



Sfaturi pentru un **Customer Service Exceptional**

eBook

Customer Service-ul incepe cu Relatia

Un Customer Service exceptional incepe cu o relatie solida. Iata noua maniere de a intari relatiile cu clientii nostri.

Principin din “How to Win Friends and Influence People”: Imbunatatiti relatiile

Cum sa fii o Persoana mai Prietenoasa

1. Nu critica, nu condamna si nu te plange.
2. Oferă apreciere in mod sincer.
3. Genereaza intentia de a actiona – fa-l pe celalalt sa vrea.
4. Dezvolta un interes autentic fata de cealalta persoana.
5. Zambeste.
6. Aminteste-ti ca pentru orice persoana numele sau este important si ca ii face placere sa ii auda pe ceilalti rostindu-l.
7. Fii un bun ascultator. Incurajeaza-i pe ceilalti sa vorbeasca despre ei insisi.
8. Discuta tinand cont de interesele celeilalte persoane.
9. Fa-l pe celalalt sa se simta o persoana importanta – si fa-o cu sinceritate.

Principii de Solutionare a Plangerilor

A avea un proces de solutionare a plangerilor ne ajuta sa fim sigur ca am rezolvat si partea emotionala dar si cea rationala a problemei aparute.

1. Salutat

2. Ascultat

3. Intrebari

4. Empatizat

5. Adresat problema

6. Intrebari de test

7. Oferiti sprijin suplimentar

8. Rezolvat problema

1. Salutat

Intotdeauna raspundeti la telefon sau salutati oamenii cand ii intalniti ca si cum v-ati bucura sa aveti de a face cu ei. Incepeti intr-o maniera prietenoasa. E un lucru care e usor de spus dar ceva mai greu de facut – iar ca oameni de customer care trebuie sa reusim sa traим in compartimente de cate o singura zi si sa separam experientele negative precedente de acest contact cu clientul.

2. Ascultat

Deseori primim cam aceleasi plangeri iar din cauza asta devine o provocare sa avem rabdare sa ascultam oamenii cu care avem de a face. Dati-le ocazia sa ventileze macar o parte din frustrarile lor. Fiti empatic, ascultati pentru latura factuala si cea emotionala si rezistati tentatiei de a raspunde prea repede. Aratati-le semne de ascultare activa – intreruperi scurte sau intrebari de clarificare.

3. Intrebari

Pune intrebari pentru a clarifica problema. Din nou – trebuie sa ne abtinem de la a raspunde pana cand nu am inteles complet problema persoanei cu care avem de a face.

- a. Intrebarile fundamentale ne ajuta sa intelegem faptele de baza despre problema. Aceast este o prima ocazie pentru a scoate o parte din zona emotionala a plangerii.
- b. Intrebarile elaborative aduna mai multe detalii. Este o ocazie pentru client sa ne puna mai mult despre problemele si sentimentele lui. Ar trebui ca aceste intrebari sa fie relativ scurte pentru a incuraja clientul sa vorbeasca mai mult.
- c. Intrebarile evaluative ne ajuta sa avem o intelegere mai clara asupra severitatii problemei din punctul de vedere al clientului. Ele sunt si maniera in care evaluam ce anume va fi multumitor ca si solutie pentru client.

4. Empatizati

Gasiti puncte de acord cu persoana. Aceasta nu inseamna neaparat ca suntem de acord cu plangerea – insa este locul unde ii aratam clientului ca am auzit, ascultat si inteles problema lui si recunoastem faptul ca este importanta pentru el.

5. Adresati problema

Acum ca am trecut peste partea emotionala incercati tot ce va sta in putinta pentru a ii rezolva clientului partea practica a plangerii lui. Asumati-va responsabilitatea pentru actiunile organizatiei dvs – acum este momentul in care aveti sansa de a transforma o lamaie intr-o limonada. Oamenii carora le rezolvati problemele cu succes vor continua sa va fie clienti.

6. Intrebari de Test

Puneti intrebari pentru a vedea cat de bine ati solutionat laturile emotionale si rationale / practice ale problemei. Dati-i clientului inca o oportunitate de a vorbi. Fiti un bun ascultator.

7. Oferiti ajutor suplimentar

Intrebati ce altceva ati mai putea face pentru client. Aceasta abordare este o sansa de a muta conversatia dinspre plangere inspre o alta arie – lucru care va va ajuta sa terminati pe o nota pozitiva.

8. Rezolvare si Follow-up

Deseori plangerile nu pot fi solutionate complet din primul moment. Daca trebuie sa reveniti la client faceti asta cat mai rapid si cat mai complet. Chiar si daca ati rezolvat problema, creati un alt motiv pentru a contacta clientul. De exemplu, o maniera de a ii oferi valoare suplimentara. In acelasi timp incercati sa solutionati problemele de baza din organizatia dvs care au stat la originea problemei.



Solutionarea Plangerilor Clientilor

Principii de solutionare:

- Nu o luati personal
- Ascultati cu empatie
- Folositi numele clientului
- Aratati respect pentru punctul lor de vedere
- Asumati-va raspunderea in ceea ce priveste problema
- Evitati sa citati politicile si procedurile companiei
- Creati o ocazie sa fiti un erou pentru client
- Tratati boala si nu simptomele.

Lucrul cu Clientii Iritati si Agresivi

Daca reusim sa pastram in minte aceste principii vom putea sa imbunatatim mai curand decat sa deterioram relatia cu clientul.

- Ramaneti calm. Incercati sa ramaneti diplomatic si politicos. Daca va enervati veti face doar clientul mai furios.
- Incercati sa vedeti lucrurile din punctul de vedere al celuilalt. Probabil ca ati fi la fel de suparat daca ati fi in aceeasi situatie.
- Multumiti-i persoanei ca a ridicat problema si faceti-o in mod sincer. Accentuati pe importanta multumirii clientilor pentru dvs si pentru organizatie.
- Ascultati pentru a va asigura ca intelegeti. Uneori clientul nemultumit doar vrea sa ii asculte cineva povestea, chiar daca nu aveti cum sa ii ajutati.
- Puneti intrebari pentru a afla fapte dar si sentimente. Ascultati pentru a intelege si retine mai curand decat doar pentru a va pregati raspunsul. Nu va grabiti sa raspundeti.
- Gasiti puncte de acord cu grijele clientului. Stabiliti un cap de pod si puncte comune pentru a ii arata persoanei ca ascultati.
- Intotdeauna aratati ca doriti sa rezolvati problema sau conflictul. Faceti solutionarea sa para cat mai usoara ca putinta.
- Fiti sincer si aratati-va personalitatea. Raspundeti cum ar raspunde un prieten intelegator in loc sa ii citati politici si proceduri.
- Fiti ferm dar intelegator.
- Ca ultima abordare oferiti-va ca un superior sa discute cu el. E posibil ca managerul dvs sa spuna aceleasi lucruri insa uneori a le auzi de la altcineva are un efect mai pozitiv asupra clientului.

Curtoazie la Telefon

- Lasati-va personalitatea sa se vada in discutie – nu fiti robotic.
- Fiti conversational
- Folositi numele clientului
- Spuneti-va numele complet
- Ascultati incercand sa inteleti complet
- Adresati intrebari deschise
- Oferiti-i celuiilalt timp sa gandeasca si sa vorbeasca
- Umpleti linistea atunci cand este nevoie
- Fiti un ascultator atent si care reactioneaza
- Zambiti
- Sunati in loc sa folositi emailul
- Asumati-va raspunderea. Nu dati vina pe altii.
- Stati in picioare atunci cand puteti.
- Cereti permisiunea inainte sa treceti convorbirea pe difuzor.
- Vorbiti cam la fel de repede ca si celalalt.
- Faceti pauze intre idei pentru mai multa claritate
- Intotdeauna multumiti celui care v-a sunat.



Obtinerea unei Recomandari

Cand sa cereti

Cand cereti o recomandare:

- Ganditi-va la clientii dvs ca la parteneri care pot sa va ghideze si sa va ofere recomandari pentru un flux constant de noi clienti
- Nu subestimati puterea bunavointei si influentei unui client multumit.
- Oameni la care ajungeti prin recomandari vor fi mult mai tentati sa cumpere.
- Tineti minte ca cei care cumpara sunt cea mai buna sursa de referinte.
- Cereti pentru o intrare in scris, la telefon sau fata in fata.

Cererea unei Recomandari

Cum putem sa o cerem fara sa sunam agresiv sau pushy? Vrem sa mentinem o relatie buna si vrem sa creem scenarii win-win-win. A avea un proces simplu, conversational ne ajuta sa stim ce sa spunem si cum. Cel mai important este sa ne amintim beneficiile de a cere, dupa care pur si simplu sa o facem.

Pasul 1: Reamintiti clientului beneficiile specifice pe care le are.

Daca stiti care sunt aceste beneficii ar trebui sa va fie foarte usor. Parafrazati ceva ce v-au spus sau povestiti ceva ce stiti bazat pe cunostiintele sau experienta dvs. Cereti-le acordul intr-o maniera conversationala.

De exemplu: Ioana, ma bucur mult sa aud ca Dale Carnegie Training a reusit sa iti ajute echipa sa rezolve acele probleme procesuale si sa sprijine acea economie de 65.000 EUR pe care ati facut-o cu noua abordare. Mi-ai spus ca seful tau te-a si mentionat la ultima sedinta de board ca exemplu de initiativa si rezultate.

Pasul 2: Descrie profilul clientului tau.

Descrie pe scurt genul de provocari si beneficii cu care au de a face clientii tipici. Lista aceasta poate sa va ajute si clientul cu care discutati sa isi dea seama de oportunitati pe care le rateaza momentan. O sa ii ajute si sa inceapa sa se gandeasca la alti oameni.

De exemplu: Lucram cu o multitudine de oameni – de la manageri de fabrica pana la personal din prima linie. Compania noastra ofera servicii pentru o multitudine de industrii, lucrând cu mai mult de 400 din companiile din Fortune 500. Majoritatea lor au probleme legate de bugete care se reduc, oameni mai putini si cerinte mai mari – la fel ca si tine. Au o nevoie urgenta sa obtina ce e mai bun de la oamenii pe care ii au deja, sa isi reduca rotatia personalului, sa creasca o noua generatie de lideri, sa imbunatateasca moralul si sa obtina rezultatele asteptate de la niste manageri de top. Dupa cum stii, putem sa avem impact asupra rezultatelor de business si sa dezvoltam un mediu energizat care sa creasca sentimentul de responsabilitate. Ne adaptam solutiile la problemele principale cu care au de a face oamenii din companiile respective.

Cererea unei Recomandari (continuat)

Pasul 3: Identificati un beneficiu al recomandarii.

Cum ar putea clientul tau curent (sau oricine) sa beneficieze de pe urma recomandarii pe care o sa o faca. Identifica valoarea pe care o ofera lui – nu companiei, persoanei careia te-a recomandat sau tie. Incearca in mod sincer sa vezi lucrurile din punctul lui de vedere.

De exemplu: Stiu ca vrei sa ai o imagine mai buna la Camera de Comert. Daca reusesti sa ii ajuti pe cativa dintre prietenii tai de acolo ar putea sa iti creasca vizibilitatea.

Pasul 4: Sugereaza ca deja stie pe cineva.

Oferti exemple de persoane sau de pozitii care ar putea beneficia de ofertele pe care le ai. Fa lucrurile sa fie usoare pentru el sau ea. Daca ai o persoana sau un grup specific in minte – mentioneaza-i. Ofero o varietate de exemple de nume si de pozitii si vorbeste rar in asa fel incat persoana sa aiba timp sa se gandeasca. Asculta.

De exemplu: Stiu ca Paul Popescu de la compania ABC este o persoana influenta la camera de comert. Poate mai cunosti oameni de la companii ca XYZ1, XYZ2, etc. Pe langa directori mai sunt project manageri, manageri de zona sau altii. Pe cine mai stii in afara de ei... ? Stiu ca esti implicat in ?

Pasul 5: Cere o recomandare / introducere

Intreaba-ti contactul daca ar fi dispus sa te prezinte persoanei celeilalte inainte de a ii contacta. Aceasta ar face procesul mai prietenos si ar deschide usa si mai larg. Puteti sa ii rugati sa trimita un email, sa dea un telefon sau sa va introduca personal la un eveniment de networking. Puteti inclusiv sa sugerati un conference call.

De exemplu: Ai putea sa il/o suni ca sa stie de ce il/o caut? Sau sa trimiti un email in care sa ii mentionezi ce rezultate ai avut lucrând cu noi? Cand sa ii caut – ca sa fii sigur ca au primit mesajul tau?

Un proces pentru a adauga valoare

1. Puneti intrebari

Intrebari eficace ne ajuta – pe noi si clientul – sa vedem si alte oportunitati:

- a. Intrebarile Fundamentale determina informatia elementara despre nivelul de folosire, timpi, caracteristici necesare, nevoile utilizatorilor, specificatii tehnice, etc.
- b. Intrebarile Elaborative scot la suprafata si alte detalii cum ar fi cat de urgente sunt anumite lucruri, nevoi nedescoperite, scenariile de folosire suplimentare pentru solutie, etc.
- c. Intrebari Evaluative – testati apele pentru a vedea daca ati putea obtine din partea clientului o suma mai mare pentru beneficii suplimentare

2. “Deschideti usa”

Spuneti ceva scurt care sa atraga atentie favorabila si sa va ajute sa ii deschideti clientului mintea catre optiunile pe care le are.

- “Unii dintre clientii nostri apreciaza ...”
- “Stiati de beneficiile ...”
- “Ati putea economisi timp prin ...”
- “Iata o maniera de a mai reduce niste costuri ...”
- “Ati vrea sa reducati din plangerile oamenilor prin ...”

3. Prezentati valoarea suplimentara pe care i-o propuneti

Spuneti-i clientului care este un beneficiu specific pe care ar putea sa il aiba si investitia necesara.

Valoarea Suplimentara - Beneficiu

Investitie Suplimentara

4. Intrebare de test

Acestea sunt intrebari scurte care ne dau o idee despre cum se simte clientul apropo de a face o investitie suplimentara.

De exemplu:

- “Ce crezi?”
- “Cum te-ar ajuta pe tine?”
- “Iti plac beneficiile suplimentare de care am discutat?”
- “Cum ti se pare ca ar fi randamentul unei astfel de investitii?”

Pentru a afla despre cum va putem oferi abordari strategice si personalizate in cursurile noastre de Customer Care contactati biroul local al Dale Carnegie, vizitand: **dalecarnegie.com/office**
