte de los valores institucionales, porque en el servir se elimina el yo.

En el día a día de las operaciones de las empresas suceden cientos de incidencias que van desde lo más simple como que se funda un foco, una queja o una reclamación, hasta lo más complejo como puede ser un accidente; idealmente todas estas incidencias deben ser atendidas, registradas, darles seguimiento y solucionarlas eficientemente por los responsables y encargados de las áreas competentes y/o por el departamento designado específicamente para esa tarea como puede ser Servicio al Cliente, Servicio al Huésped o su equivalente.

Llevar un registro de las incidencias te permite generar reportes, históricos, estadísticas, detectar áreas de oportunidad en las diferentes áreas, aplicar mantenimiento preventivo (recordemos que el mantenimiento correctivo es más costoso además de generar mayores inconvenientes), conocer más a tus clientes al llevar un histórico de su perfil y un sinfín de posibilidades que puedes realizar a partir del análisis de la información recabada.

Lamentablemente muchas veces la realidad está muy lejos de lo ideal y la gestión de incidencias se lleva de forma errónea, arcaica o por más increíble que parezca es nula; en muchas ocasiones por negligencia de los colaboradores, pero en la mayoría de los casos es por falta de entrenamiento o desconocimiento de los involucrados.

Como empresa es nuestro deber y responsabilidad dar un entrenamiento adecuado a los colaboradores, no podemos esperar que hagan lo que queremos por cuenta propia, y no es porque no quieran o puedan, es porque lo desconocen y en repetidas ocasiones nosotros también lo desconocemos o no lo dominamos del todo.

Para darle solución a esa falta de información o para completar la que ya tienes, hemos tratado de resumir la necesaria en "**20 Consejos para canalizar y atender tus incidencias**", espero te sean de mucha utilidad y sean efectivas en tu empresa, recuerda que la excelencia en el servicio es un factor determinante en el incremento de las ventas, incremento de la lealtad y satisfacción de tus clientes.

## 1.- La información es poder

### ¡Regístralo todo!

La mayoría de las incidencias pasan desapercibidas sin ser registradas, ya que se consideran "mínimas", debido a esto los puestos directivos o gerenciales no se enteran de lo que está pasando en sus departamentos, por lo que una incidencia "mínima" puede convertirse en una constante sin ser percibida, en el mejor de los casos la solución será simple, en el peor puede derivar en un costo para solucionarla cada vez que se repita, que representará a largo plazo una carga económica importante e imperceptible.

Recuerda que mientras más información tienes sobre lo que sucede en tu empresa, tendrás un mejor control. Es necesario que tu personal entienda la importancia de registrar toda incidencia, por "mínima" que parezca.

## 2.- Crea diferentes categorías de incidencia

### "Identifica las incidencias más frecuentes"

Seguramente en tu empresa tendrás detectadas ciertas incidencias, quejas o reclamaciones que suceden con frecuencia o cierta periodicidad.

Lo mejor será clasificar las incidencias por niveles dependiendo de su complejidad, cada uno tendrá ciertas características como nivel de urgencia, acciones a tomar, responsables y otros atributos que sean necesarios en la operación de tu empresa.

Cuando empieces este proceso de categorización sólo tendrás algunas incidencias identificadas, conforme vayas generando mayor información te darás cuenta que hay más de las que pensabas, deberás hacer una actualización periódicamente. Ejemplo en Fig. 1.

## 3.- Diseña un plan de compensaciones

### "Es inevitable que sucedan incidencias, pero puedes estar preparado para cuando pasen"

Tomando como base las categorización de las incidencias puedes asignar a cada nivel un paquete de compensaciones que sean aplicables, se puede otorgar al cliente una o más dependiendo de la gravedad del asunto.

Personalmente recomiendo que en al nivel más básico no se le asignen compensaciones, debido a que las incidencias mínimas no generan una reacción muy fuerte en el cliente, sólo basta con ofrecer una solución y pedir una disculpa, a menos que no se solucionen o se repitan, en ese momento pasarían al siguiente nivel y se debería compensar.

Para los niveles medios y altos las compensaciones se deben otorgar en relación a la incidencia, tomando en cuenta también el grado de enojo que presente nuestro cliente. Debemos capacitar muy bien a los gerentes para que aprendan a leer a las situaciones, tomar decisiones bajo un buen juicio y no se abuse del uso de las mismas.

Lo más importante al diseñar el plan es implementar compensaciones que sean muy atractivas para el cliente, que se perciban como un ganar, sin que le peguen tanto a los costos, que si bien es muy importante cuidar a los clientes, también es muy importante cuidar las finanzas de la empresa. Ejemplo en Fig. 1.

<b>Nivel</b>	<b>Urgencia</b>	<b>Incidencias</b>	<b>Acción</b>	<b>Compensaciones</b>
1	Baja	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Queja por mal funcionamiento de aire acondicionado.</li> <li>-Queja porque limpieza no se llevó a cabo.</li> <li>-No sale agua caliente.</li> <li>-Llave desprogramada.</li> <li>-Foco fundido.</li> <li>-Teléfono no funciona.</li> <li>-Wi-fi no funciona.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Disculpa.</li> <li>-Registro de incidencia.</li> <li>-Reportar a departamento encargado para dar solución.</li> </ul>	<p>Aplica sólo si no se resuelve la incidencia o se vuelve a repetir, en ese caso se pueden otorgar compensaciones de Nivel 2.</p>
2	Media	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Servicio de despertador no se realizó.</li> <li>-Mala experiencia en restaurante.</li> <li>-Mala experiencia con algún colaborador.</li> <li>-No se dio seguimiento a alguna petición.</li> <li>-No le gusta su habitación.</li> <li>-Huésped insatisfecho con la tarifa.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Disculpa</li> <li>-Registro de incidencia.</li> <li>-Reportar a supervisor o gerente.</li> <li>-Gerente da conclusión.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Desayuno buffet.</li> <li>-Cena buffet.</li> <li>-Transportación al aeropuerto.</li> <li>-Botella de vino y canapés en habitación.</li> <li>-Cambio de habitación.</li> <li>-Upgrade a siguiente categoría.</li> </ul>
3	Alta	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Accidente derivado de falta de mantenimiento.</li> <li>-Robo en habitación.</li> <li>-Intoxicación por alimentos.</li> <li>-Casos de alta responsabilidad por parte del hotel.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Reportar de inmediato a Supervisor o Gerente.</li> <li>-Registro de incidencia.</li> <li>-Director o Gerente dan conclusión.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Noche(s) en cortesía.</li> <li>-% Descuento en cuenta total.</li> <li>-Gastos médicos a cargo del hotel.</li> </ul>

Como vimos en el punto anterior es importante poder clasificar las incidencias y estandarizar las compensaciones que podemos otorgar a los clientes, pero ¿Qué pasa internamente en nuestra organización? ¿Cómo incentivamos a los colaboradores a que reporten todas las incidencias? ¿Las reportan de una forma adecuada? ¿Dan el seguimiento como se debe? ¿Cuánto tiempo tardan en dar una solución?

Debemos recordar que los colaboradores son nuestros ojos, ellos ven lo que realmente está pasando en la empresa tanto con los clientes, como las instalaciones y la organización. Como ya lo mencioné, es nuestro deber capacitarlos para que gestionen adecuadamente las incidencias, sin embargo esta capacitación no será del todo exitosa sin tener un plan de incentivos y/o reconocimientos para los encargados de ejecutar dicha tarea de la mejor forma.

Y con incentivar no me refiero necesariamente a un tema monetario, está comprobado que un colaborador se siente identificado y es leal con la institución para la que trabaja cuando ésta reconoce su labor, el esfuerzo y empeño que pone al ejecutar las tareas que le son asignadas. Tomando todos estos factores en cuenta lo ideal será crear un plan de incentivos para los colaboradores, reconociendo a aquellos que adopten adecuadamente la cultura de servicio y gestión de incidencias. Este plan debe ser claro, marcar los lineamientos bajo los cuales se va a evaluar al personal, dar a conocer los incentivos a los que serán acreedores y determinar la temporalidad.

Personalmente recomiendo implementar incentivos muy atractivos para los colaboradores, por los que se entusiasmen y esfuercen por alcanzar. Ejemplo en la siguiente tabla:

<b>Categoría</b>	<b>Detalles</b>	<b>Incentivo(s)</b>
Incidencias capturadas	Mayor número de incidencias válidas capturadas.	-Reconocimiento -Día de descanso extra
Mejor captura	Captura de incidencias de forma clara y concisa.	-Reconocimiento -Día de descanso extra -Voucher para actividad
Tiempo de respuesta	Mejores tiempos de respuesta en el seguimiento de las incidencias.	-Reconocimiento -Día de descanso extra -Voucher para actividad
Mejor solución	Este reconocimiento sólo se otorga en ocasiones muy especiales, cuando la situación fue muy delicada y el colaborador actuó de impecablemente para solucionar, haciendo que el cliente quedara totalmente satisfecho, dejando a la empresa con una imagen impecable.	-Reconocimiento -Día de descanso extra -Voucher para actividad -Bono monetario.

## 5.- Capacita a tu personal en la forma correcta de registrar una incidencia

### **"Cada cabeza es un mundo" "El sentido común, es el menos común de los sentidos"**

Tomando en cuenta estas dos máximas debemos prepararnos y crear un plan de capacitación para estandarizar la captura de incidencias, estos estándares dependerán en gran medida de la filosofía y valores de nuestra empresa.

Desde mi punto de vista debemos capacitar al personal para que la redacción de las incidencias sea clara y concisa, hacerle entender a los colaboradores que el contenido debe estar sintetizado con la información más relevante, identificando a los actores y la raíz del problema. Si llevamos a cabo este punto evitaremos datos inservibles, ayudaremos a los encargados de dar seguimiento y conclusión de las incidencias a tener la información más clara, agilizando ambos procesos; permitirá a los directivos una lectura rápida. Estandarizar este proceso agilizará la gestión de las incidencias.

## 6.- Analiza las incidencias

### **"La información es un activo estratégico"**

Toda esa información que se genera con el registro de las incidencias es inútil si no se usa, y para darle uso se tiene que analizar, a partir del análisis se pueden generar estadísticas, métricas e históricos que permitirán detectar las áreas de oportunidad que tiene la empresa.

Con toda esta información puedes generar estrategias que ayuden a mejorar tus procesos, instalaciones, percepción del cliente, costos, etc. Las posibilidades son amplias.

Si no cuentas con un software de gestión de incidencias en pleno 2018 y sigues usando una bitácora física, Excel o Word, entonces te enfrentarás a la tediosa tarea de analizar la información de forma manual ¡Buena suerte con eso!

## 7.- Mantén una estrategia preventiva

### **"Más vale prevenir que lamentar"**

Está comprobado que el mantenimiento preventivo es más económico que el mantenimiento correctivo, por lo que si quieres ahorrar, debes implementar una estrategia preventiva.

Cómo lo mencioné en el punto anterior el análisis de las incidencias nos provee información importante, teniendo a la mano métricas, estadísticas e históricos, al analizar esta información seguramente te darás cuenta que ciertas incidencias que son recurrentes o suceden con cierta frecuencia pueden ser evitadas llevando a cabo acciones de mantenimiento, capacitación o corrección para poder evitarlas a futuro. Adoptar una estrategia preventiva significará tener

## 8.- Si detectas un área de oportunidad, atiéndela de inmediato

### "¡Toma acción!"

Ahora que ya tienes la información, la analizaste e implementaste una estrategia preventiva las incidencias sucederán en menor medida pero no dejarán de pasar. Por lo que en cuanto detectes una falla debes tomar acción inmediatamente, las posibles acciones puede ser muy diversas desde una simple reparación, dar mantenimiento o implementar un curso de capacitación para tus empleados, hasta tomas de decisión mayores como una reestructuración de tus procesos o del organigrama, siempre buscando el bien de la organización.

No dejes pasar el tiempo, eso sólo empeorará la situación.

## 9.- Documenta el seguimiento que se ha dado a las incidencias

### "Registra el seguimiento"

A cada incidencia se le da un seguimiento y una conclusión diferentes, es muy importante registrarlos. Los encargados de estas tareas deben dejar plasmado en los reportes toda acción tomada durante este proceso, dejando un rastro de cada acontecimiento, digamos que se contará la historia de la incidencia de principio a fin, permitiendo que cualquier persona que lo lea entienda de qué trata.

Tener todos estos datos ayudará mucho en la generación de las métricas, estadísticas e históricos.

## 10.- Enriquece el registro si es posible

### "Una imagen vale más que mil palabras"

Los archivos multimedia como imágenes, videos y audios son un gran apoyo al registrar el seguimiento de las incidencias, dan fe a la información que proporciona la persona que da de alta la incidencia, dando mayor objetividad a la información. Con el uso de Smartphones como herramientas de trabajo esto es muy fácil de implementar.

## 11.- Deja registro de los involucrados

### "Identifica a los responsables"

Con la finalidad de generar mejores métricas es ideal registrar los departamentos responsables o involucrados en una incidencia, no necesariamente para encontrar un culpable, más bien para identificar posibles áreas de oportunidad. Habrá muchos casos en los que esta información no sea relevante, pero seguramente habrá casos en los que este factor sea determinante al momento de tomar acciones.

## 12.- Mantén el perfil de los clientes actualizados

### "Conoce a tus clientes"

Crea perfiles de tus clientes, enriquecelos con las incidencias que han tenido a lo largo del tiempo, saber las experiencias pasadas de cada uno de ellos te permitirá conocerlos de una manera más personal, pero sobre todo dará la oportunidad de no volver a fallarles.

Los clientes que se sienten reconocidos son más leales a las marcas, comparten sus experiencias en redes sociales y te recomiendan con su círculo familiar y social, recuerda que la publicidad boca en boca es la mejor que hay.

## 13.- Jefes de área informados

### "Un buen líder está al tanto de todo"

Es muy importante que los jefes de área estén al tanto de todo lo que está pasando en sus departamentos y tener conocimiento de incidencias trascendentales de otros departamentos. Es su responsabilidad transmitir esta información a los colaboradores que tienen a cargo para estar alineados.

## 14.- Implementa un software de gestión de quejas especializado

### "La tecnología es tu aliada"

Quizás todo lo que he tocado en los puntos anteriores suena un poco complejo de implementar, sobre todo si usas herramientas un tanto arcaicas como una bitácora física, archivos de Word o Excel, y la respuesta es sí, la realidad es que te llevará mucho tiempo recopilar y analizar la información, si tienes datos numéricos tendrás que implementar fórmulas, sino te tocará hacer conteos manuales y convertir todos los datos en gráficos, será una tarea ardua.

Afortunadamente ya hay softwares que son herramientas específicamente diseñadas para gestionar las incidencias como es el caso de Guestvox, un Software as a Service (SaaS) que te quita de la cabeza la parte más tediosa del proceso, el análisis. Sólo tienes que preocuparte por que tus colaboradores registren, den seguimiento y conclusión a las incidencias directamente en Guestvox, éste se encargará de procesar la información, podrás ver desde el día uno los gráficos de las métricas y estadísticas que se generan a partir del registro de los datos.

Además este software tiene otras funciones muy innovadoras como la opción de precargar un esquema de compensaciones muy útil para eficientar las soluciones, generar perfiles de tus clientes con el histórico de sus incidentes, Guestvox también incorpora un sistema de gamificación con el que puedes reconocer e incentivar a los colaboradores que llevan a cabo las mejores prácticas cuando se trata de incidencias.



## 15.- Asigna a un responsable

### **"Orden dada no supervisada, se la lleva la..."**

Ahora que ya has hecho un gran esfuerzo por profesionalizar la gestión de incidencias en tu empresa tienes que asegurarte de que este proceso se ejecute de la mejor manera, por lo que es muy recomendable asignar a una persona o departamento responsable de dar seguimiento y conclusión, además de asegurarse de que los encargados de los departamentos involucrados estén haciendo lo mismo. El departamento de servicio al cliente puede ser el ideal para esta tarea.

## 16.- Ofrece una disculpa si es necesario

### **"Reconoce tus errores"**

Reconocer que nos hemos equivocado es un tema complicado, sobre todo cuando hay un cliente molesto queriendo encontrar un culpable. Pero si queremos tener clientes fieles debemos aceptar nuestro error, empatizar con su molestia y ofrecer una disculpa sincera, además de una solución al inconveniente, si no la hay es recomendable otorgar una compensación por haberle fallado. Con estas acciones cambiamos la perspectiva del cliente, enriqueceremos su experiencia, incrementaremos su nivel de satisfacción y ese cliente se casará con nuestra marca.

Los clientes saben que es posible que fallemos, sólo esperan que actuemos de la mejor manera posible cuando esto pase.

## 17.- El tiempo es vital

### **"Ofrece una solución lo antes posible"**

El tiempo de reacción que tenemos ante una incidencia es muy importante, mientras más rápido sea, mayor será el nivel de reconocimiento que siente el cliente. Sin embargo además de ser rápido debe ser eficiente y eficaz, es decir que no debemos dar una respuesta sin antes tener toda la información del incidente y las posibles soluciones que podamos ofrecer. Muchas veces por querer responder rápido sólo logramos que el cliente se moleste aún más.

## 18.- No dejes que tu cliente se vaya enojado

### **"Apaga el fuego, no dejes que se propague"**

Dicen que no hay peor publicidad que un cliente enojado. Por esta razón no debes dejar que un cliente se vaya de tu establecimiento disgustado, haz lo que esté en tus manos para calmar la situación mientras está contigo, porque una vez fuera es muy probable que ya lo hayas perdido y en el peor de los casos pueda repercutir en una pésima valoración en redes sociales o desprestigio de tu marca con su círculo social.

Es muy importante que el gerente encargado de dar conclusión a las incidencias se ponga en contacto al final de la experiencia con los clientes que hayan tenido algún inconveniente por mínimo que haya sido, esto dará pauta a recibir una retroalimentación, aumentará la percepción de reconocimiento y la satisfacción del cliente.

## 19.- Si ya se fue, contáctalo

### “Recupéralo”

Seguramente durante tu experiencia te has encontrado con todo tipo de clientes, los amables, los serios, los alegres, los misteriosos, pero hay un tipo de cliente que seguramente no te permita esa última interacción, los viscerales, o en ocasiones las circunstancias del momento tampoco lo permiten, si esto llegara a pasar y cuentas con la información, puedes contactarlos por teléfono o correo electrónico y tratar de recuperar esa relación. Recuerda que no queremos que estén enojados con nosotros o que se vuelva algo personal.

Aclaro, no se trata de ponernos como tapete ante los clientes, se trata de una relación de respeto, en la que como proveedores de un servicio o producto buscamos ofrecer el mejor servicio que puedan encontrar en el mercado, esto no se traduce en dejar que falten al respeto a nuestro equipo o nuestra empresa.

## 20.- Implementa encuestas de satisfacción

### “Pide retroalimentación”

Es difícil más no imposible llegar a ser impecables en el servicio al cliente, son tantos los factores que intervienen que tenerlos bajo control todos requiere una coordinación casi perfecta entre los departamentos de una empresa, por lo que se torna en una tarea que requiere atención y trabajo. Ser juez de todos esos factores es una tarea que nos puede sobrepasar, afortunadamente podemos contar con a los mejores jueces que hay, los clientes, quiénes pueden ayudar en gran medida a mejorar, sólo tenemos que pedirles su ayuda a través de encuestas de satisfacción y prestar atención a lo que nos dicen, dar seguimiento a sus quejas, sugerencias y comentarios.

Lo ideal es implementar un software que las envíe y nos ayude a analizar esa información que es tan valiosa.

---

Pues bien, estos han sido nuestros 20 consejos para canalizar y atender tus incidencias. Esperamos que te hayan sido de ayuda y puedas ponerlos en prácticas para optimizar tu proceso de gestión en el servicio de tu organización. Si tienes algún comentario o alguna duda, no dudes en contactarme a través del correo [dbasurto@guestvox.com](mailto:dbasurto@guestvox.com)

**Daniel Basurto**  
CEO - GuestVox

20



CONSEJOS PARA  
CANALIZAR Y ATENDER  
TUS INCIDENCIAS

**guestvox**

[www.guestvox.com](http://www.guestvox.com)