

Resolviendo problemas

Dr. J. R. Román

Conferenciante, *Master Coach*
 jrromanmotivando@gmail.com
 www.motivando.com
 facebook.com/jrroman.motivando
 407.279.8080



A veces hay problemas que parecen no tener solución. En algunos casos esto posiblemente sea real, pero, en otros, puede que no los estemos viendo de la manera adecuada y que, por eso, no hallemos la solución.

Esto puede ocurrir muchas veces cuando damos un servicio. Es bueno preguntarnos: ¿cómo podemos resolver problemas en forma efectiva o cómo dar un buen servicio? Una de las características de quienes brindan un buen servicio es que tienen la habilidad para resolver los problemas de sus clientes. Se trata de oportunidades de demostrar nuestra capacidad de solucionar algunas necesidades y así se volverán consciente de que podemos ayudarlos.

El primer paso para solucionar cualquier problema es conocer sus características. Para esto, es necesario conocer algunos factores que los causan:

1. **Desconocimiento de la situación.** Muchas veces las personas no resuelven un problema porque no saben que lo tienen, no poseen la información o no quieren reconocerlo. Es difícil ayudar a alguien que no reconoce un conflicto. Si esto ocurre en una organización y no se reconoce el problema, es muy difícil resolverlo. Muchas compañías han fracasado por no brindar un buen servicio al no reconocer el problema para poder resolverlo;
2. **Comunicación pobre.** Si hay un problema que involucra a varias personas y no existe buena comunicación, en esta carencia radica el primer obstáculo para resolverlo. Por ejemplo, algunos conflictos entre empleados y patronos no se resuelven porque se rompe la comunicación o hay falta de confianza o credibilidad en la otra parte, como cuando el personal no confía en la gerencia o viceversa;
3. **Información deficiente.** Otra fuente de conflictos es la información incompleta o incorrecta que recibe al cliente a través de los encargados. Esto produce confusión, tensión y malestar. Las empresas deben adiestrar a su personal para dar el mejor servicio con información exacta y veraz;

4. **Choque de ideas.** Los clientes buscan un servicio o un producto con la expectativa de resolver un problema de forma rápida y económica. Si después de recibir la información ellos se encuentran con que no se les resuelve nada o que el costo es mucho más alto de lo presupuestado, surge un conflicto; y
5. **Persistencia del problema.** Si el cliente busca la solución a un problema y esto no ocurre. Por ejemplo, si se lleva el auto al mecánico y se tiene que volver en varias ocasiones para resolver el desperfecto, se genera una situación desagradable y se crea una opinión desfavorable. No olvidemos que si un cliente se molesta, necesitamos en promedio unos 6 acontecimientos positivos para neutralizar el mal rato que pasó. Para evitar esto, debemos diagnosticar la causa. Debemos revisar el historial del cliente, preguntar y solicitar ideas respecto de la manera en que se puede resolver el asunto y establecer una dinámica para “administrar los problemas”. Hay que tener algunas preguntas claves para identificar el asunto a tratar, como: ¿Qué ha ocurrido? ¿Cómo afecta esta situación? ¿Cuándo resolver el problema? ¿Dónde ayudar primero? ¿Qué cambiar para evitar problemas?

Es importante definir lo que causó el problema y sus aspectos positivos o negativos, así como saber lo que podemos hacer para solucionarlo. Hay que crear un ambiente de compromiso para superar los conflictos. Es necesario tener claro que, para resolver los problemas, se debe unir fuerzas y enfocarse en la solución.

Cuando otros hablen de problemas, propongamos soluciones. Mientras otros detallen adversidades, hablemos de oportunidades. Si otros dicen que la situación es difícil, proclamemos que todo es posible.

Para mantenernos en una situación proactiva se requiere flexibilidad, escuchar más, ampliar los conocimientos, dar seguimiento a los objetivos establecidos y reconocer que todos nos beneficiaremos si superamos los obstáculos que se interponen para lograr nuestras metas. **G**