



CAPACITARTE



Ya no es como antes, el mal servicio se da a conocer en las redes sociales¹

Ejemplo práctico del poder de las redes sociales para difundir una queja



En la vida “real”, sabemos que existe el buen servicio, y lamentablemente, el mal servicio por igual. A veces se siente que los ejemplos del mal servicio en distintos prestadores, supera por mucho los casos de buen servicio. Creo que esta diferencia, tiene que ver con algo que escuché en una conferencia, que decía que **una queja o comentario negativo se repite en distintos medios, 7 veces más que un halago o comentario positivo** sobre un servicio.

Aún así, me llama mucho la atención que ciertas empresas (y lo veo con mayor frecuencia en restaurantes), no les importa o les importa muy poco dejar sin resolver una queja por un mal servicio, y empeorar aún más la experiencia del cliente. Me explico: aceptamos que exista el mal servicio, pero si un cliente decide quejarse contigo (en lugar de quedarse callado y quejarse con su círculo de contactos), te da la oportunidad de arreglar el error, o al menos de revertir la experiencia negativa. Si no aprovechas ese momento y le das la espalda al cliente, el daño es aún mayor.

Pareciera que muchos negocios no le dan importancia al efecto de que estos posibles clientes se quejen, tal vez no los consideran lo suficientemente importantes o famosos. Pero resulta que ahora con las redes sociales, cualquier cliente, sea famoso o no, **tiene el poder de denunciar un mal servicio y que realmente MUCHA gente se entere** (y decidan no ser sus futuros clientes). Debajo una muestra muy práctica:

¹ Fuente: <http://dalealaweb.com/2013/04/ya-no-es-como-antes-el-mal-servicio-se-da-a-conocer-en-las-redes-sociales/>

La queja: Mal servicio en un restaurante, compartido con una guía / influencer de redes sociales

Un poco de preámbulo: [@BocaoRD](#) es una especie de guía gastronómica / influencer en redes sociales en el mercado dominicano, con quien tengo el placer de colaborar. Debe parte de su éxito al poder de su comunidad de fans / followers, los cuales **reportan en redes sociales sus experiencias en restaurantes (sean buenas o malas)**. Por esto, y por el hecho que visitan prácticamente todos los restaurante, tienen buena influencia y autoridad reconocida sobre recomendar o no un lugar para comer o tomar. [Sabai](#) es un restaurante, aparentemente de comida tailandesa, localizado en Santo Domingo y que no lleva mucho tiempo operando. Según he escuchado, se caracteriza por una majestuosa estructura y decoración.

Habiendo definido esto, debajo la queja que tomo como ejemplo sobre el poder de las redes sociales para denunciar un mal servicio:



Aparentemente 3 o 4 sucesos negativos ya habían ocurrido cuando el restaurante extravió la tarjeta de [@AlexanderFB](#), pero lo peor no fue eso, sino, la incapacidad de corregir el error y/o revertir la experiencia negativa de alguna manera. También parece que no mostraron mucho interés en el malestar de este cliente.

El efecto negativo: Tener menos clientes por una queja en redes sociales

Como dije, tal vez antes un negocio podía darse el "lujo" de brindar un pésimo servicio, y pensar que pocos se harían eco de esto. Pero con el auge de las redes sociales, el cuento ya no es el mismo. En

este caso del restaurante Sabai, nos encontramos con los siguientes comentarios:



Conté, sólo en Instagram, al menos 15 personas “desalentadas” a ir a este sitio, luego de ver esta queja. Esto obviamente no cuenta a aquellos usuarios, que también tenían el deseo o curiosidad por conocer este lugar, y no emitieron comentario alguno.

¿Sin las redes sociales, nadie se hubiera enterado? Probablemente igual alguien se hubiera enterado (los conocidos del usuario afectado en este caso), pero no hubiera tenido el mismo poder de difusión y alcance, como observamos en este caso. Por esta razón decimos que **el consumidor en la era digital es muy distinto al de antes: investiga antes de comprar, cuenta con mayores fuentes de recomendaciones u opiniones**, y no lo piensa dos veces antes de llevar su queja a las redes sociales.

¿Otra oportunidad perdida? El restaurante responde....o no

Luego de @BocaoRD publicar esto, en Facebook, Twitter e Instagram, pude observar los siguientes intercambios de tuits:



Rayeneri Ruiz Diaz @Rayeneri

Apr 13, 2013

@BocaoRD @AlexanderFB Pedimos disculpa por los inconvenientes y los esperamos por @Sabai_rd para mejor la experiencia!! Mil Gracias



Alexander Fortuna B.

@AlexanderFB

 Follow

@Rayeneri @BocaoRD @Sabai_rd Muchas gracias por al menos dar la cara para confirmar y acentuar su abasallante prepotencia. Saludos y exitos.

2:04 PM - Apr 13, 2013



Randall Baez R. @RandallBaez

Apr 13, 2013

Replying to @Rayeneri

@AlexanderFB No te atrevas a ir que eso ya no sirve de nada, de seguro @Rayeneri te lo estrella en el piso. Cc. @GinnaRmz @BocaoRD



Alexander Fortuna B.

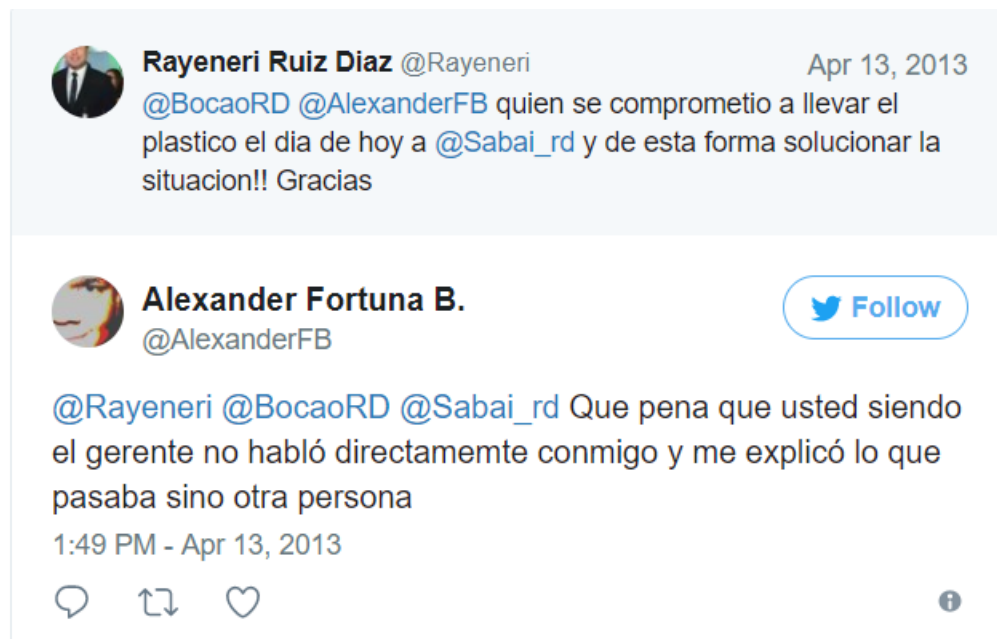
@AlexanderFB

 Follow

@RandallBaez @Rayeneri @GinnaRmz @BocaoRD No me atrevería es una burla. Incluso responder desde la cta personal y no la empresarial es burla

2:00 PM - Apr 13, 2013





En resumen, el gerente del restaurante respondiendo de su cuenta personal (no de la del restaurante, falla #1); demuestra su poco involucramiento y conocimiento del caso y encima de todo, le habla de “los esperamos para mejorar la experiencia”.

En casos como este, **se demuestra la oportunidad que tiene un negocio de resolver alguna queja, o mejorar la experiencia con las redes sociales.** En este caso, obviamente, es una oportunidad desperdiciada, o mejor dicho, usaron la oportunidad para empeorar la imagen del restaurante. Algo me dice que si el tuit lo hubiera respondido la cuenta oficial, el mensaje hubiera sido el mismo.

En casos como este, creo que aunque el negocio brinde un pésimo servicio en el canal presencial, el canal digital puede servir para mitigar la mala experiencia. No es lo mismo hablar de un sitio donde en el Twitter son tan deficientes como en persona, que **poder decir: “@negocio gracias por responder y sus disculpas...etc.”.**

Nota: Recordé que un buen amigo, consultor de comunicación publicitaria y redes sociales, me había comentado que le habían solicitado una propuesta, para manejarle el social media a este restaurante (desde antes de su apertura). En el encuentro con el dueño o encargado, el mismo le dijo que no esperaba pagar mucho por este servicio, ya que “eso lo puede hacer cualquiera”. Creo que

han demostrado su punto. **Si tienes un negocio, prepara un plan sobre cómo responder cuando un cliente se queje de tí en redes sociales**, y ten presente que las experiencias ahora, en general, se comparten con una red mayor. Debes usar esto a tu favor.

