



탁월한 고객 서비스를 위한 데일 카네기 팁

eBook

고객 서비스는 인간관계에서 출발한다.

탁월한 고객 서비스는 견고한 인간관계에서 시작한다.

여기에 고객과의 인간관계를 강화시켜줄 9가지 방법이 있다.

카네기 인간관계증진 원칙

보다 우호적인 사람이 되라

1. 비난, 비평, 불평하지 마라
2. 솔직하고 진지하게 칭찬하라
3. 상대방의 열렬한 욕구를 불러 일으켜라
4. 상대방에게 순수한 관심을 기울여라
5. 미소를 지어라
6. 상대방의 이름은 그 사람에게서 이 세상에서 가장 듣기 좋고, 중요한 말임을 명심하라
7. 상대방의 말을 경청하라. 자신에 대해 말하도록 격려하라
8. 상대방의 관심사에 대해 말하라
9. 상대방으로 하여금 중요하다는 느낌이 들게 하라. 단, 성실한 태도로 하라.

불만해결 프로세스

불만해결 프로세스는 우리가 불만해결의 감정적 측면과 실제적인 측면을 다루는 데에 도움이 된다.

1. 인사하기

2. 경청

3. 질문

4. 강조

5. 이슈를 말하기

6. 테스트 질문

7. 추가도움 제공

8. 사후관리

1. 인사하기

항상 고객의 전화를 받거나 인사를 할 때에 마치 고객의 목소리를 들어서 행복하다는 느낌으로 하라. 우호적으로 시작하라. 이것은 말하기는 쉬울지 모르지만, 막상 행동으로 옮기려면 쉽지 않을 수 있다. 우리는 하루 하루에 집중해 살며, 이 고객과 과거의 부정적인 경험들을 분리시킬 수 있어야 한다.

2. 경청하기

우리는 종종 동일한 불만을 듣게 된다. 따라서, 고객들의 말을 진정 경청하는 것이 어려울 수 있다. 고객들에게 그들의 불만을 터뜨릴 기회를 주어라. 그리고 공감해 주어라. 사실과 감정에 대해 경청하라. 너무 빠르게 반응하지 마라. 짧은 감탄사나 명확한 질문등을 통하여 적극적으로 경청하고 있다는 것을 고객이 느끼게 하라.

3. 질문

관심을 분명히 나타내는 질문을 하라. 다시 한번 강조하지만, 고객과 고객의 불만사항들을 이해할 때까지는 답변을 유보하라.

- a. 기본적인 질문을 통하여 문제의 기본적인 사실을 파악한다. 이것은 고객의 불만에서 드러난 고객의 감정을 파악할 기회를 준다.
- b. 정교한 질문을 통해 세부적인 사항들을 수집한다. 이것은 고객에게 자신의 불만과 감정을 드러낼 수 있는 기회를 제공한다. 이러한 질문들은 고객이 보다 많은 말을 할 수 있도록 비교적 짧아야 한다.
- c. 평가질문을 통해 고객의 입장에서 불만의 강도를 이해할 수 있다. 이를 통해 우리는 고객을 만족시키는 요인을 평가한다.

4. 강조하기

고객과의 타결점을 찾아라. 이것은 고객의 불만사항에 우리가 반드시 동의한다는 것을 의미하는 것은 아니다. 이것은 우리가 고객의 관심사항을 듣고, 이해하였으며, 그것이 고객에게 중요함을 인식하였다는 것을 고객에게 보여주는 것이다.

5. 이슈 말하기

이제 감정적인 이슈가 언급되었다면 불만사항의 실제적인 측면을 해결하기 위해 당신의 권한 내에 있는 모든 것을 실행하라. 당신의 조직에서 취한 조치들에 대해 책임을 져라. 이것이 당신에게는 레몬을 레몬주스로 만들 수 있는 기회가 된다. 자신들의 불만사항들을 성공적으로 해결한 고객들은 지속적으로 당신과 비즈니스 관계를 유지하려는 경향을 보이게 된다.

6. 테스트 질문

불만사항의 감정적 측면과 실제적인 측면을 귀하가 얼마나 잘 해결하였는지를 테스트 할 수 있는 질문을 하라. 고객에게 말할 수 있는 또 다른 기회를 제공하라. 좋은 경청자가 되어라.

7. 추가 도움 제공

그 밖에 고객을 위해 무엇을 할 수 있는지 물어보라. 이것은 불만사항에 관련한 대화를 다른 주제로 전환 할 수 있게 해주며, 이것은 보다 쉽게 고객과의 상황을 긍정적인 분위기로 끝낼 수 있게 해 준다.

8. 사후관리

종종 고객과의 처음 접촉으로 고객의 불만사항이 완벽히 해결되지 않는다. 귀하가 그 고객을 다시 접촉할 필요가 있다면 가능한 한 빨리 그리고 철저히 하라. 고객의 불만사항이 해결이 되었다 하더라도 그 고객을 다시 만날 기회를 만들어라. 예를 들어, 추가로 그 고객에게 혜택을 줄 수 있는 기회를 찾아 보라. 또한, 귀하의 조직 내에 있는 문제의 근본 원인을 해결한 방안들을 찾아보라.



고객불만 해결하기

고객불만 해결을 위한 지침들

- 개인적으로 처리하지 마라
- 공감적으로 경청하라
- 고객의 이름을 사용하라
- 고객의 견해에 존경을 표하라
- 문제에 대하여 오너십을 가져라
- 자사의 지침이나 정책들을 언급하지 마라.
- 영웅이 될 수 있는 기회를 만들어라
- 증상이 아닌 질병 자체로 불만사항을 인식하라

성난 고객 다루기

아래의 원칙들을 명심하고 있다면 고객과의 관계를 악화시키기 보다는 개선하는데 도움이 될 것이다.

- 아래의 원칙들을 명심하고 있다면 고객과의 관계를 악화시키기 보다는 개선하는데 도움이 될 것이다.
- 고객의 입장에서 상황을 보려 하라. 귀하도 동일한 상황에선 똑같이 당황스러움을 느꼈을 것이다.
- 불만을 제기한 고객의 관심에 진심으로 감사를 표하라. 당신과 당신의 조직에 만족한 고객의 중요성을 강조하라.
- 고객의 말을 잘 경청하라. 가끔 성난 고객들은 당신이 그들을 도울 수 없음에도 그들의 이야기를 잘 들어줄 것을 원한
- 구체적 불만사항과 고객의 감정을 파악할 수 있는 질문을 하라. 당신의 답변 준비를 위해서가 아니라, 상황을 제대로 파악하기 위해 경청하라. 너무 급하게 답변하지 마라.
- 고객의 관심사에 대한 타결점을 찾아라. (p.4) 당신이 경청하고 있다는 것을 고객이 느끼게 하라.
- 고객에게 항상 문제와 갈등을 해결하려는 분명한 의지를 보여 주어라. 해결책이 가능한 한 쉽게 보이게 하라.
- 당신의 진실한 모습과 인격을 보여 주어라. 회사의 정책을 언급하기 보다는 공감해 주는 친구와 같이 답변하라.
- 단호하지만, 공감하는 모습으로 답변을 하라.
- 최후의 수단으로, 고객에게 당신의 상사가 답변 하는 것을 제안하라. 상사도 당신이 한 말과 똑같은 말을 할 수 도 있지만, 같은 얘기를 다른 사람으로부터 듣는 것은 고객에게 긍정적 효과를줄 수 도 있다.

전화예절

- 전화를 통해 당신의 인격을 보여 주어라
- 대화체로 말하라
- 고객의 이름을 사용하라
- 당신의 이름을 말하라
- 상황과약을 위해 경청하라
- 개방형 질문을 하라
- 고객이 생각하고 말할 시간을 주어라
- 관심을 보이는 경청자가 되어라
- 미소를 지어라
- 미소를 지어라
- 이메일 대신 전화를 사용하라
- 오너십을 가지고 타인의 탓으로 돌리지 마라
- 가능하다면 서서 말하라
- 스피커폰을 사용하기 전에 고객의 허락을 구하라
- 고객과 동일한 속도로 말하라
- 명료함을 위해 생각 사이에 잠시 쉼을 가져라
- 전화를 준 고객에게 항상 감사하라



추천 받기

요청 시기 추천 요청 시기:

- 당신의 구매자를 신규 비즈니스 창출을 도울 수 있는 파트너로 생각하라.
- 만족한 구매자의 선의의 힘과 영향력을 과소평가 하지 마라.
- 추천 받은 사람들은 구매 가능성이 높다.
- 다른 사람들에게 추천해 줄 가능성이 높은 구매자들을 마음 속에 기억하라.
- 문서로, 전화로, 개인적으로 소개를 요청하라.

추천 요청하기

우리는 재촉하거나 공격적인 느낌을 들게 하지 않고, 또는, 그러한 목소리를 내지 않으면서 어떻게 추천을 요청하는가? 우리는 좋은 관계 유지를 원하고, 서로 윈윈하기를 원한다. 간단한 대화 프로세스는 우리가 무엇을 말하고, 어떻게 말해야 하는지 알려 준다. 가장 중요한 것은 요청의 중요성을 상기하는 것이며, 그 다음에 요청하라.

1단계: 고객에게 그들이 경험한 구체적인 이점들을 상기시켜라

당신이 그러한 이점들을 이미 알고 있다면 1단계는 매우 쉽다. 고객이 당신에게 말한 것을 다른 말로 쉽게 표현하거나, 당신의 지식이나 경험을 토대로 당신이 알고 있는 것을 말하라. 대화 속에서 고객의 동의를 구하라.

예시: “테리씨, 당신 팀이 데일 카네기 교육을 통해서 팀 내 프로세스 상의 문제점 해결에 집중해 고장시간을 줄임으로써 6만5천 달러의 비용절감을 이룰 수 있었다는 얘기를 듣게 되어 무척 기쁩니다. 당신은 지난 직원회의 때 사장님께서 당신을 칭찬해주었다고 말씀하셨습니다.”

2단계: 당신의 고객 프로파일을 말하라

고객이 직면했던 도전들과 얻게 된 이익들을 간략하게 말하라. 이를 통해 만족하고 있는 고객들에게 그들이 놓치고 있는 기회들을 상기시킬 수 있다. 이는 또한 고객이 다른 사람들을 생각하도록 도울 것이다.

예시:

“우리는 공장 관리자에서 생산라인에 이르는 다양한 계층 사람들과 함께 일합니다. 우리 회사는 포춘 500 기업 가운데 400여개 이상의 기업에 이르는 다양한 기업에 솔루션을 제공합니다. 이 기업들은 귀사와 마찬가지로 예산축소, 인원감축, 증가된 요구사항등과 같은 도전에 직면해 있습니다. 이 기업들은 필사적으로 현재 인원으로 최상의 성과를 내야하고, 이직률을 줄이며, 차세대 리더들을 육성하고, 직원들의 사기를 증진하며 최고 경영진을 위해 순익을 내야 하는 상황에 있습니다. 당신이 아는 바와 같이, 우리는 비즈니스 성과에 영향을 줄 수 있고, 책임감이 수반되는 권한 강화된 기업분위기를 조성할 수 있습니다. 우리는 고객사가 직면하는 이러한 핵심이슈들을 다루기 위해 맞춤형 솔루션을 제공합니다.

요청 시기

3단계: 추천의 이점을 인식하라

당신의 고객은 당신에게 가망고객을 추천해 줌으로써 어떤 이익을 얻는가? 가망고객 추천이 가망고객, 또는 당신에게 창출하는 가치를 인식하라. 진정 그들의 입장에서 바라보도록 노력하라.

예시: “

저는 당신이 상공회의소에서 리더가 되기를 원하고 있다는 것을 알고 있습니다. 그 곳에서 당신의 동료들을 도울 수 있다는 것은 당신의 인지도를 높여줄 것입니다.”

4단계: 고객은 이미 누군가를 알고 있다는 것을 암시하라

당신의 제안으로부터 혜택을 볼 수 있는 사람들 또는 직위의 예를 제공하라. 쉽게 예를 들어 주어라. 특정인이나 여러 사람들이 마음 속에 떠오르면, 그들의 이름을 거명하라. 여러 사람의 이름이나 직위들을 예로 들어주고, 고객이 생각할 시간을 갖도록 천천히 말하라. 경청하라.

예시:

“저는 ABC회사에 근무하는 존 스미스씨가 상공회의소에서 영향력 있는 사람이라고 알고 있습니다. 당신은 아마도 XYZ1, XYZ2에 근무하는 다른 사람들을 생각할 수도 있을 것입니다. 임원급 외에도, 프로젝트 매니저, 영업담당 간부, 영업인, 매니저등이 있습니다. 당신의 이웃이나 친구들과 같이, 직장 밖에서는 누구를 알고 있습니까? 저는 당신이 …에 관계되어 있다고 알고 있습니다”

5단계: 소개를 요청하라

당신의 고객에게 당신이 가망고객을 접촉하기 전에 기꺼이 소개해줄 의사가 있는지를 물어보라. 이것은 본 프로세스를 보다 우호적으로 만들어서 가능성을 넓혀줄 것이다. 나를 위해 가망고객에게 이메일 보내주기, 전화해주기, 네트워킹 자리에서 개인적으로 나를 소개해 주기 등을 고객에게 요청할지를 고려해 보아라. 당신은 심지어 컨퍼런스 콜을 제안할 수 있다.

예시:

“이 분에게 왜 제가 전화를 하고 있는지를 알 수 있도록 전화를 해 주시겠습니까? 아니면 고객께서 우리를 통하여 얻은 성과에 대한 이메일을 가망고객께 보내 주실 수 있으신지요? 가망고객이 당신의 얘기를 들었다는 것을 제가 알 수 있도록 언제 제가 가망고객들을 접촉하면 될까요?”

가치 증진 프로세스

1. 질문하라

효과적인 질문은 우리를 돕고 구매자들로 하여금 추가적인 기회를 볼 수 있게 한다:

- 기본적인 질문들은 사용수준, 시간, 필요한 특징, 사용자의 필요성, 기술적 설명서 등 에 관한 기본적인 정보를 알아낸다.
- 정교한 질문은 고객의 절박감, 드러나지 않은 필요성, 문제해결을 위한 추가 구매등과 같은 보다 세부적인 것들을 밝혀준다.
- 평가질문을 통해 고객이 추가 가치에 대해 비용을 지불할 용의가 있는지 알아 본다.

2. 고객의 마음 문을 열어라

호의적 관심을 얻기 위한 짚막한 뭔가를 말하고, 고객이 그 옵션에 대해 마음을 열도록 하라.

- “우리 고객 중 어떤 분은 ~을 고맙게 여기고 있어요.”
- “~ 대한 혜택을 알고 계신지요?”
- “~를 통해서 시간을 절약할 수 있습니다.”
- “일정 비용을 절약할 수 있는 방법이 있습니다.”
- “~을 통해서 심각성을 줄여 보시겠습니까?”

3. 추가 가치를 제시하라

고객에게 그들이 받을 수 있는 특정한 혜택과 필요한 투자를 말하라.

추가 가치

추가 투자

4. 테스트 질문

고객이 추가적인 투자에 대해 어떤 생각을 갖고 있는 지 알 수 있는 간단한 질문들이 있다:

- “어떻게 생각하십니까?”
- “이것이 고객님께 어떻게 도움이 될까요?”
- “추가혜택이 마음에 드십니까?”
- “이것이 투자할 만한 가치가 있을까요?”

우리가 고객사를 위해 어떻게 전략적, 맞춤형 현장 고객 서비스 훈련을 제공하는지를 알고 싶다면, 가까운 카네기 연구소에 문의하십시오. dalecarnegie.com/office