

# El reto de la excelencia en el retail



Jordi Mas  
 Conseller delegat  
 MAS GOURMETS

**E**n el sector del Retail, ofrecer servicios diferenciales de calidad, son actualmente todo un reto. Ya que hay varios factores que son críticos para conseguir dicho reto:

## 1- Falta de profesionales cualificados

Es muy difícil poder ofrecer un servicio diferencial, si el profesional no dispone de actitudes ni aptitudes. La Aptitud no es ningún problema, se ejecuta un buen plan formativo, y en teoría debería quedar solucionado. En el apartado de la actitud es donde tenemos el problema clave. Y ante ello debemos saber si las necesidades que tiene la empresa se ajustan a las del profesional. (el problema radica que la precariedad de profesionales cualificados, esta perjudicando seriamente la calidad del servicio, al bajar el listón) La empresa debe ser firmes en sus principios y tener muy claro que el cliente no puede verse perjudicado en el deterioro de su atención. Si buscamos la excelencia del servicio, el detallismo es imprescindible y si el profesional no esta a la altura debemos poner remedio de inmediato. ¿ acaso cuando esto ocurre el cliente tiene un descuento por mal servicio? Obviamente no podemos cambiar la actitud de la sociedad actual por nosotros mismos, pero si hemos de iniciar barreras de entrada, hacia los profesionales que no sienten vocación y no tiene cultura del esfuerzo.

## 2- Costes de estructura

Si queremos tener un punto de venta diferencial y excelente, debemos asumir que ello supondrá un

coste añadido, en inversión (Formación a los profesionales/ Selección de productos diferenciales, viajes, Ferias, etc, Diseño de espacios especiales. La calidad tiene un precio para el cliente, pero obviamente una mayor inversión para el propietario.

## 3- Filosofía del detalle

El detallismo es la filosofía que se debe inculcar en las políticas que buscan el detalle. Que demanda preferencias tiene cada cliente, como debe presentarse el producto, que tipo de atención merece el cliente de tiendas excelentes. Todas estas preguntas deben estar siempre en mente. El objetivo es siempre sorprender al consumidor, de tal manera que nunca vea en el establecimiento una rutina. Productos nuevos, cambios de mobiliario, atenciones cada vez más personalizadas, etc.

## 4- Hábitos de consumo

Adaptarse al ritmo de los hábitos de consumo, es otra de las adversidades con las que hay que lidiar, el consumidor cada vez es más cambia más rápido de hábitos de consumo y adelantarse a estos cambios no es tarea fácil.

Obtener la Excelencia del Retail, es todo un reto, pero es el precio que hay que pagar , para conseguir, clientes felices con la garantía de un servicio centrado en la calidad del detalle.