

Introducción

Mientras nos encontrábamos inmersos en el proceso de desarrollo del programa de formación de atención al cliente Legendary Service® para The Ken Blanchard Companies®, decidimos plantear dos preguntas a las personas que trabajaban en las organizaciones:

1. *¿Por qué es importante la atención al cliente?*
2. *¿Qué deseas que sepan los clientes?*

Y siempre obtuvimos las mismas respuestas:

1. *Si los clientes se sienten satisfechos, volverán a contratar nuestros servicios y habremos logrado nuestro objetivo.*
2. *Queremos que nuestros clientes sepan que nos preocupamos por ellos y así lograr que vuelvan a contratar nuestros servicios.*

Como cliente que eres, ¿por qué razón vuelves una y otra vez a tu tienda o a tu negocio preferido? El motivo no solo guarda relación con la calidad del producto. Diversos estudios demuestran que los clientes vuelven a contratar ese servicio porque les han hecho *sentir* bien.

La fórmula es muy sencilla: debes conseguir que tus clientes sepan que les importas.

Por tanto, si la necesidad de demostrar preocupación por los clientes es un factor tan sencillo e importante, ¿por qué no lo aplican todas las empresas? Al fin y al cabo, todos sabemos que resulta mucho más barato mantener a los clientes que ya tenemos que vernos obligados a reclutar constantemente nuevos compradores que sustituyan a los anteriores.

Pasemos página y conozcamos a Kelsey Young, una joven decidida y optimista que está a punto de acabar la carrera de Gestión de Empresas mientras trabaja a tiempo parcial en Ferguson's, una cadena de establecimientos de bajo precio donde no abundan los clientes satisfechos. Gracias al curso de servicio legendario que está realizando en la universidad, Kelsey ha aprendido que cuidar bien a los clientes es un factor esencial para el éxito del negocio. Como está deseando demostrar que tiene futuro en Ferguson's y que puede ayudar a la empresa a afrontar la amenaza que supone la aparición de un terrible competidor, Kelsey trabaja con su director de departamento para intentar que las cosas cambien de manera positiva. Mediante la aplicación de una serie de sorprendentes cambios, Kelsey ha descubierto cómo el servicio legendario, o la falta de él, puede influir de forma significativa en el futuro de una empresa y cómo una persona *puede* llegar a marcar realmente la diferencia.

Ahora más que nunca es el momento de que todas las personas que trabajan para una organización aprendan a cuidar a sus clientes. Y, cuando leas este libro y apliques el modelo ICARE —que es el mismo modelo que llevamos enseñando a nuestros clientes estrella desde hace años— tú también podrás conseguirlo. Los empleados descubrirán que, independientemente del cargo que ocupen dentro de la organización, cada vez que interactúan con clientes

tienen una magnífica oportunidad para crear un cliente fiel y deseoso de volver a contratar sus servicios. Y los líderes descubrirán que la creación de una cultura del servicio comienza con la implantación en sus empleados de una mentalidad enfocada hacia el servicio, haciendo que se preocupen por los clientes de una manera que suponga un impacto notable en el éxito final de la organización. Tanto un director general como un empleado a tiempo parcial como Kelsey pueden marcar la diferencia, ya que la atención al cliente, ya sea a nivel interno o externo, es una tarea que concierne a *todos*.

Me siento muy afortunado por haber trabajado en la elaboración de este libro junto a Kathy Cuff y Vicki Halsey, que son coautoras del servicio legendario —nuestro programa de formación para el servicio de atención al cliente—, además de ser dos destacadas asesoras y formadoras de nuestra compañía. Kathy y Vicki llevan muchos años inculcando a diversos profesionales que proceden de todos los sectores de actividad económica que, aunque se ofrezca un producto excelente, solo se consigue triunfar si se cuenta con un buen servicio de atención al cliente y que el servicio legendario permite conseguir clientes fieles que siempre regresan en busca de más.

Al fin y al cabo, el proceso *es* realmente sencillo: la clave está en *involucrarse*. Así pues, ponte cómodo, disfruta de la historia y deja que te mostremos cómo se hace.

Ken Blanchard, coautor de *El ejecutivo al minuto*

1

Una transacción frustrante

—Quiero devolver esta cafetera que compré hace unas semanas —anunció la clienta, entregando a la dependienta el aparato metido dentro de una caja abierta.

—¿Puedo preguntar cuál es el motivo de la devolución? —inquirió la joven vendedora.

—Sí: el café no sale todo lo caliente que me gustaría. Ya he comprado un nuevo aparato de otra marca en otra tienda y necesito que me reembolse el importe o me haga un ingreso. Por cierto, no he podido encontrar el recibo.

—Sin ningún problema —respondió la vendedora luciendo una amplia sonrisa—. Solo necesito que el encargado me firme la autorización. Enseguida vuelvo.

Dicho lo cual, dio media vuelta y se dirigió hacia la oficina de atención al cliente.

El encargado frunció el ceño al ver que la joven se aproximaba hacia él y depositaba la caja de la cafetera encima del mostrador.

—No podemos aceptar esta devolución, Kelsey —dijo mientras levantaba la solapa superior de la caja y miraba en su interior—. La cafetera ha sido utilizada. Además, ¿dónde está el recibo?

—No lo ha traído.

—En ese caso, mi no es definitivo. No tenemos la menor idea de cuánto tiempo lleva usándola.

—Pero, espera. La semana pasada Laurie me contó que si el cliente no se sentía satisfecho siempre podía devolver los pequeños electrodomésticos a cambio de un vale para el establecimiento, sea cual sea la cantidad —protestó Kelsey.

—No si no trae el recibo —replicó el director—. Me sorprende que Laurie te haya dicho eso, porque lleva más años que yo detrás del mostrador —luego empujó la caja hacia Kelsey y concluyó—: Explícale que esa es la política de nuestro establecimiento: no podemos aceptar devoluciones de aparatos usados si el cliente no trae el recibo.

Cuando la vendedora transmitió a la clienta las palabras del encargado, la mujer le dedicó una mirada llena de furia.

—¿Cómo sé cómo prepara el café este aparato si no lo utilizo? Además, cualquier otro establecimiento ofrece un vale de reembolso cuando el cliente no lleva el recibo. Vuestra política no tiene la menor lógica. —Acto seguido, agarró la caja y se dirigió hacia la puerta, pero, de repente, se giró hacia Kelsey y concluyó—: Además, me aseguraste que no había ningún problema.

—Lo siento mucho —repuso la dependienta. Se sentía una idiota mientras observaba cómo se alejaba aquella mujer. Esa clienta nunca más iba a volver y Kelsey no le culpaba por ello.

2

Un curso apasionante

El primer día del trimestre estival, Kelsey Young ocupó su asiento en el aula dispuesta a comenzar su último curso universitario. Sentía curiosidad por saber cómo su profesor pensaba ocupar ocho semanas hablando del servicio de atención al cliente. Justo en ese momento, un hombre de aspecto jovial que se encontraba en la mesa del profesor y que había estado jugueteando con el cable de su ordenador portátil levantó la mirada y comenzó a hablar.

—Hola a todos. Soy el profesor Hartley y quiero daros la bienvenida a mi curso sobre el servicio legendario. Como estudiantes de Gestión de Empresas que sois, debéis saber desde el principio que este no solo va a ser el mejor curso al que hayáis acudido, sino que también va a ser uno de los más importantes de vuestra vida.

El profesor dejó escapar una pequeña carcajada. Kelsey pensaba que no se tomaba demasiado en serio a sí mismo.

—Sé que puede sonar un poco presuntuoso, pero permitidme que os explique lo que quiero decir. Tal vez consideréis un tanto extraño que dediquemos un curso universitario al servicio de atención al cliente, pero me gustaría que pensarais en la siguiente pregunta: ¿cuándo fue la última vez que habéis disfrutado de un servicio de atención al cliente de primera calidad? No me vale que fuera suficiente ni que fuera bastante bueno: tiene que haber sido un *servicio realmente excelente*. ¿Cuándo fue la última vez que

habéis sentido la necesidad de hablar a alguien de un servicio fantástico de atención al cliente que hayáis recibido?

La clase guardó silencio. Varios alumnos se giraron para comprobar si alguno estaba dispuesto a responder.

—Ya veo que os resulta difícil recordarlo, ¿verdad? ¡Ajá! Tal vez el servicio legendario no sea algo tan fácil de conseguir como parece. Estoy convencido de que la mayoría de gerentes ordenan a sus empleados que se muestren amables y que ofrezcan un gran servicio, pero no explican cómo hacerlo. Pues aquí vais a aprender a lograrlo.

»No existen demasiados cursos como este: de hecho, me costó bastante convencer a nuestro jefe de estudios para que lo incluyera en el programa de estudios empresariales. Pero creo que es un error tener una asignatura de Gestión de Empresas que no incluya un curso de atención al cliente. ¿Por qué digo esto? Porque cuando llega el momento de triunfar en los negocios, todo se reduce a las relaciones personales. Y las relaciones se forjan a través de la atención al cliente. Las empresas que son conscientes de la importancia que tiene entablar relaciones con sus empleados y con sus clientes son aquellas que consiguen triunfar a largo plazo. Los programas de estudios empresariales se concentran principalmente en la cabeza y no en el corazón, y creo que eso es un error.

El profesor Hartley se volvió hacia la pantalla de proyección que se encontraba en la parte delantera del aula e inquirió:

—Muy bien, ¿estáis preparados para el primer punto importante de este curso?

Presionó una tecla de su ordenador personal y acto seguido apareció una cita en la pantalla:

.....
La lealtad del cliente es una compensación que recibimos
cuando creamos un entorno que motive a nuestra gente.
.....

—Las grandes compañías son conscientes de que sus clientes más importantes son su propia gente: los empleados y los gerentes. Si los líderes cuidan de sus empleados y los animan para que pongan a trabajar sus cerebros, los empleados harán todo lo que esté en su mano para atender debidamente a los clientes externos. Cuando esto ocurre, esos clientes externos desearán volver a contratar sus servicios y, de ese modo, lograrán que la compañía sea rentable.

Kelsey no acababa de estar convencida. *¿Cómo puede ser tan sencillo?*, pensó. *Es evidente que el profesor Hartley no ha ido nunca a comprar en la tienda en la que yo trabajo. ¡A los gerentes no les importan sus empleados ni sus clientes!* Luego se acordó del incidente que tuvo con aquella airada compradora que había intentado devolver la cafetera y frunció el ceño al recordar el sentimiento de frustración que le invadió al verse envuelta en una situación tan embarazosa.

—¿Cuántos de vosotros tenéis un empleo, ya sea a tiempo completo o a tiempo parcial? —preguntó el profesor.

La mayoría de los alumnos levantaron la mano.

—No bajéis la mano y dejadme que os haga una pregunta —ordenó, mientras hacía una pausa para conseguir un efecto dramático—. ¿Cuántos de vosotros *odiáis* vuestro trabajo?

Kelsey bajó la mano, pero se sorprendió al ver que casi todos sus compañeros seguían con la mano levantada.

—Muy bien, os haré otra pregunta: ¿alguno de los presentes ha llegado alguna vez a *amar* su trabajo?

Casi todos bajaron la mano y solo tres compañeros permanecieron con ella levantada. La de Kelsey, por supuesto, no era una de ellas. Tenía la sospecha de que mantenía una relación de amor-odio con su trabajo.

El profesor Hartley se puso serio.

—«Este curso es básicamente práctico. A medida que vayamos avanzando, quiero que toméis todo lo que vayáis aprendiendo so-

bre el servicio legendario y lo apliquéis en vuestro propio trabajo, de la manera que os sea posible, con la intención de crear un entorno laboral más positivo tanto para vosotros mismos como para vuestros compañeros. No olvidéis que, independientemente del modelo de dirección que exista en vuestra empresa, o de que forméis parte del equipo directivo, siempre *podéis* dejar una huella en vuestros compañeros de trabajo y en vuestros clientes demostrando que os preocupáis por ellos y que estáis dispuestos a ofrecer un servicio de primera calidad.

»Vuestra primera tarea consiste en forjar una serie de relaciones. Para ello es necesario que esta semana, mientras estáis en el trabajo, os concentréis en tres puntos esenciales. Estas tres pequeñas ideas pueden cambiar la percepción de vosotros que tengan los clientes, porque vais a darles la oportunidad de experimentar un servicio personal.

El profesor tecleó en su ordenador portátil y aparecieron en la pantalla tres puntos numerados:

.....

1. Conocer cuál es el nombre del cliente y emplearlo cuando os dirigís a él.
2. Hablar de un tema que no guarde relación con la operación que estáis llevando a cabo.
3. Mostrar una actitud cordial.

.....

—En primer lugar, debéis aprender cuál es el nombre del cliente y utilizarlo siempre que sea posible. A la gente le gusta que los demás se dirijan a ellos por su nombre. En segundo lugar, debéis hablar de algo que *no* esté relacionado con la transacción. Elogiad

el reloj que luce el cliente o los zapatos que lleva, preguntadle cómo le va el día o hablad del tiempo. Y la tercera tarea es muy sencilla, pero cada vez se practica con menos frecuencia: *mostrad una actitud cordial*. Si estáis cara a cara con el cliente, miradlo a los ojos y dedicadle una sonrisa sincera. Si atendéis al cliente a través del teléfono o por Internet, aseguraos de que vuestra interacción con él resulta positiva y agradable.

»Sé que todos estáis capacitados para seguir estos consejos sin demasiada dificultad, pero quiero que os concentréis expresamente en lograr llevarlos a la práctica, al menos al principio, hasta que con el tiempo se lleguen a convertir en un hábito. En el caso de aquellos que todavía no tenéis un empleo, recordad que esta interacción es mutua. Si utilizáis estos consejos cuando interactuáis con los empleados de una empresa que os proporciona un servicio, este proceso se llevará a cabo de manera natural cuando empecéis a trabajar y seáis vosotros los que interactuáis con los clientes. Al final de la semana escribid un trabajo de dos páginas que contenga algunas especificaciones reales sobre todo lo que ha sucedido cuando habéis puesto en práctica estas tres ideas.

»Tengo la impresión de que estáis un poco sorprendidos. Pero, lo creáis o no, cuando habléis por primera vez con vuestros clientes vais a advertir una diferencia inmediata en vuestra percepción del trabajo. Recordad: las relaciones marcan la diferencia.

La verdad es que hace que parezca muy sencillo, pensó Kelsey mientras recogía sus cosas y abandonaba el aula. No acababa de convencerse de que los métodos del profesor fueran a funcionar en Ferguson's, la enorme cadena de establecimientos de bajo precio donde trabajaba. La mayoría de las veces andaban muy cortos de personal, por lo que si dedicaba más tiempo a atender a los clientes eso le iba a impedir realizar otras tareas. Marcar una diferencia real iba a ser una batalla difícil de ganar.

Aquella tarde, mientras conducía hasta el gimnasio, Kelsey siguió dando vueltas a todo lo que había aprendido ese día. Sabía que los directivos de Ferguson's podrían aprovechar los conocimientos y las indicaciones que le había transmitido el profesor Hartley. Había mucho margen de mejora en su manera de tratar a los empleados y a los clientes, y aquello le incomodaba profundamente. Por desgracia, los incidentes como el que tuvo con aquella clienta de la cafetera eran muy habituales en Ferguson's. Kelsey llevaba un año trabajando en el Departamento de Artículos para el Hogar y la Oficina y muchas veces había regresado a casa irritada, con ganas de irse a trabajar a otra empresa; pero como era una estudiante universitaria que todavía no había acabado la carrera, que trabajaba a tiempo parcial y que vivía con su abuela para poder pagarse los estudios, se sentía atrapada. Sabía que encontrar otro empleo que le ofreciera un seguro médico y un horario laboral que le permitiera estudiar sería casi imposible.

Afortunadamente, en cuanto acabara aquel curso, Kelsey por fin podría comenzar su carrera en el mundo empresarial. Las palabras del profesor Hartley hicieron que albergara la esperanza de que todas las lecciones que iba a aprender sobre el servicio de atención al cliente le iban a ayudar a progresar en la carrera profesional por la que tanto suspiraba: la gestión de una empresa de venta al por menor. Estaba bien encaminada para empezar a trabajar en Ferguson's a tiempo completo y ese era el siguiente paso para ocupar el puesto de encargada júnior. Aunque no se quedara en la empresa, Kelsey sabía que estaba adquiriendo mucha experiencia y ampliando su currículum. En aquella tienda había hecho muchos amigos y había pasado algunos momentos estupendos que compensaban todos los malos. Se había marcado el objetivo final de poseer su propio establecimiento y de convertirse en el tipo de líder en el que todos confían, al que todos respetan y con el que todos

desean trabajar. Ese sueño le permitía seguir adelante, aunque sabía que aún quedaba mucho tiempo para que llegara ese momento.

.....

Aquella mañana, Kelsey atravesó corriendo el aparcamiento de Ferguson's para acudir a la reunión semanal que celebraban todos los lunes los miembros del Departamento de Artículos para el Hogar y la Oficina. En ese momento, advirtió que una clienta trataba de cargar varias bolsas de alimentos en el maletero de su todoterreno al mismo tiempo que intentaba sujetar a sus bulliciosos gemelos en el asiento del vehículo. Como Kelsey llegaba tarde a la reunión, dudó unos instantes antes de detenerse a echar una mano.

—Hola, me llamo Kelsey y trabajo aquí, en Ferguson's —se presentó a la mujer que estaba inclinada sobre unos bebés que no paraban de llorar—. Si quiere puedo echarle un cable: deje que ponga las bolsas en el maletero para que pueda tener las manos libres.

Y, dicho lo cual, le cogió las bolsas sin esperar una respuesta.

—Muchas gracias —contestó la desbordada madre mientras prestaba atención a sus gemelos.

Kelsey pensó en los tres puntos que el profesor había tratado de enseñarle. No parecía que fuera la situación propicia para preguntar el nombre a la clienta, pero se lanzó a entablar una conversación trivial mientras cargaba el vehículo.

—Ha hecho bien en hacer la compra tan temprano. Supongo que es una manera de evitar las aglomeraciones.

Al escuchar a Kelsey, la mujer se rió entre dientes mientras acababa de colocar a sus hijos.

—Llevamos aquí tres horas. Pero solo había una caja abierta y tuvimos que hacer una cola muy larga, así que hemos tardado bastante. Y ahora a los niños se les ha pasado la hora de la siesta.

—Lo siento; eso debe resultar frustrante. ¿Puedo hacer alguna cosa más? —preguntó Kelsey.

—No, pero gracias por haberte parado a ayudar. Has renovado mi fe en este establecimiento —contestó la mujer mientras ocupaba el asiento del conductor.

—¡Que tenga un buen día! —le deseó Kelsey mientras hacía un gesto de despedida con la mano y comenzaba a correr hacia la tienda con el carro vacío.

Kelsey se alegró de haberse parado a echar una mano a aquella clienta, especialmente después de saber lo enfadada que estaba por haber tenido que esperar tanto tiempo en la cola de la caja. Se convenció a sí misma de que había merecido la pena llegar a tarde a la reunión a cambio de haber ayudado a una clienta desencantada. El secreto está en forjar relaciones, ¿no es así?

Estaba convencida de que el encargado de su departamento, Steven Walker, le iba a hacer algún comentario cuando entrara en la sala de reuniones. Era un maniático de la puntualidad. Pero también sabía que era un buen profesional y que estaba lleno de buenas intenciones. Siempre modificaba los turnos de Kelsey para que los pudiera compaginar con las clases en la universidad y trabajaba tantas horas en la tienda que todos tenían la sensación de que vivía allí.

Tal y como había presagiado, Steven hizo un comentario.

—Me alegro de que por fin te hayas unido a nosotros, Kelsey —exclamó mientras la joven entraba en la sala lo más silenciosamente que pudo.

—Lo siento —respondió, pensando que después daría las explicaciones oportunas.

Tras analizar las cifras de ventas semanales y el horario de los empleados, Steven levantó la mirada de los papeles.

—Como todos sabéis, dentro de unos meses ShopSmart va a abrir una sucursal al otro lado de la calle. Muchos de los clientes

de Ferguson's se van a sentir atraídos por ese establecimiento, por lo tanto es preciso que apliquemos algunas buenas ideas para conseguir que nuestros clientes y su dinero se queden en Ferguson's. Los altos cargos directivos han dejado caer que si no se nos ocurre algo pronto tendremos que buscarnos otro empleo. Necesito desesperadamente que me digáis lo que estáis pensando. ¿Tenéis alguna sugerencia sobre qué medidas podemos tomar, desde *hoy* mismo, para atender mejor a nuestros clientes?

Cuando Kelsey se dio cuenta de que nadie iba a ofrecer una respuesta, levantó la mano.

—Acabo de empezar en la universidad un curso de atención al cliente y nuestro profesor nos ha hablado de la necesidad de convertir al cliente en un elemento prioritario, porque así podremos ganarnos su lealtad. De hecho, esa es la razón de que haya llegado tarde: me he entretenido unos minutos en el aparcamiento para ayudar a una clienta que trataba de cargar las bolsas en su coche mientras sus dos hijos no paraban de llorar.

—Esa es una buena razón para haber sido impuntual: por esta vez te lo permito —replicó Steven con una sonrisa de complicidad—. ¿Tu profesor añadió algo más?

—Sí, nos explicó que había tres maneras de ofrecer al cliente una experiencia personalizada. Y añadió que llevarlas a la práctica puede marcar una notable diferencia en la percepción que los clientes tienen de nosotros.

—Eso está muy bien: tres ideas. Escuchemos cuáles son.

Steven dio la sensación de mostrarse interesado.

—La primera es tratar de averiguar cuál es el nombre del cliente y utilizarlo cada vez que hablemos con él. A los clientes les gusta que se dirijan a ellos por su nombre. La segunda, mmmm... —se quedó en blanco durante unos instantes—. Ah, hablar de algo que no tenga nada que ver con la venta, como de los hijos del cliente o

de sus planes para el próximo fin de semana. Y la tercera es ser amables y sonreír. Mostrar un semblante agradable.

—¡Me gusta! —exclamó Steven con entusiasmo mientras aplaudía—. Atended todos, esto es muy sencillo: debéis averiguar cuál es el nombre de vuestros clientes y utilizarlo mientras les estáis atendiendo; tenéis que hablar de algo que no guarde relación con la venta: tratad de establecer un pequeño contacto personal; y luego limitaos a sonreír y a estar concentrados en todo lo que os digan. Sé que hoy seréis capaces de seguir estas pautas, ¿verdad? Mejor aún, intentad aplicarlas durante toda la semana.

Algunos empleados asintieron con la cabeza mostrando su acuerdo. Cuando Steven dio por concluida la reunión, todos se dirigieron a su puesto de trabajo.

Kelsey se sintió animada por la disposición de Steven a poner en práctica sus sugerencias. Desde que se había formado todo aquel revuelo por la llegada de ShopSmart, había oído comentar a sus compañeros que se estaban planteando la posibilidad de solicitar un puesto en la competencia. La joven albergaba la esperanza de que el llamamiento tan positivo que había hecho Steven les iba a ayudar a cambiar de opinión. En lugar de pensar en marcharse, podrían concentrarse en hallar la manera de conservar a los clientes y crear un entorno de trabajo más agradable en Ferguson's.

Kelsey enganchó en su blusa la etiqueta que lucía su nombre, salió de la sala de descanso y se dirigió hacia la tienda. *El profesor Hartley quiere que apliquemos en nuestro trabajo los conceptos que hemos aprendido en clase, pensó. Esta mañana ya han funcionado una vez, así que debería seguir aplicándolos a lo largo de todo el día y comprobar si consiguen marcar la diferencia, tal y como nos aseguró en clase.*

Mientras avanzaba por el pasillo, observó a una mujer que se encontraba delante de un cartel que anunciaba la vuelta al cole, con la

mirada clavada en un pedazo de papel que sujetaba entre las manos. Cuando Kelsey se acercó a ella, se dio cuenta de que se trataba de una lista de la compra que tenía por título «El dormitorio de Brendan».

—¿Puedo ayudarle a encontrar algo? —preguntó Kelsey a la clienta.

—Oh, sí —respondió la mujer con una risa nerviosa mientras levantaba la mirada del papel—. Mi hijo va a empezar la universidad y necesita un poco de todo. Ha estado muy ocupado trabajando este verano, así que le prometí que me encargaría de comprar lo que necesitase —se detuvo, sacudiendo la cabeza—. Me parece imposible que esté a punto de irse a la universidad.

Kelsey dedicó a la mujer una sonrisa complaciente.

—Sé que mi madre se quedó muy triste cuando me mudé aquí para ir a la universidad y me fui a vivir con mi abuela. Pero, al igual que mi madre, estoy segura de que le hace muy feliz que su hijo siga adelante con sus estudios.

—Oh, créeme, no quiero ver cómo se pasa la vida sentado delante del sofá viendo la televisión; no puedo soportar pensar en eso. Lo cierto es que, si no te importa, me gustaría que me ayudaras a encontrar todo lo que hay esta lista.

—Por supuesto, me encantará ayudarla. Me llamo Kelsey —se presentó la joven, con la esperanza de que la clienta dijera su nombre.

—Yo soy Diane —replicó la mujer con una sonrisa.

Kelsey y su clienta, Diane, recorrieron toda la tienda y llenaron el carro con ropa de cama, material escolar, accesorios para el ordenador y hasta un pequeño microondas. Después de haber encontrado todos los productos de la lista y de haber cogido algunos más, Kelsey le hizo una última sugerencia.

—Últimamente, muchos clientes compran un libro que habla sobre cómo tener éxito en la universidad. Contiene algunos consejos

básicos sobre cómo estudiar y gestionar el tiempo. Podría ser un buen regalo con el que demostrar a su hijo que le presta todo su apoyo.

—Es una gran idea —respondió Diane—. Sé que está un poco nervioso porque no sabe si será capaz de aguantar el ritmo de los estudios, aunque eso no me lo ha confesado, por supuesto —sentenció dejando escapar una risa.

—No se preocupe, seguro que su hijo le va a echar mucho de menos y que estará deseando disfrutar de la comida de casa —repuso Kelsey.

Diane se echó a reír de nuevo mientras la dependienta se dirigía al departamento de libros, agarraba un ejemplar del manual que le había recomendado y se lo entregaba.

—Muchas gracias, Kelsey, nunca habría pensado en comprar una cosa así —confesó Diane mientras la joven le entregaba el libro—. Te agradezco sinceramente que hayas dedicado tanto tiempo a ayudarme a encontrar todo lo necesario para que Brendan pueda sacar adelante el curso —hizo una pausa—. Verás, no estoy acostumbrada a encontrar esta clase de servicio en Ferguson's. Has dedicado mucho tiempo a ayudarme y te has preocupado por encontrar todo lo que quería comprar.

—Me alegro mucho de haber servido de ayuda, Diane —respondió Kelsey con una sonrisa. La mujer extendió la mano y estrechó la de la dependienta.

Aquella interacción resultó tan positiva que Kelsey decidió seguir probando ese método personal con otros clientes. Incluso hizo un seguimiento de ellos y comprobó que al final del turno había un total de seis clientes que agradecieron específicamente su servicio o le dieron las gracias por su ayuda. Lo más sorprendente de todo fue lo bien que le hacían sentir aquellas relaciones, tal y como había asegurado el profesor. De hecho, acabó siendo uno de los mejores días que había tenido en el trabajo.