

REAPERTURA

SEGURIDAD DEL EMPLEADO
PREPARACIÓN DE LA TIENDA
ENTREGAS Y MONTAJES
E-COMMERCE Y DIGITALIZACIÓN
COMUNICACIÓN
DECÁLOGO DE MEDIDAS

www.ecussleep.com

www.senttix.com

Abril.2020 · Ref. Digo1.03
© 2020 Ecus Sleep S.L.U.
© 2020 Senttix

ecus



El Covid-19 ha causado un gran desconcierto en la sociedad y ha tenido un notable impacto en nuestro estilo de vida. Hemos adquirido multitud de hábitos que hace unos meses nos parecerían impensables. Nunca hubiéramos imaginado lavarnos las manos con tanta frecuencia y durante tanto tiempo.

Muchas tiendas especialistas en descanso vamos a tener que realizar serias adaptaciones, desde ya, para poder atender a nuestros clientes en condiciones de máxima seguridad en el momento de la apertura. El tema más delicado creemos que va a ser la prueba del colchón y de la almohada. Ya oímos que los comercios de moda van a prohibir la prueba de ropa (es algo increíble, ¿verdad?).

Ahora, debemos estar listos para seguir dando razones a nuestros clientes para que visiten nuestras tiendas, proporcionando el mejor servicio adaptado a las nuevas circunstancias, no nos queda más remedio que asumir cambios.

A continuación, os vamos a dar las claves para que nuestros clientes sigan sintiéndose cómodos. Quizá ya estés aplicando algunas de estas normas, incluso en oficinas u otros ámbitos laborales. En cualquier caso, las buenas prácticas de seguridad sanitaria y la concienciación serán siempre bienvenidas.

- 4** HIGIENE Y SEGURIDAD DEL EMPLEADO
- 6** PREPARACIÓN DE LA TIENDA
- 10** ENTREGAS Y MONTAJES
- 12** E-COMMERCE Y DIGITALIZACIÓN
- 14** COMUNICA LAS MEDIDAS ADOPTADAS
- 15** MANTENTE INFORMADO
- 16** REFLEXIONES POST-CORONAVIRUS
- 18** EJ. DECALOGO MEDIDAS

1. HIGIENE Y SEGURIDAD DEL EMPLEADO

Establece un manual de buenas prácticas que consideren todas aquellas acciones que realizamos desde antes de la apertura de nuestro negocio, hasta después del cierre.

- Antes era muy recomendable dar la mano cuando recibíamos a los clientes, ya no lo es. No obstante, se puede adaptar el saludo a otras formas, como, por ejemplo, un gesto inclinando ligeramente la cabeza, poner nuestra mano en el pecho en señal de bienvenida o cualquier otro gesto que no implique contacto directo. Una sonrisa sincera y un ¡hola! siempre es una excelente opción para dar la bienvenida y puede ser suficiente.

:)

EMPLEADOS

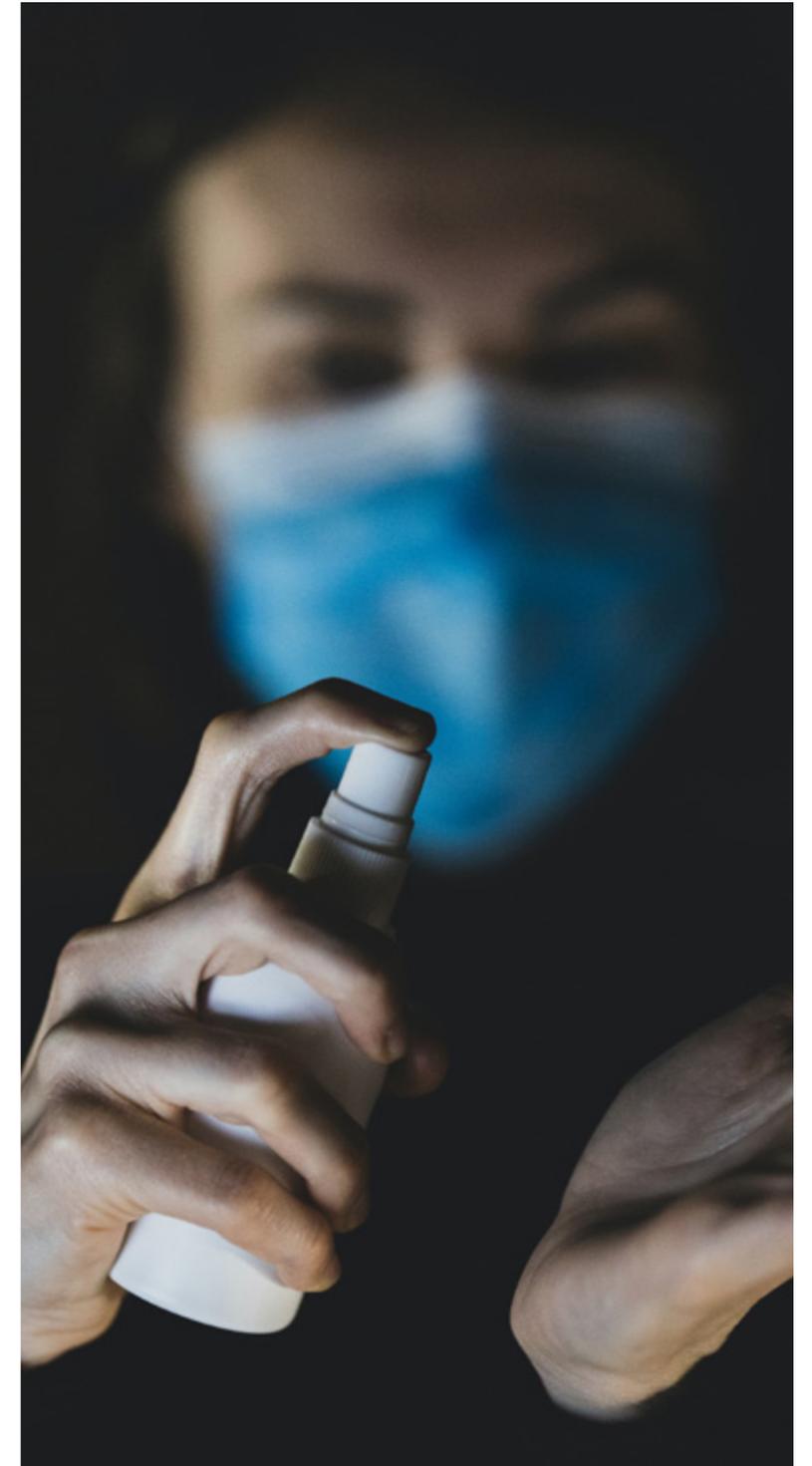
- **Mantengamos las distancias de seguridad, aproximadamente 1,5 - 2 metros.** Es importante, para evitar cualquier tipo de malentendido, explicar al cliente por qué mantenemos esa distancia. Cuando volvamos a salir a comprar más allá del supermercado es posible que de manera involuntaria nos olvidemos de lo importante que es esa distancia para la seguridad de todos.
- **Estableceremos un horario de higiene de manos cada hora.** Será conveniente pedir a los visitantes que se laven las manos en la puerta con un gel hidroalcohólico a disposición del cliente que pueden usar también cuando salgan de tienda. Nuestros empleados recibirán recordatorios periódicos y de forma amable, no debemos bajar la guardia.
- Intentar **toser y/o estornudar tapándose con la parte interior del codo o en un pañuelo desechable**, otro hábito adquirido durante el desarrollo de la pandemia

que deberemos mantener. Es importante lavarse las manos inmediatamente después de hacerlo.

- **Al menor síntoma** de enfermedad o indisposición (fiebre, tos, dificultades respiratorias), mejor quedarse en casa para evitar correr riesgos innecesarios.

EL SALUDO, LA DISTANCIA DE SEGURIDAD, LAS RUTINAS DE HIGIENE Y EL CONTROL DE SÍNTOMAS SON CLAVES DETERMINANTES.

- Las reuniones se llevarán a cabo en lugares bien ventilados y amplios para permitir la distancia social de seguridad. Por suerte, también hay plataformas y tecnologías que nos permiten **reunirnos de manera virtual** como hemos hecho durante el periodo de confinamiento: Zoom, Skype o Microsoft Teams, entre otros.



2. PREPARACIÓN DE LA TIENDA

RECUPERAR LA CONFIANZA DE LOS VISITANTES DE NUESTRO NEGOCIO PASA POR, ADEMÁS DE ADOPTAR LAS MEDIDAS DE HIGIENE NECESARIAS, HACÉRSELAS VER A LOS CLIENTES.

- **Anunciar, mostrar, el “Decálogo de buenas prácticas” a la entrada**, en los escaparates de la manera que mejor consideréis: en un cuadro, un display, monitor o TV, en RR.SS. Anunciar que lo hacemos y demostrar que lo cumplimos, es nuestro mayor certificado de seguridad. En él deberemos mostrar en primer lugar **el nuevo aforo máximo**, que previsiblemente se ajustará por los metros de nuestro negocio. Incluir también que, “durante este periodo excepcional, no se admitirán devoluciones de ropa de cama y/o almohadas”.

Te proponemos un ejemplo: [clic aquí.](#)

- **Ubica gel hidroalcohólico a la entrada de la tienda**, en las zonas de mayor tráfico y en el escritorio. Es conveniente tener siempre toallitas de papel a mano y revisar/vaciar las papeleras con mayor frecuencia.

- **Los mandos de camas y colchón articulable deben limpiarse a conciencia** antes y después de cada demostración con toallitas hidroalcohólicas.

- **Utiliza protectores de almohada desechables.** No permitas que nadie apoye la cabeza sin protección entrando en contacto directamente con el accesorio o textil de la almohada o colchón.

La prueba del colchón higiénica y segura cobra una nueva importancia en el proceso de venta. Debemos adoptar las medidas necesarias para ello.

• Contemplamos **distintas posibilidades para asegurar la CRUCIAL prueba del colchón**, te apuntamos algunas:

o **Utilizar spray desinfectante** sobre los colchones después de cada uso. Aunque este remedio puede causar efectos adversos graves. Mucha atención. Ejemplos: Opción 1, Opción 2.

o **Utiliza protectores desechables para la prueba de los colchones**, de similar material que el protector de almohadas.

o **Utiliza sábanas o protectores que, además, estés vendiendo en la tienda**. Es nuestra opción favorita. En cada cliente, en cada visita, abrimos, desprecintamos, una sábana bajera o protector. Esta sábana la podemos ir cambiando de un colchón a otro.



2. PREPARAR LA TIENDA

Terminada la visita, se deposita en un recipiente dispuesto a tal efecto y a lavar. Esta opción creemos que da total seguridad, hace de la experiencia de la prueba una experiencia placentera, imaginemos buenas sábanas de algodón de 500 hilos, como las de Senttix, sobre cualquier colchón. Va a aumentar la venta



cruzada, incluso, puede aumentar el compromiso del cliente. Las sábanas son reutilizables, por lo que tras un buen lavado, vuelven a estar listas para el circuito. Algún colaborador en tintorerías, o lavado de sábanas de hotel, quizás, nos puedan ayudar a perfeccionar el sistema.

- **Limpia el colchón después de cada uso con una vaporeta de mano.** El vapor seco a alta temperatura, elimina hasta el 99.99% de los microorganismos. [+info](#)

- **Limpieza con generador de ozono.** Mejora y purifica la calidad del aire, eliminando los malos olores destruyendo numerosos virus, bacterias y hongos, siendo muy efectivo contra la familia de los coronavirus. [+info](#)

- **Minimiza, en la medida de lo posible, que los clientes tengan que tocar las superficies de mucho contacto** (timbres, pomos de puertas, barandillas, etc.) En algunos lugares se están instalando prolongaciones de plástico en los pomos que permiten la apertura con el antebrazo, minimizando la necesidad de abrir la puerta con la mano.

PROPÓN A TUS CLIENTES VISITAR TU TIENDA CON CITA PREVIA, NO SOLO POR SEGURIDAD, SINO PARA OFRECERLE UN TRATO EXCLUSIVO Y PERSONALIZADO

- Las superficies anteriormente mencionadas también deben limpiarse con más frecuencia a la habitual. También los teclados y pantallas táctiles.

- **Mantener ventilación periódicamente** abriendo las puertas independientemente del uso de aire acondicionado que debe revisarse con una frecuencia máxima de seis meses para la limpieza de filtros.

- **Adapta el horario de la tienda para que permita hacer las tareas de limpieza** en base a los nuevos procedimientos: limpieza de suelos con lejía, pomos, pasamanos, barandillas, mostradores.

- **Evita entregar folletos y presupuestos, de manera física,** en mano. En estos primeros momentos al menos, creemos que deben de-

2. PREPARAR DE LA TIENDA

sestimarse. Por tanto, es necesario comprobar que tenéis un sistema informático preparado para recoger y procesar los datos del cliente y poder enviar después, digitalmente (email, whatsapp, etc.), el presupuesto, el pedido o cualquier información relevante.

- Esta nueva fórmula **nos va a ayudar a tener una buena y actualizada base de datos** sobre la que poder actuar después en seguimiento de ventas, tener ratios de visitas y conversiones, horas y días con más afluencia, modelos que despiertan más interés, códigos postales de nuestros clientes, etc.
- Al menos en la primera fase, **piensa en cómo instaurar o poder gestionar CITAS PREVIAS**, con el fin de evitar aglomeraciones de clientes o saturación en ciertos horarios, asegurándonos una visita más segura, y seguro que mejor atendida.
- El cobro en efectivo puede causar reticencias en los primeros momentos.



Comprueba que los TPV funcionan correctamente y que tienen la opción de lectura a distancia, también sería buen momento de comprobar las condiciones que nos aplican, si ahora lo vamos a utilizar más.

- **Los muestrarios, catálogos, y cualquier material físico para mostrar deben estar en perfecto estado: limpios, sin machas, como recién estrenados.** En este caso, además, si no se le ha ofrecido ya con anterioridad al cliente guantes, podría ser un buen momento.
- Igualmente, **frente al uso de estos catálogos físicos, está la opción digital, un gran monitor**, desde donde mostrar, con la distancia de seguridad todos estos productos y argumentos.
- Por último, **la zona de aseos**. Cuidar esta zona para proveer de un buen lavado de manos a clientes y trabajadores e incluir las normas de cómo lavarse correctamente las manos.

Es muy importante concienciar a los medios de reparto, entrega y montaje a domicilio de nuestros productos de la importancia de adoptar las medidas necesarias.

En las entregas y montajes, **desenfundar la mercancía antes de entrar al domicilio del cliente**, y si pudiera ser, en la misma puerta.

Una vez retirado el plástico exterior y sin tocar con las manos el colchón o cualquier otro producto que entreguemos, **los repartidores deberán utilizar material desinfectante que les permita lavarse las manos antes de manipular la mercancía y antes de entrar en el domicilio del cliente** para una instalación, así como ponerse las mascarillas de protección, calzas y guantes si fuera posible.

3. ENTREGAS Y MONTAJES

3. ENTREGAS DE PRODUCTO

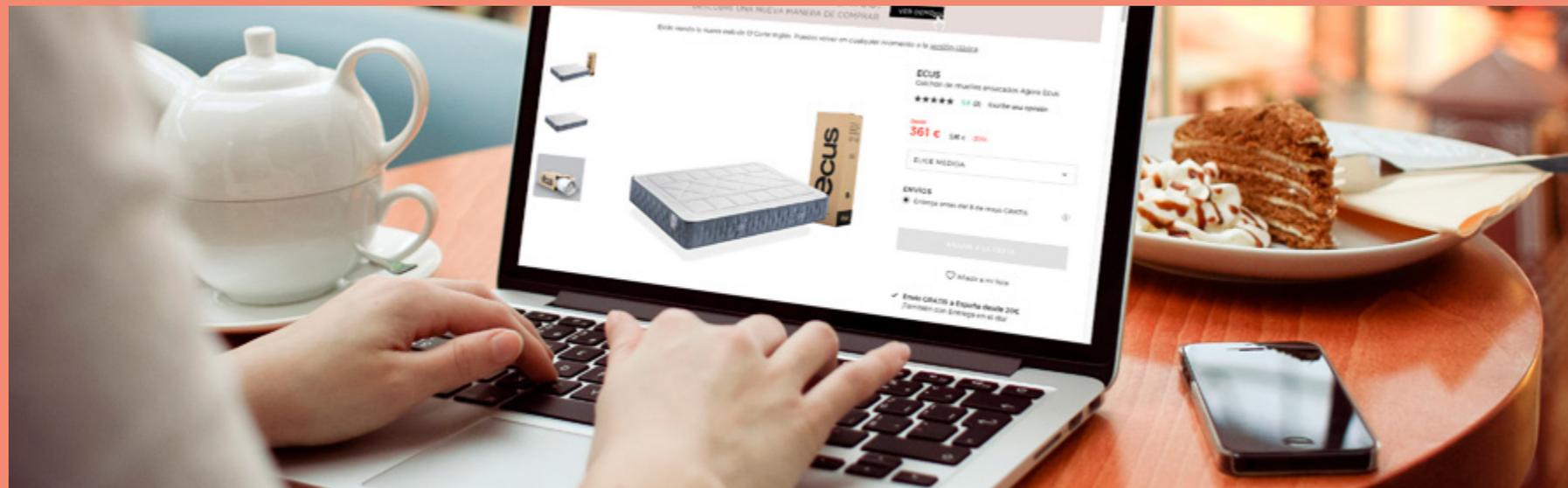
En las devoluciones o retiradas de producto, embalar siempre el colchón antes de abandonar el domicilio del cliente. Usar de manera obligatoria guantes desechables.

Terminada la entrega y/o recogida, los repartidores deberán desinfectarse de nuevo las manos convenientemente.



4.E-COMMERCE Y DIGITALIZACIÓN

ecus



12

Potencia y mejora tu oferta online. Lanza promociones y crea contenido en torno a la higiene que puedes garantizar con este método de compra.

4. E-COMMERCE Y DIGITALIZACIÓN

Potencia y mejora tu oferta online. Lanza promociones y crea contenido en torno a la higiene que puedes garantizar con este método de compra. Posibilita la recogida en tienda o la entrega a domicilio utilizando cajas de cartón y enrollando los colchones ([clic aquí para + info sobre enrollados de Ecus](#)). Se prevé un importante crecimiento de la venta online, incluso en canales y sectores donde este tipo de compra ha sido menos popular que en otros.

Aprovecha las nuevas tecnologías, a las que tanto nos hemos acostumbrado en este periodo, para **hacer conferencias y consultas directas con nuestros agentes** que pueden echarle una mano en línea, en directo y dar credibilidad y seguridad a tu oferta, salir de dudas, ayudar a la venta: un Skype, zoom, teams.

Explota toda la comunicación digital al máximo: videos demostrativos, consejos, las propias web de tus colaboradores.

En Ecus tienes a tu disposición ingente material audiovisual ya preparado para e-commerce y que puedes descargar desde tu área de cliente de la plataforma B2B.

De igual manera **nuestros agentes comerciales pueden informarte y brindarte asesoramiento** y toda nuestra experiencia sobre las técnicas e-commerce y buenas prácticas en este canal.



5.COMUNICA LAS MEDIDAS QUE ESTAS TOMANDO

Todo se hace por la seguridad del personal y los clientes, es una situación a la que todos debemos adaptarnos.

14

Informa a tus clientes a través del email, redes sociales y también a los clientes que visitan la tienda de todas las medidas adoptadas. Asegúrate que todos los vendedores sepan la importancia de comunicar las medidas contra el virus a los clientes.

Seguro que tus clientes se sienten más cómodos comprando y valoran tus esfuerzos y atención.



6. MANTENTE AL TANTO DE ACTUALIZACIONES

Es importante mantenerse informado de como evoluciona la pandemia a través de canales oficiales.

Adaptarse a los cambios que pueden surgir y estar siempre alerta nos ayudará a reaccionar con rapidez.

En Ecus estamos a tu disposición para ayudarte en cualquier cuestión o duda que te surja, así como a apoyarte en decisiones, búsqueda de soluciones. Como sabes también, Ecus es una empresa enormemente digitalizada que puede ofrecerte todos los servicios descritos y con propuestas concretas en producto para ayudarte a poner a punto la tienda en la reapertura.

REFLEXIONES TRAS EL CORONAVIRUS

- **Aprovechemos la oportunidad que nos pueden brindar las experiencias que otros países,** previamente, y antes que España, van teniendo en las re aperturas.
- Recomendable también seguir estrechamente las **medidas que adopte el sector textil,** sector muy relacionado con el del descanso.
- La liquidez, ahora es de lo más importante. **Busca financiación.**
- **Defiende tu posicionamiento.** Piensa cuál es y comprueba que, lo que vas a hacer de ahora en adelante, tiene coherencia con aquel.
- Los primeros momentos, con empresas necesitadas de liquidez, y salidas de stock masivos, podemos sufrir una guerra de precios que mermen la rentabilidad sin ningún sentido. Volvemos a insistir en **atender al propio posicionamiento de cada uno de nosotros,** y no dejarse arrastrar simplemente.
- La tendencia de Sostenibilidad, de **consumo sostenible y responsable, se va a acrecentar** de manera ostensible por la relación con la salud, higiene, cuidado personal y del planeta. Prepárate para ello.
- La **Trazabilidad** (dónde se ha hecho el producto, quién lo ha hecho, etc.) y la **Seguridad** (certificaciones), van a tener mucho más valor.
- Insistimos en la **Digitalización,** ya era importante, ahora se ha tornado en imprescindible, incluido nuestras tiendas para todos los procesos, empezando por la venta, relación con clientes, publicidad, etc.

REFLEXIONES TRAS EL CORONAVIRUS

- Estamos obligados a inventar **nuevos servicios, a afrontar riesgos y cambios en retail**, que nos permitan crear más valor: tiempo de relax, tiempo de lectura tranquila, tiempo de siesta, de un buen café, añade experiencias, haz de tu tienda una experiencia diferencial, una tienda única y no un simple probador.
- **Busca colaboraciones** (partenariados con proveedores, competidores, otros sectores). La unión hace la fuerza.
- La fuerza de ventas debe **mostrar alegría y emoción en su desempeño: invitar a disfrutar al cliente**. El malestar y pesimismo debe quedar, más que nunca, fuera de la tienda.
- La **calidad del equipo de ventas, su formación, su capacitación**, son siempre un elemento diferencial en las ofertas. No lo olvidemos.
- La **venta honesta, bien informada, cercana** y que asesore a los clientes sobre ventajas que los productos tienen sobre el bienestar, la salud, el disfrute y la seguridad, cobran ahora más fuerza que nunca.
- Los centros comerciales, al menos en su inicio, pueden sufrir cierto declive. Los **comercios de cercanía**, de barrio pueden aprovechar esta oportunidad.
- **Liberaliza tus horarios, adáptalos a la demanda**. En principio, creemos que muy irregular y dispersa.
- **Flexibiliza tareas, reequilibra necesidades de trabajo**. Por ejemplo, las necesidades de personal para venta y para reparto pueden haber variado desde el cierre.

EJEMPLO DE DECÁLOGO

Te proponemos un decálogo de medidas de seguridad e higiene adoptadas. Deberemos comunicárselo a nuestros clientes de manera visible a la entrada de nuestra tienda.

1. El aforo máximo es de X personas:
2. Si así lo deseara, le invitamos a concretar fecha y hora exactas, y le atenderemos, a “puerta cerrada”.
3. Para la prueba de colchones y almohadas, disponemos de protectores de un solo uso.
4. Además, los colchones y almohadas son higienizados, al final de cada jornada, con vapor seco.
5. Limpiamos y desinfectamos 2 veces al día suelos, puertas, pomos, barandillas, etc.
6. Ventilamos continuamente el interior del local con aire fresco y con máquinas de ozono.
7. Disponemos de guantes desechables para su uso, así como gel hidro-alcohólico, si así lo desea.
8. Nuestros aseos, en perfecto estado higiénico, están a su disposición también si prefiere el lavado de manos.
9. Disponemos de toda la información en formato digital, si así la prefiriera recibir.
10. La entrega y montaje de los productos en su domicilio, la realizamos con las máximas medidas de protección y seguridad.

Ecus ha adaptado su línea productiva para cumplir con estrictas medidas de higiene y seguridad para empleados, proveedores, transportistas y todos los productos que salen sus instalaciones .



www.ecussleep.com

www.senttix.com

T. 0034 968 751 374

T. 0034 902 306 040

ENGLISH
Mario Sánchez
msanchez@ecus.es

ESPAÑOL
Miguel Ángel Ibáñez
maibanez@ecus.es

FRANÇAIS
José Martínez
jmartinez@ecusfrance.com

**Mucho ánimo para todos.
Estamos a vuestro lado**

ecus

Senttix

