

Reivindicar la pompa y la experiencia

Claves de un servicio funerario excelente

Por José Carlos Ramos Carrasco, Consejero Delegado de Forever Us

La experiencia de las familias. Lo que se llevan.

En la actualidad los expertos del marketing hablan de la importancia de la 'experiencia de usuario' o refiriéndose a las interacciones con los clientes, usan la clarificativa expresión de 'momentos de la verdad'. Lo consideran como un elemento fundamental a la hora de prestar cualquier servicio, con indiferencia del sector en el que se enmarque.

Esto en el ámbito funerario lo sabíamos desde hace muchos años y de hecho el término Pompa Fúnebre lo certifica. Y es nuestra labor hacer de un evento único en la vida, como es la pérdida de un ser querido, una experiencia especial, solemne y bonita.

¿Qué mensaje llega a la sociedad del sector funerario?

A pesar de que la pompa está en lo más esencial de nuestra actividad —hasta en el nombre—, la obsesión por la mejora de la eficiencia, buscando rendimientos a corto plazo, nos ha hecho perder de vista este elemento fundamental.

Si nos paramos a reflexionar en las consecuencias de este hecho, tal vez nos demos cuenta de que actuar de esta forma tiene efectos negativos para nuestro negocio. De forma no intencionada, somos autores de una fuerte paradoja que es percibida por la sociedad como una gran incoherencia y que, por lo tanto, genera desconfianza. Por un lado, de forma consciente, nuestra labor como funerarios trata de dignificar un acto natural como es la muerte, darle el papel y presencia que merece en nuestra vida cotidiana y en nuestra realidad social. En el momento del deceso, y posteriormente, prestamos un soporte profesional extraordinario, haciéndonos cargo de todo, conscientes del *shock* de la familia, transmitiéndoles tranquilidad y seguridad. También ayudamos a pasar un inevitable y a la vez necesario periodo de duelo.

Por otro lado, sin embargo, trivializamos, sino eliminamos, la celebración que, ya desde los orígenes de la humanidad se vio que es clave, ya que da contenido y sentido al duelo. En un país tradicionalmente pobre, donde el seguro de decesos está tan implan-

tado, se requiere transparencia y pedagogía para transmitir la importancia de respetar las pólizas para disfrutar de un adecuado servicio cuando se requiera.

El valor de la experiencia: organizaciones extraordinarias.

Las funerarias de este país destacan por el elevado y completo servicio que dan a las familias, ocupándose de todo lo que tiene que ver con el finado. Todo un abanico de elementos que deben llevarse a cabo de forma totalmente correcta como son: adecuación del cadáver, identificación precisa, gestión de trámites administrativos, traslado, funeral, inhumación o incineración... La gran mayoría de ellos son fácilmente identificados por la familia ya que son tangibles: un buen ataúd, una magnífica lápida, una ceremonia personalizada, etc. Sin embargo, llama la atención la baja valoración que muchas familias hacen de los servicios prestados por las funerarias. Parece que la sistematización de protocolos de trabajo nos ha llevado a erradicar la importante contribución positiva que pueden hacer algunas personas excelentes en el trato con el cliente. Llevados por el sueño del emperador insaciable, ingenuamente pensamos que cualquiera puede hacer un servicio tan delicado; que no limpiar con asiduidad los lavabos no se nota; que es bueno ajustar al máximo a los proveedores...

Las grandes funerarias destacan porque saben dar un servicio extraordinario. Y ojo aquí al adjetivo grande, que no tiene por qué tener relación con el tamaño, sino con el excelente servicio. Existen ejemplos de funerarias, que tienen pequeños y grandes tamaños, que se diferencian porque aportan muchos más elementos al servicio. Algunos de ellos no son tangibles, pero sí son valorados, y muy positivamente, por las familias. Son pequeños detalles de gran valor que van desde una cafetería de ambiente cálido, pasando por unas instalaciones y especialmente unos servicios limpios, hasta el trato genuino y sincero de personas que empatizan con la familia.



Conseguir que el servicio se perciba como excelente.

La gran mayoría de las familias toman conciencia del gran valor de un servicio extraordinario y, si no perciben mensajes incoherentes, entienden el precio del servicio. Se comprende y valora el elevado coste de mantener un nivel de prestación, en la mayoría de los casos ininterrumpidamente. Y se sabe que normalmente nos hacemos cargo de dar el último adiós a no más de 2 o 3 personas muy allegadas. La experiencia demuestra que la competencia basada en guerras de precios acaban afectando a todos. Se debe ser eficiente y buscar el ahorro de costes superfluos. El virtuosismo está en saber cuáles no lo son y que tocarlos pondrían en riesgo lo más importante, hacer las cosas correctas consiguiendo que la familia quede muy satisfecha. No es incompatible, y a los casos reales nos remitimos.

En nuestra compañía vamos más allá y extendemos esa experiencia al punto de reencuentro con la persona que nos dejó. Por eso nuestra misión es hacer realidad 'una nueva forma de recordar a los seres queridos', que conseguimos mediante las Lápidas Únicas.

Cada vez que recibimos un testimonio de agradecimiento de una familia, encontramos un nuevo motivo para esforzarnos más en mejorar el servicio y ello no nos impide ser altamente competitivos en precio. ■

Más información en www.forever-us.net
www.solemnium.com