Domingo Tizón: "El cliente te ha de ver como un colaborador y un amigo, no como un vendedor"

Desde sus inicios en Tot-Net, Domingo Tizón ha sido uno de los principales responsables del buen hacer de la firma y uno de los encargados de conseguir que grandes empresas hayan sido fidelizadas para seguir confiando en los servicios de limpieza de la casa

Tras 28 años de trabajo, Tizón cuenta algunas de sus vivencias y aspectos que, desde su trayectoria profesional, han conseguido llevar a la empresa de limpieza Tot-Net hasta la buena posición en la que se encuentra en la actualidad.

Pregunta: ¿Cómo fueron sus primeros pasos en el mundo de los servicios profesionales de limpieza?

Respuesta: Comencé en una época un poco complicada, cuando las empresas de limpieza no eran aún como las de ahora. Empecé en Sabadell dentro de la empresa CREL, con 16 empleados, como un total neófito, sin ni siquiera saber que existían las empresas de limpieza. Venía del sector del automóvil pero me incorporé con ganas e ilusión, ya que mi tarea consistía en mantener el trato personal con los clientes y gestionar equipos, lo que me motivaba lo suficiente como para realizar ese cambio de actividad.

P.: ¿Siendo desconocido de la limpieza, cómo llegó a Tot-Net?

R.: El desconocer el producto y que fuera una tarea tan diferente, me complicó esos inicios. Aun así, al cabo de los años la empresa fue adquirida por TotNet, lo que permitió a la propia CREL y a mí realizar un gran salto. A partir de aquí la dirección de la empresa me ayudó muchísimo y me formó para poder colaborar con todo tipos de sectores, un rol que ha mantenido todo estos años y que siempre he agradecido intentando poder aportar a la empresa.

P.: ¿Qué fue lo que le sorprendió más al entrar en Tot-Net?

R.: CREL tenía recursos pero no se podía comparar. Trabajábamos muchos pero si venia un cliente de gran envergadura no podíamos atender la demanda. Para una persona que le gusta la limpieza, poder decir que uno tiene los recursos para cubrir una nave de 30.000m², es toda una tranquilidad y satisfacción.

P.: ¿Cómo ha evolucionado el perfil de la persona que quiere trabajar en el mundo de la limpieza?

R.: Cada vez se es más profesional y riguroso por suerte. Antes con que supiera limpiar en casa ya iba

bien porque no tenías más remedio, pero ahora se ha evolucionado positivamente de cara al sector y al cliente. Aparte, nosotros damos formación para todos aquellos que se inician.

P.: ¿Por qué Tot-Net hace tanto hincapié en la formación de sus trabajadores?

R.: Pretendemos que mejoren sus conocimientos básicos para poder trabajar tanto en un laboratorio farmacéutico como en una comunidad de vecinos, debido a lo diversificado de nuestro servicio. Cada vez la exigencia es más alta por parte del cliente y es por eso que la empresa no escatima en gastos de formación y recursos para modernizar los instrumentos de limpieza.

P.: Aparte del ya conocido Método Tot-Net, ¿qué otros puntos fuerte cree que tiene la empresa?

R.: La dirección de nuestra empresa ha estado siempre a la altura de lo que era necesario hacer y ha sabido hacer los deberes. Se ha sabido estructurar bien todo y hemos estado evolucionando todos, lo que le ha permitido a la empresa aprovechar el parón de la crisis para formarse mejor, establecer las bases con tal de estar preparados para crecer, independientemente de la demanda que pueda surgir en el futuro.

P.: ¿Qué acciones destacaría de Tot Net durante estos años de trabajo?

R.: La casa ha hecho cosas muy buenas socialmente, como la adquisición de dos empresas en plena crisis para no dejar a todas esas personas sin trabajo. No sólo fue una estrategia empresarial sino, en gran medida, un pilar social sobre el que ha continuado desarrollando su actividad. Las hemos saneado y hecho rentables de nuevo, salvando el riesgo de que estas personas se queden en el paro, siendo más de 150 empleados en total.

P.: Tot-Net es una de las pocas empresas de limpieza con departamento I+D. ¿Qué cree que aporta la innovación al sector?

R.: En esta empresa nunca nos hemos dormido. Cuando creamos un departamento de I+D algunos de nuestros clientes se sorprendían porque no pensaban que nos fuera de mucha utilidad visto nuestro tipo de empresa, centrada en la limpieza. Pero realmente ha significado mucho. Nos ha ayudado a modernizar procedimientos y permitir que estemos al día en todos los aspectos: mecanización, productos químicos...

Este mismo departamento también fue una pieza clave en el desarrollo del Método Tot Net, por lo que es fundamental para nuestra evolución.

P.: ¿Esta evolución ha sido también reflejada en el perfil del cliente?

R.: La formación y la profesionalidad son el futuro: cuanto más profesional es el personal, más garantías de éxito tiene la empresa porque realmente ésta es la existencia del mercado.

Ahora los clientes saben qué es una empresa de limpieza y saben lo que tienen que exigir o pedir. Cuando ellos hablan con un proveedor ven enseguida si hay nivel o no lo hay, y esto desde Tot-Net siempre se ha tenido en cuenta.

P.: Tous, Louis Vuitton... Cómo ha sido gestionar la limpieza de este tipo de grandes empresas?

R.: Son empresas que miran mucho con quién han de trabajar sin tener en cuenta el precio. De hecho, Vuitton contactó con nosotros por recomendación de otro cliente. Como con cualquier otra acción de volumen, fui de la mano con José Luís Corral, que siempre ha sido mi compañero de trabajo para estos asuntos. Empezamos con su planta 2 y tras meses de trabajo, empezamos a gestionar el resto de instalaciones. Ahora, aparte de la propia limpieza, limpiamos máquinas, sustituimos filtros y tenemos otras tareas diversificadas. Me siento bien por lo que se ha conseguido y por ver que las cosas continúan funcionando bien.

P.: ¿Qué papel opina que juega la fidelización del cliente en el desarrollo de una empresa?

R.: Lo que fideliza al cliente es la presencia del responsable con la frecuencia que se requiera. Tot Net tiene un departamento de fidelización que sabe que la persona y el trato que ésta dispersa es lo que mantiene fidelizado al cliente. El calor humano, la relación... El cliente te ha de ver como un colaborador y un amigo, no como un vendedor.

P.: ¿Qué piensa que tendrá que hacer TotNet para seguir cubriendo las nuevas necesidades del mercado?

R.: No tengo la menor duda de que sabrá hacer lo que toca y adaptarse a la evolución. Actualmente está preparada para ello. Tengo la confianza de que, dentro de un año, estaremos como ahora, lista para cubrir cualquier demanda sea la que sea y dar al mercado el servicio que se requiera, proceda del sector que sea.

P.: Han sido muchos años de trabajo en Tot-Net. ¿Cómo los resumiría?

R.: Todo lo que se hace en beneficio de la empresa y todo lo que sea bueno para ella, es bueno para todos. Me siento muy bien y muy satisfecho de todo lo que he podido hacer en estos años.

Más información sobre la empresa Tot-Net

Datos de contacto:

e-deon.net - Marketing · Diseño · Comunicación

e-deon.net, agencia de marketing

931929647

Nota de prensa publicada en: [Terrassa](#)

Categorías: [Cataluña](#) [Emprendedores](#) [Recursos humanos](#) [Consumo](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>