

CASO “UNITED BREAKS GUITARS”

¿Cuál es el problema?

La falta de atención y preocupación de United Airlines hacia los problemas y quejas de sus clientes. Específicamente, el abordaje negligente al daño a la guitarra de Dave Carroll y el hecho de que ignoraran sus intentos por buscar una compensación, lo que generó una sensación de frustración y desconfianza entre los consumidores, que se exacerbó cuando Carroll decidió compartir su experiencia a través de un video musical viral.

¿En qué momento puede resolverse?

El problema podría haberse resuelto en el momento en que Carroll presentó la queja inicial sobre el daño a su guitarra; sin embargo, la falta de un manual de procedimientos que indicara a sobrecargos y personal de la aerolínea cómo actuar ante una negligencia en el manejo de equipaje, desencadenó que no se tomaran medidas inmediatas para abordar las preocupaciones del músico sobre el daño a su guitarra, ni se le brindó asesoramiento en los procesos de reclamación para ofrecer una compensación.

Importancia de las RRSS en la visibilidad del caso

Gracias a la naturaleza viral de estas plataformas, el video musical de Carroll se difundió rápidamente a través de YouTube, Facebook y Twitter, lo que resultó en una amplia cobertura mediática y una atención masiva en línea por parte de usuarios que se identificaron con el caso.

¿Qué errores cometió United en la negociación?

- Falta de empatía al no abordar adecuadamente la queja inicial de Carroll sobre el daño a su guitarra.
- Rechazar repetidamente la solicitud de compensación.
- No hubo una posición pública por parte de United / No hubo un mensaje clave que permitiera establecer una postura a lo largo de la crisis.
- La aerolínea fue selectiva en los medios que utilizaba para discutir el incidente y no utilizó los canales adecuados para amplificar su mensaje.
- Pérdida de control en las menciones sobre la empresa.
- Falta de campaña post-crisis. No hubo esfuerzos de comunicación que permitieran mostrar las mejoras implementadas.

¿Qué cambios introdujo tanto en procesos como en su cultura?

- Implementación de políticas y procedimientos mejorados para manejar quejas de clientes y compensaciones.
- Capacitación del personal en servicio al cliente y manejo de situaciones difíciles.

CONCLUSIONES:

El caso resalta la importancia de contar con un manual de crisis que permita gestionar de manera eficaz situaciones de emergencia, estableciendo procedimientos claros y líneas de comunicación establecidas. De esta forma, las empresas pueden estar preparadas para responder de manera rápida a los problemas, manteniendo la confianza de los clientes y protegiendo su reputación.

En el incidente de United Airlines, la falta de empatía a la queja de Dave Carroll, sumado a la falta de transparencia en la comunicación y la inacción para abordar la crisis, llevó a la escalada del problema y al daño significativo a la imagen de la marca.

Pero también resalta el papel de las redes sociales en la amplificación y difusión de los problemas y cómo una comunicación clara y un mensaje rector bien construido pueden ayudar a mitigar el impacto negativo.

Lo aprendido sobre este tema es que una crisis también puede ser un punto de crecimiento para una empresa: en el caso de United Airlines le permitió hacer adecuaciones en sus prácticas, destacando la importancia de la mejora continua y la adaptación a las demandas de los clientes en un entorno digital altamente visible y propenso a la viralización.