



Дейл Карнеги®  
**Полезни съвети  
за отлично  
обслужване на  
клиенти**  
eBook



# Обслужването започва с взаимоотношенията

Отличното обслужване започва със здрави взаимоотношения. Ето девет начина да заздравите взаимоотношенията с клиентите.

## Подобрете взаимоотношенията

Принципи от „Как да печелим приятели и да влияем на хората“

### Станете по-дружелюбни

1. Не критикувайте, не осъждайте и не се оплаквайте.
2. Давайте честна, искрена оценка.
3. Събудете у човека срещу вас истинска потребност.
4. Интересувайте се искрено от другите.
5. Усмихвайте се.
6. Запомнете, че името на всеки човек за него е най-сладката и най-важна дума на който и да е език.
7. Бъдете добър слушател. Насърчавайте другите да говорят за себе си.
8. Когато говорите, съобразявайте се с интересите на другите.
9. Накарайте човека срещу вас да се чувства значим – и го направете искрено.



# Процес на справяне с оплакванията

Когато имаме определен процес за справяне с оплакванията, това ни помага да се справим с емоционалните и практически аспекти на въпроса.

1. Поздравете

2. Изслушайте

3. Задавайте въпроси

4. Проявете съпричастност

5. Адресирайте проблема

6. Тестващи въпроси

7. Предложете допълнителна помощ

8. Проследете проблема

## 1. Поздравете

Винаги отговаряйте по телефона или поздравявайте хората при среща така, сякаш се радвате да ги чуete. Започнете дружелюбно. Това е лесно да се каже, но може да е трудно да се изпълни. Трябва да сме способни „да живеем в днешния ден“ и да отделим предишни негативни преживявания от с контакта с този клиент.

## 2. Изслушвайте

Често получаваме едни и същи оплаквания, така че изслушването на хората се превръща в истинско предизвикателство. Дайте им възможност да изразят част от своята неудовлетвореност. Проявете съпричастие. Слушайте за факти и чувства. Не се поддавайте на изкушението да започнете да отговаряте прекалено бързо. Покажете, че слушате активно като се намесвате за кратко и задавате изясняващи въпроси.



### 3. Задавайте въпроси

Задавайте въпроси, за да изясните проблема. И отново трябва да се опитате да не отговаряте, докато не разберете хората и притесненията им.

- а/ Елементарните въпроси дават представа за основните факти на проблема. Това ни дава възможност да отнемем част от емоцията на оплакването.
- б/ Обстойните въпроси събират повече информация. Това дава възможност на клиента да говори повече за проблемите и чувствата си. Тези въпроси трябва да са сравнително кратки, за да насърчат клиента да говори повече.
- в/ Оценъчните въпроси ни дават възможност да разберем каква е сериозността на проблема според клиента. Тук е и моментът, когато прецените какво ще задоволи клиента.

### 4. Проявете съпричастност

Намерете въпрос, по който имате съгласие с клиента. Това не означава непременно, че се съгласявате с проблема. Тук е мястото, където показваме на клиента, че сме чули и разбираме притеснението му и сме наясно, че то е важно за него.

### 5. Адресирайте проблема

Сега, след като емоционалните въпроси са били адресирани, направете всичко по силите си, за да разрешите практическите аспекти на оплакването. Поемете отговорност за действията на организацията ви. Това е шансът ви да превърнете лимона в лимонада. Хората, чиито проблеми се разрешават успешно, обикновено продължават да работят с вас.

### 6. Тестващи въпроси

Задавайте въпроси, за да разберете доколко успешно сте разрешили емоционалните и практически страни на оплакването. Дайте на клиента още една възможност да говори. Бъдете добър слушател.

### 7. Предложете допълнителна помощ

Попитайте какво друго можете да направите за клиента. Това дава възможност да отдалечите разговора от оплакването, което ви помага по-лесно да завършите разговора позитивно.

### 8. Проследете проблема

Често оплакванията не могат да бъдат разрешени напълно при първия контакт. Ако е необходимо да се свържете отново с клиента, направете го бързо и старателно. Дори и в случай, че проблемът е разрешен, намерете причина да се обадите отново на клиента. Например, намерете начин да предложите допълнителна стойност. Освен това потърсете начини да разрешите корените на проблема в организацията ви.





# Справяне с оплакванията на клиентите

## Насоки за справяне с оплакванията

- Не го приемайте лично
- Слушайте и проявете съпричастие
- Използвайте името на клиента
- Покажете уважение към гледната му точка
- Поемете отговорност за проблема
- Избягвайте да цитирате корпоративни принципи и политики
- Създайте възможност да се проявите като герой
- Лекувайте болестите, не симптомите

# Справяне с разгневени клиенти

**Като имаме предвид тези принципи, ще можем да подобрим, вместо да влошим ситуацията с клиента.**

- Запазете спокойствие. Опитайте да останете дипломатични и учтиви. Ако се ядосате, това ще разгневи клиента още повече.
- Опитайте се да видите нещата от гледна точка на клиента. Може би и вие щяхте се чувствате като него ако сте в същата ситуация.
- Благодарете на човека за повдигнатия въпрос и го направете искрено. Подчертайте колко важно е за вас и за организацията ви клиентите да са доволни.
- Слушайте, за да разберете. Понякога разгневеният клиент иска само някой да го изслуша, дори и да не можете да му помогнете.
- Задавайте въпроси, за да разберете фактите и чувствата на клиента. Слушайте, за да научите, а не само за да подготвите отговора си. Не отговаряйте прекалено бързо.
- Намерете положения, по които сте съгласни с притеснението на клиента. Установете допирни точки, за да покажете на клиента, че слушате.
- Винаги показвайте желание да разрешите проблема или конфликта. Представете разрешаването на проблема като нещо колкото е възможно по-лесно.
- Бъдете искрени и покажете своята индивидуалност. Отговаряйте като разбиращ приятел вместо да цитирате фирмена политика.
- Бъдете твърд в отговорите си, но проявявайте разбиране.
- Като последна възможност предложете на клиента да говори със супервизора ви. Той може да каже същите неща, които сте казали и вие, но понякога фактът, че ги чува от друг човек може да има позитивен ефект върху клиента



## Учтивост по телефона

- Покажете индивидуалността си по телефона
- Бъдете разговорлив
- Използвайте името на клиента
- Дайте пълното си име
- Слушайте, за да разберете
- Задавайте въпроси с отворен отговор
- Дайте време на клиента да помисли и да говори
- Запълвайте паузите, когато е подходящо
- Бъдете отзивчив слушател
- Усмихвайте се
- Обадете се вместо да използвате имейл
- Поемете отговорност. Не обвинявайте други хора
- Станете, когато можете
- Поискайте позволение преди да включите телефона на високоговорител
- Говорете със същата скорост като човека, който ви се обажда
- Правете пауза между различните идеи за по-голяма яснота
- Винаги благодарете на този, който ви се е обадил





# Искане на насочване

## Кога да попитате:

- Мислете за купувачите си като за партньори, които могат да ви насочат към постоянен поток от нов бизнес
- Не подценявайте силата на добрата воля или влияние на доволените купувачи.
- Вероятността хората, насочени към вас, да купят е по-голяма.
- Не забравяйте, че има по-голяма вероятност хората, които купуват, да насочат и други към вас.
- Поискайте насочване с писмо, по телефона или лично.

## Поискайте насочване

Как да поискаме насочване без да изглеждаме нахални или агресивни? Искаме да поддържаме добри взаимоотношения и да създаваме ситуации в които всички печелят. Наличието на обикновен, разговорен процес ни помага да научим какво да казваме и как да го казваме. Най-важният аспект е да си припомним какви са ползите от това да поискаме насочване и след това просто да поискаме.

### Стъпка 1: Напомнете на клиента за специфичните му облаги

Ако знаете какви са тези облаги, задачата ви става много лесна. Може би нещо, което са ви казали или пък разкажете нещо базирано на собствените ви знания и опит. Поискайте съгласието им в обикновен разговор.

**Пример:** Тери, много се радвам, че Dale Carnegie Training® са помогнали на вашия екип да се фокусира върху решаването на специфичните проблеми на различни процеси и са ви спестили над \$ 65 000, намалявайки принудителния престой. Каза, че шефът ти те е похвалил на последната сбирка на екипа.

### Стъпка 2: Опишете профила на клиентите си

Опишете накратко гамата от предизвикателства, пред които са изправени клиентите ви. Това може да подсети клиента, с когото разговаряте, за възможности, за които не се е досетил. Освен това ще му помогне да се сети за други хора.

**Пример:** Ние работим с широк кръг хора – от мениджъри на предприятия до персонал на гишетата за обслужване на клиенти. Организацията ни предлага решения за голямо разнообразие от отрасли, включително и 400 от 500-те компании на Форчън. Те са изправени пред свити бюджети, намален персонал и по-високи изисквания, точно като вас. Имат огромна нужда да постигнат колкото може повече със съществуващия персонал, да намалят текучеството, да развият ново поколение лидерство, да повдигнат духа и да постигнат печеливши резултати за топ мениджърите. Както знаеш ние можем да влияем на бизнес резултатите и да развиваме овластена среда, която поражда отговорност. Ние разработваме индивидуални решения, за да бъдат адресирани най-важните въпроси, пред които са изправени тези хора.



## Поискайте насочване /продължение/

### Стъпка 3: Идентифицирайте ползата от евентуално насочване

Как може настоящият ви клиент /или който и да е друг/ да спечели от това, че е насочил някого към вас? Идентифицирайте ползата, която това ще донесе на съответния човек, не на тяхната фирма, на евентуалния бъдещ клиент или на вас. Опитайте се честно да видите нещата от негова гледна точка.

**Пример:** Зная, че се надяваш да станеш лидер в Търговската Камара. Ако помогнеш на някои от приятелите си там, това може да издигне репутацията ти.

### Стъпка 4: Напомнете им, че вече познават някого

Дайте примери за хора или позиции, които биха могли да се възползват от това, което предлагате. Ако имате предвид определен човек или хора, споменете ги по име. Дайте разнообразни имена и позиции и говорете бавно, за да дадете възможност на човека да мисли. Слушайте.

Пример: Зная, че Джон Смит от фирма АБС е силен играч в камарата. Сигурно можеш да се сетиш и за други хора от фирмите XYZ1, XYZ2 и т.н. Освен директорите има и мениджъри на проекти, финансови мениджъри, търговци, мениджъри. Кого познаваш извън работата си, като например съседни или приятели? Зная, че участваш в ...

### Стъпка 5: Поискайте да ви представят

Попитайте контакта си дали той или тя са съгласни да ви представят преди да се свържете с новия човек. Това ще помогне процесът да е по-приятелски и ще отвори вратата по-широко. Помислете дали да помолите контакта си да изпратят имейл, да се обади по телефона или да ви представи лично по време на някое събитие. Може дори да предложите конферентно обаждање.

**Пример:** Ще се обадиш ли на този човек, за да знае кой съм, когато се свържа с него? Или да изпратиш имейл като включиш и резултатите, които сте постигнали след работата си с нас? Кога да му се обадя, така че да съм сигурен, че знае кой съм?



# Процес, даващ добавена стойност

## 1. Задавайте въпроси

Ефективните въпроси помагат на нас и купувача да видим допълнителни възможности:

а/ Елементарните въпроси установяват основна информация за нива на използване, времеви рамки, необходими характеристики, нужди на клиента, техническа спецификация и др.

б/ Подробните въпроси откриват повече детайли като усещането за спешност, неоткрити нужди, допълнителни ползи от решенията и др.

в/ Оценъчните въпроси опипват почвата, за да се прецени дали клиентът е склонен да плати за добавена стойност.

## 2. Отворете вратата

Кажете нещо кратко, за да привлечете вниманието на клиента и да го направите по-отворен за различни опции.

- „Някои от нашите клиенти оценяват ...”
- „Знаете ли ползите от ...”
- „Може да спестите време като ...”
- „Ето ви начин да спестите средства ...”
- „Искате ли да си спестите неприятности като ...”

## 3. Представете добавената стойност

Кажете на клиента една специфична добавена стойност, която може да получи и необходимата инвестиция за това.

### Добавена стойност

---

---

---

---

---

### Необходима инвестиция

---

---

---

---

---

## 4. Тестващи въпроси

Тези кратки въпроси имат за цел да проверят какво чувства клиентът по въпроса за допълнителната инвестиция.

### Например:

- „Какво мислите?”
- „Ще ви помогне ли това?”
- „Харесват ли ви допълнителните ползи?”
- „Каква възвращаемост на вашата инвестиция ще получите?”

---

За да научите повече какви стратегически и индивидуални обучения и обучения на работното място на тема „Обслужване на клиенти” можем да предложим на вашата организация, свържете се с местния офис на Дейл Карнеги още днес. Моля посетете: [dalecarnegie.com/office](http://dalecarnegie.com/office)

---