RECOMENDACIONES

Los resultados obtenidos en este estudio, nos conllevan a hacer algunas recomendaciones con el fin que se pueda lograr un servicio de calidad.

GERENCIA

Para poder crear un servicio de calidad en la empresa es importante tomar en cuenta lo que nos menciona Ishikawa (1994) las bases en que esta basada la religión de cada país influye en la manera de manejar la gerencia. En el confucionismo descubrimos, que se divide en dos ramas una representada por Mencius, quien afirma que el hombre es bueno por naturaleza y otra representada por Hsuntzu, quien afirma que el hombre es malo por naturaleza. Pero Ishikawa nos dice que cualquier persona con educación puede ser buena, según la tradición de Mencius.

Es por eso, que la ideología de Ishikawa nos lleva a que hay que confiar en la gente, ofrecer educación continua para todos, desde el presidente hasta los obreros, crear un ambiente con relaciones estrechas entre los de arriba y los de abajo, reconocer las cualidades ocultas de los empleados y mantener un ambiente agradable en el trabajo.

Todo esto debe ser usado por la gerencia para así poder ofrecer servicio de calidad.

EXTERIOR DEL EDIFICIO

a.-Mantener jardineras y macetas en excelente estado, regándolas cotidianamente en el turno vespertino, debido a que el horario ideal para realizar esta labor, es cuando el sol ha bajado.

b.- Pintar regularmente las macetas para ofrecer un buen aspecto de la fachada.

c.-Colocar un anuncio vistoso cerca de la entrada del restaurante, para informar a los clientes que cuentan con servicio de estacionamiento, además de incluir esta información en los folletos que se dan del restaurante.

HOST (ESS)

a.-Capacitación mensual para hostess concientizando la importancia que es satisfacer al cliente que tiene en ese momento en puerta.

b.-Crear estrategias, donde sin descuidar al cliente que hace reservaciones, sí se les consigne mesas de acuerdo a la ocupación del de los clientes que se tienen en puerta.

CAPACITACIÓN A LOS MESEROS

a.-Hacer sentir al mesero que su trabajo es de gran importancia debido a que ellos son los que se encuentran en mayor contacto con el cliente. Es como el fut-boll, cada miembro tiene su función específica y todos son importantes para el triunfo.

b.-Realizar antes de cada turno una pequeña reunión en donde se pueda revisar brevemente los errores y aciertos del día anterior, poniendo énfasis en los aciertos y alentándolos a mejorar.

c.-Diseñar pequeños cursos para ser impartidos semanal o quincenalmente a los meseros, mostrándoles cómo pueden identificar las necesidades del cliente y anticiparse a ellas, decir lo correcto en el momento adecuado, debido a que esta es una habilidad importante que tiene que aprender el mesero si desea tener éxito en su trabajo.

Enseñar a los meseros cómo pedir personalmente a los clientes de cada mesa, llenar una tarjeta de retroalimentación, que ayudará a

la gerencia a tener información fresca de lo que el cliente requiere día con día.

Para los meseros también es importante enseñarles cómo transmitir una actitud positiva a los clientes y ésta depende de la forma en que considere su trabajo como mesero.

Otro punto importante es venderse como mesero, con su apariencia física y hábitos de presentación personal, su lenguaje corporal, tono de voz y su elección de palabras.

El vender sus productos, esto lleva a ampliar el conocimiento del cliente sobre lo que hay disponible, mencionar las características de sus productos, explicar los beneficios de estos, tomar el pedido a tiempo y felicitar al cliente por su elección. Dar al mesero ciertos tips para tratar con clientes especiales o molestos, dando al mesero la posibilidad de tomar decisiones para ofrecer alguna compensación por el error cometido.

Estos temas son algunos que se pueden ofrecer en sesiones de 30 minutos a 1 hora semanal o quincenalmente, eso lo decidirá la empresa. Lo importante es que se tomé en cuenta la importancia de capacitar al personal para así dar un servicio de calidad.

SEÑALIZACIÓN

a.-Diseñar carteles que indiquen de manera visible y llamativa donde se encuentran ubicados los sanitarios, para evitar que los clientes se tomen la molestia de preguntar dónde se localizan.