

## La importancia del buen servicio en la heladería



### Ignacio Milies V.

Periodista, ingeniero comercial y heladero. Consultor en heladería artesanal, cofundador de la Copa Nacional de Heladería e integrante de la Asociación de Pasteleros de Chile.

Llega el mes de septiembre y con él las empanadas, cuecas y también los días de mayor sol. Nuestras heladerías comienzan a recibir una mayor cantidad de comensales deseosos de disfrutar de un buen helado y como heladeros debemos saber que junto con elaborar un producto de calidad, también debemos ser capaces de entregar una experiencia.

En un mundo cada vez más competitivo, donde la oferta de productos es abundante y variada, el servicio al cliente se ha convertido en el principal diferenciador entre las empresas exitosas y aquellas que apenas logran sobrevivir. Esto es especialmente cierto en el sector de la heladería, donde el producto, aunque delicioso, no siempre es suficiente para garantizar la lealtad del cliente. Es en la calidad del servicio donde una heladería puede verdaderamente destacar y asegurarse un lugar privilegiado en la memoria y el corazón de sus clientes.

Un buen servicio en la heladería no solo se traduce en una experiencia agradable para el cliente en el momento de la compra, sino que también fomenta la creación de vínculos emocionales. Cuando un cliente se siente bien atendido, no solo compra un helado, sino que se lleva consigo un recuerdo positivo, una sensación de bienestar que lo motivará a regresar. Este tipo de experiencia es lo que convierte a un cliente ocasional en un cliente

habitual, que no solo vuelve por el producto, sino también por la atención y la calidez con la que es recibido.

Al mismo tiempo, conlleva una gran responsabilidad, que es capacitar constantemente a nuestro personal para que sepa bien qué es lo que está vendiendo. Si no conoce el producto, difícilmente podrá recomendarlo o transmitir toda la información que queremos hacer llegar a nuestros clientes. Es cierto que la rotación de personal es bastante alta, no todos aspiran a pasar toda su vida despachando helados y está bien, no obstante, hagamos un esfuerzo y marquemos la diferencia.

En este sentido, como heladeros no podemos quedarnos encerrados en nuestros laboratorios. Mientras más nos acercamos a la temporada, el trabajo aumenta y las responsabilidades también. No obstante, démonos el tiempo de conversar con nuestros equipos e invitarlos a ser parte de esta hazaña que es vender un helado, compartir sus características -si es artesanal, mucho mejor- e invitar al cliente a ser parte de una experiencia, a degustar y compartir más sabores cuando tenemos tiempo y si no, lo mínimo es saludar, algo que también hemos perdido, no solo en la heladería, sino también en las diferentes áreas de la restauración y el servicio.

Lamentablemente -y no solo en nuestro país- estamos acostumbrados a una venta meramente

transaccional: el cliente se acerca a la vitrina a mirar los sabores, o bien directamente a la caja, paga y luego se le entrega su producto. Indica el sabor que va a llevar y, al son de la clásica pregunta ¿en cono o en vasito?, nuestro colaborador procede a servir el helado, entregárselo al consumidor y que pase el siguiente.

Démosle nuestro sello y marquemos la diferencia: en la era digital, donde las opiniones y recomendaciones circulan a la velocidad de la luz, un buen servicio puede convertirse en la mejor publicidad para una heladería. Las personas no dudan en compartir sus experiencias en redes sociales, y una recomendación positiva puede atraer a nuevos clientes, mientras que una experiencia negativa puede alejar a potenciales compradores. Así, la calidad del servicio no solo afecta directamente la satisfacción del cliente, sino que también tiene un impacto significativo en la reputación de la heladería.

En un entorno donde el helado es un producto que evoca placer y disfrute, el servicio debe estar alineado con estas emociones. Invertir en un buen servicio es invertir en la satisfacción del cliente, en la reputación de la empresa, y en la continuidad del negocio. Porque al final del día, un helado puede derretirse, pero una buena experiencia perdura en la memoria.