El servicio del café

atención al cliente

El café en España se está transformando. Para muchos, este producto ha dejado de ser un mero "impulso", o una necesidad casi obligatoria a primera hora de la mañana, para convertirse en un bien cultural incluido dentro de los nuevos estilos de vida, en los que el descanso, el ocio y la dedicación a uno mismo, adquieren protagonismo muy especiales, y donde el café, tal y como demuestran algunos investigaciones realizadas sobre nuestras percepciones y mapas mentales, se convierte en una experiencia íntima y social. En el marco de esta nueva realidad, conceptos como la calidad y el servicio se convierten en factores determinantes a la hora de elegir un producto, un establecimiento,...

Calidad

El concepto de Calidad surge para garantizar estándares acordados y esperados por el cliente, por ello, todos los productos son fabricados y verificados por los proveedores antes que lleguen al cliente. En el caso del café, son varios los aspectos controlados:

- Tipo de café
- Tostación del grano
- Gramos de café molido
- Presión del agua de la cafetera
- Temperatura del agua de la cafetera, etc.

Estas especificaciones se pueden acordar con el cliente en función de sus preferencias, de forma que éstas se conviertan en su sello particular de calidad del producto final que ofrezca en su establecimiento.

Otro estadio en el que la calidad se convierte en elemento determinante es en el servicio.

El Servicio

El Servicio se define como el valor añadido que el cliente espera antes, durante o después de consumir un producto. El disfrute o, en determinados casos, "sufrimiento" del mismo, se produce al mismo tiempo que el cliente lo recibe, de manos del personal correspondiente.

El servicio se fundamenta, pues, en una relación de confianza, resultando un valor, siempre medible, según la opinión subjetiva del consumidor. Así, por ejemplo, si nos propusiéramos medir el servicio, utilizando un esquema similar al que usamos para mesurar la calidad de una taza de café, el resultado que podríamos obtener sería:

Fragancia, aroma	Personal aclimatado al establecimiento y a la clientela
Acidez bucal	Personal que impacta en el cliente, capaz de crear una relación
Cuerpo	Profesionalidad, Know-How
Retrogusto	Ganas de volver
Balance	Temple, capacidad de gestionar situaciones diversas
Apariencia Física	Imagen, cuidado de la comunicación no Verbal
Sabor	Cordialidad, simpatía, empatía

El café, una experiencia íntima y social

Todo cuanto vivimos tiene un gran componente íntimo (elemento auto-motivador) y un gran componente social (relación).

Un grupo de amigos antes de sentarse en una terraza a tomar un café, por ejemplo, ponen en común sus expectativas, "vamos a pasar un buen momento, a disfrutar de la compañía mutua, hablar de nuestras cosas, saborear un buen café,...". Contrariamente, una persona sola no verbaliza sus intenciones, aunque las tengas. Esta es la razón por la que las experiencias colectivas magnifican las percepciones. Si la experiencia es satisfactoria, el grupo la potencia, y si por el contrario, ha sido insatisfactoria, el grupo la negativiza más.

Es por todo ello, que deberemos cuidar de todos los elementos susceptibles de ser percibidos por nuestros clientes. Únicamente, así, tendremos la garantía de que las sensaciones, sonidos, e imágenes que estos "graben" serán satisfactorias y que, por lo tanto, desearán volver, aunque no sepan muy bien porqué.

Bárbara Giraco
BCN Team

Instrucciones para ser un buen camarero (desde el absurdo)

- Cuando el establecimiento está muy lleno de clientes: no corra. Camine despacio, tómese su tiempo. Así aprenderán a no llegar todos a la misma hora.

- Si el cliente no sabe lo que va a tomar, quédese a su lado en silencio y con la mirada perdida, ya verá como la presión hará que se decida.

- Los clientes tienen la mala costumbre de preguntar cómo están hechos los cafés. Si usted quisiera que lo supieran, ya lo habría escrito en la carta. Si el cliente le pregunta qué es un "capuchino italiano", no conteste nada que no esté escrito. Responda pues es un "capuchino" "italiano". Si aún así insiste, conteste "un capuchino" es un "capuchino" y "italiano" es de "Italia".

- Cuando usted traiga la cuenta no espere a que el cliente saque el dinero. Váyase. Ya volverá a recogerlo. Si pretende pagar con la tarjeta y la tiene a punto, mire para otro lado. Se creen muy listos.