

Tratamiento de una queja¹

Introducción

Os planteo el siguiente ejercicio para evaluar su opinión profesional. El ejercicio parte de algo que me pasó con mi coche. Para la realización de la reflexión, hay que ponerse en el papel del responsable que corresponda de la marca fabricante del coche.

Descripción de la situación

Hasta ahora he sido un cliente fiel de esta marca de coches. De hecho, estaba tan encantado con mi coche anterior, que cuando tuve que cambiar de nuevo de coche, opté por el modelo que sustituía al que tenía antes, manteniendo la misma marca.

Cuando sucedieron los hechos, mi coche era una berlina de gama media - alta con 3 años y 100.000 kilómetros, más o menos. Desde el principio me había dado muchos problemas: cambio de rodamientos, plástico del volante, ... que se desgastaba, la cerradura del maletero me la tuvieron que cambiar porque no se cerraba, en la última revisión me habían dicho que me cambiaban el volante del motor (que no tengo ni idea que es) porque había una campaña en la marca de cambiarlo en todos los coches comprados en la misma época, etc.

Todas las revisiones las había hecho en servicios oficiales y obviamente ya no estaba en garantía.

El pasado viernes 6 de junio, volviendo de viaje, el motor se paró y se encendió un testigo que anuncia un fallo en el motor. Con la inercia aparque en el lateral de la autovía.

En el servicio oficial de Antequera me comentaron que era un inyector y que la reparación vale alrededor de 500 euros. Lo que consiguió que mi nivel de indignación fuera enorme y me planteara cambiar de coche a uno de otra marca.

Una compañera de trabajo, que procedía de una empresa consultora de un importante grupo automovilístico, me indujo a que transmitiera mi indignación al servicio de atención al cliente de la marca. En su experiencia, me dijo que la marca solía implicarse para no perder el cliente.

He presentado una queja por teléfono al servicio de atención al cliente.

Preguntas

1. ¿Qué decisión tomaríais como servicio de atención al cliente del fabricante de coches ante esta queja?
2. ¿Se puede recuperar al cliente?
3. ¿Tan valioso es un cliente?

¹ Caso elaborado por el Área de Sistemas de Gestión de PROINCA. Preparado por Guillermo Montero Fernández - Vivancos. Para servir de base de discusión y no como ilustración de la gestión, adecuada o inadecuada, de una situación determinada.