



Üstün Müşteri Hizmetleri İçin Hızlı İpuçları

eKitap

Popüler Görüşün aksine, Müşteri Hizmetleri Geçmişte Kalan Bir Şey DEĞİLDİR!

Ürün ve fiyat kesinlikle müşterilerin zihninde önemli farklılaştırıcılar olmakla birlikte, müşterinin kalbine giden yol, üstün hizmet sunan kişilerdir. Üstün hizmet sağlayıcılar, telefonla veya yüz yüze olsun, ilk temastan müşterilerle güçlü ve anlamlı ilişkiler kurar. Nasıl dinleneceğini biliyorlar; Gülüyorlar ve samimiler. İyi hizmeti mükemmel hizmete dönüştürmek için her gün takip edilen birkaç bilinçli adım atıyorlar. Bu kitapçıkta, uzun vadeli ilişkileri geliştiren, her müşteri etkileşiminde üstün hizmet sunan ve rakiplerinizi her seferinde toz içinde bırakmanıza olanak tanıyan pratik süreçleri uygulamaya koymak için hızlı ve kolay ipuçlarını bulacaksınız.

Hizmet İlişkilerle Başlar

Üstün hizmet sağlam ilişkiler ile başlar.
Müşterilerle ilişkileri güçlendirmenin dokuz yolu vardır.

“Dost Kazanma ve İnsanları Etkileme “ Prensipleri: İlişkileri Geliştirmek

Dost Canlısı Bir Kişi Olun

1. Eleştirmeyin, kınamayın veya şikayet etmeyin.
2. Dürüst, samimi bir şekilde takdir edin.
3. Diğer insanları canlandırmak için istekli olun.
4. Başkalarıyla gerçekten ilgilenin.
5. Gülümseyin.
6. Bir kişinin adının, o kişinin, herhangi bir dilde en tatlı ve en önemli sesi olduğunu unutmayın.
7. İyi bir dinleyici olun. Başkalarını kendileri hakkında konuşmaya teşvik edin.
8. Karşınızdaki kişinin bakış açısından konuşun.
9. Karşınızdaki kişiyi önemli hissettirin - ve bunu içtenlikle yapın.

Şikayeti Çözüm Süreci

Şikayetleri çözme sürecine sahip olmak, sorunun duygusal ve pratik yönlerini ele almamıza yardımcı olur.



1. Selamlama

Her zaman telefona cevap verin veya insanlara, onlardan haber almaktan mutluluk duyuyormuşsunuz gibi selamlayın. Arkadaşça bir şekilde başlayın. Bunu söylemek kolay, ancak yapmak zor olabilir. “Gündüz sıkı bölmelerde yaşayabilmeliyiz” ve bu müşteri iletişiminden önceki olumsuz deneyimleri ayırmalıyız.

2. Dinleme

Sıklıkla aynı tür şikayetler alıyoruz, bu yüzden insanları gerçekten dinlemeyi zorlaştırıyor. Onlara hayal kırıklıklarının bir kısmını gösterme fırsatı verin. Empati kurun. Gerçekçi olun ve duygularınızla dinleyin. Çok hızlı yanıt vermeye başlayarak pişmanlık duymasını önleyin. Kısa dinlemeler veya açıklayıcı sorular gibi aktif dinleme belirtileri gösterin.

3. Sorular

Endişeyi açıklığa kavuşturmak için sorular sorun. Yine, insanları ve meselelerini anlayınca kadar karşılık vermemiz gerekir.

- Temel sorular problemin temel gerçeklerini yakalar. Bu bize, bazı duyguları şikâyetten almamız için bize bir fırsat sunar.
- Ayrıntılı sorular daha fazla ayrıntı toplar. Bu, müşteriye konularını ve duygularını genişletme şansı verir. Müşterinin daha fazla konuşmasını teşvik etmek için bu sorular nispeten kısa olmalıdır.
- Değerlendirici sorular, müşterinin zihninde, konunun ciddiyetini anlamamıza yardımcı olur. Bu, müşteriye neyin tatmin edeceğini de değerlendirdiğimiz yerdir.

4. Empati Kurma

Kişi ile bir anlaşma noktası bulun. Bu, şikayeti kabul ettiğimiz anlamına gelmez. Müşteriyi, onların hissettiklerini ve duygularını anladığımızı gösterdiğimiz yer burasıdır ve bunların onlar için önemli olduğunu biliriz.

5. Sorunu Ele Alma

Şimdi duygusal konular ele alınmışsa, şikayetin pratik yönlerini çözmek için tüm gücünüzle her şeyi yapın. Kuruluşunuzun eylemleri için sorumluluk alın. Limonu limonataya çevirmek için bir fırsattır. Sorunlarının başarılı bir şekilde çözüldüğünü gören insanlar sizinle iş yapmaya devam etme eğilimindedir.

6. Test Sorunları

Şikayetin duygusal ve pratik yönlerini ne kadar iyi çözdüğünüzü test etmek için sorular sorun. Müşteriye konuşmak için başka bir fırsat verin. İyi bir dinleyici olun.

7. Ekstra Yardım Önerme

Müşteri için başka neler yapabileceğinizi sorun. Bu, konuşmayı şikayetten uzaklaştırmak için bir fırsat sağlar, böylece olumlu bir notla sonlandırılmasını kolaylaştırır.

8. Gelişmeleri Takip Etmek

Sıklıkla, şikayetler ilk temas noktasında tamamen çözülemez. Müşteriye geri dönmeniz gerekiyorsa, hızlı ve doğru yapın. Şikayet çözülmüş olsa bile, müşteriyle tekrar iletişim kurmak için bir neden oluşturun. Örneğin, katma değer vermenin bir yolunu bulun. Ayrıca, kuruluşunuzdaki sorunların kök nedenlerini çözmenin yollarını arayın.



Müşteri Şikayetlerini Çözme

Şikayetlerin Çözülmesi için Rehber

- Kişisel olarak almayın.
- Empati kurarak dinleyin.
- Müşterinin adını kullanın.
- Onların bakış açısına saygı gösterin.
- Sorunuza sahip çıkın.
- Kurumsal yönergelere veya politikalara başvurmaktan kaçının.
- Kahraman olmak için bir fırsat yaratın.
- Semptomları değil, hastalıkları tedavi edin.

Kızgın Müşterilerle Başa Çıkmak

Bu prensiplerin akılda tutulması, müşteriyle durumun bozulmasından ziyade, iyileştirmemize yardımcı olacaktır

- Sakin ol. Diplomatik ve kibar olmaya çalışın. Kızmak sadece müşteriye sinirlendirir.
- Arayanın bakış açısıyla ilgili şeyleri görmeye çalışın. Belki de aynı durum göz önüne alındığında, onlar kadar üzüleceksiniz.
- Endişeyi arttırmak ve içtenlikle yapmak için kişiye teşekkür edin. Size ve kuruluşunuza memnun müşterilerin önemini vurgulayın.
- Anlayışlı dinleyin. Bazen, çılgılık atan kişi, onlara yardım edemeseniz bile, birinin kendilerini dinlemesini ister.
- Gerçekleri ve duygularını anlamak için sorular sorun. Cevabınızı hazırlamaktan ziyade öğrenerek dinleyin. Çok hızlı cevap vermeyin.
- Endişeleri ile anlaşma noktaları bulun. Kişiyi dinlediğinizi göstermek için ortak bir zemin oluşturun.
- Her zaman sorunu veya çatışmayı çözmek için bir isteklilik gösterin. Çözümün olabildiğince kolay görünmesini sağlayın.
- Gerçekçi olun ve kişiliğinizi gösterin. Politikaları alıntılar yapmak yerine anlayışlı bir arkadaş olarak yanıtlayın.
- Sağlam olun ama cevaplarınızla anlayın.
- Son çare olarak, amirinizin arayan ile konuşmasını sağlayın. Amiriniz sizinle aynı şeyleri söyleyebilir, ancak bazen bir başkasından duymak müşteriye olumlu bir etki yapar.

Telefonda nezaket

- Kişiliğinizi telefonda gösterin.Konuşkan olun.
- Müşterinin adını kullanın.
- Tam adınızı verin.
- Anlamak için dinleyin.
- Açık uçlu sorular sorun.
- Kişinin düşünmesi ve konuşması için zaman tanıyın.
- Uygun olduğunda sessizliği doldurun.
- Duyarlı bir dinleyici olun.
- Gülümseyin.
- E-posta yerine çağrı yapın.
- Sahipliğini üstlenin. Başkalarını suçlamayın.
- Mümkün olduğunca ayakta durun.
- Hoparlörlü telefonu kullanmadan önce izin isteyin.
- Diğer kişi ile aynı oranda konuşun.
- Açık olmak için fikirler arasında duraklayın.
- Her zaman arayan kişiye teşekkür edin.



Bir Başvuru Kazanma

Yönlendirmeler sorulduğunda:

- Alıcılarınızı, sizi sürekli yeni bir iş akışına yönlendirebilecek ortaklar olarak düşünün.
- Memnun bir alıcının iyi niyetinin veya etkisinin gücünü küçümsemeyin.
- Başvuran kişilerin satın alma olasılığı daha yüksektir.
- Satın alan kişilerin başkalarına başvurma olasılıklarının daha yüksek olduğunu unutmayın.
- Yazılı olarak, telefonla veya şahsen giriş yapın

Bir Başvuru İstemek

Gergin veya agresif hissetmemeyi nasıl yapabiliriz? İyi bir ilişki sürdürmek istiyoruz ve kazan-kazan-kazan senaryoları oluşturmak istiyoruz. Basit bir konuşma sürecine sahip olmak, ne söyleyeceğimizi ve nasıl söyleyeceğimizi bilmemize yardımcı olur. En önemli husus, kendimize sormanın faydalarını hatırlatmak, sonra sadece sormaktır.

1. Adım: Müşteriye belirli avantajlarını hatırlatın. Yararlarını biliyorsanız, bu çok kolay olur. Size söylediklerini veya kendi bilgi ve deneyimlerinize dayanarak bildiğiniz bir şeyi açıklayınız. Görüşlerini sohbet yoluyla alın.

Örnek: Ben Terri, Dale Carnegie Training®'in ekibinizin belirli süreç sorunlarının çözümüne odaklanmasına yardımcı olduğunu ve 65,000 \$ 'lık kesinti süresinin azalmasına neden olduğunu duyduğuma çok sevindim. Son patron toplantısında patronunuzun size takdirlerini söylediniz.

2. Adım: Müşteri profilinizi tanımlayın.

Kısaca karşılaştığınız zorlukları ve müşterilerinizin aldığı avantajları kısaca tanımlayın. Bu, mevcut müşterinizin eksik olduğu fırsatları hatırlatır. Ayrıca diğer insanları düşünmeye başlamalarına yardımcı olacak.

Örnek: Fabrika yöneticilerinden ön kademe personeline kadar tam bir insan yelpazesi ile çalışıyoruz. Firmamız 400'ün üzerinde Fortune 500 şirketi dahil olmak üzere çok çeşitli endüstriler için çözümler sunmaktadır. Onlar küçülen bütçelerle, daha az insanla ve sizin gibi daha yüksek taleplerle karşı karşıya. Çaresizce mevcut kadrolarından en iyi şekilde yararlanmaları, kadrodaki işten ayrılmaları azaltmaları, yeni nesil liderlerini geliştirmeleri, moralleri yükseltmeleri ve üst düzey yönetim için sonuç almaları gerekiyor. Bildiğiniz gibi, iş sonuçlarını etkileyebilir ve hesap verebilirlik yaratan güçlü bir ortam geliştirebiliriz.

Çözümlerimizi, insanların karşı karşıya kaldığı temel sorunlara yönelik olarak özelleştiriyoruz.

Bir Başvuruyu İstemek (Devam)

Adım 3: Bir başvuru yapmak için bir fayda tanımlayın. Mevcut müşteriniz (veya herhangi biri) bu kişiyi size nasıl yönlendirir? Bu kişi için yarattığı değeri, şirketlerini değil, potansiyel müşterisini veya kendinizi tanımlayın. Olayları kendi bakış açısından görmeyi dürüstçe deneyin.

Örnek: Ticaret Odasında lider olmayı ümit ettiğini biliyorum. Arkadaşlarınızın bazılarına yardım edebilmek, profilinizi artırabilir.

Adım 4: Önceden tanıdıkları birini önerin. Tekliflerinizden yararlanabilecek insan veya iş pozisyonu örnekleri sunun. Onlar için işleri kolaylaştırın. Aklınızda belirli bir kişi varsa, bunları isme göre belirtin.

Çeşitli isimler ve pozisyonlar verin ve yavaşça konuşun ki, kişinin düşünebilme şansı olsun. Dinleyin. Örnek: Şirket ABC'sinden John Smith'in oranın güçlü bir oyuncusu olduğunu biliyorum. Muhtemelen XYZ1, XYZ2 vb. Şirketteki diğer insanları düşünebilirsiniz. Yönetmenlerin yanı sıra, proje yöneticileri, hesap yöneticileri, satış temsilcileri, yöneticiler de var. Çevreniz ve arkadaşlarınız gibi, iş dışında kimi tanırırsınız? Sizin de dahil olduğunuzu bildiğim...

Adım 5: Tanıtım isteyin.

Yeni kişiyle bağlantı kurmadan önce size bir tanıtım yapmak isteyecekse, o kişiye danışın. Bu, süreci daha kolay hale getirmeye ve kapıyı daha geniş açmaya yardımcı olacaktır.

Bir e-posta göndermelerini, bir telefon görüşmesi yapmasını veya bir ağ etkinliğinde sizi kişisel olarak tanıtmasını isteyin. Bir konferans görüşmesi bile önerebilirsiniz.

Örnek: Bu kişiyi aradığımda, aradığımı neden bilecek? Ya da bizimle çalışmayı deneyimlediğiniz sonuçları içeren bir e-posta gönderdiniz mi? Onları ne zaman takip etmeliyim ki, senden haber aldıklarını bilebilirim?

Değer Katmaya İlişkin Bir Süreç

1. Sorular Sorun

Etkili sorular bize yardımcı olur ve alıcıda ek fırsatları görebilir:

- Temel sorular kullanım seviyeleri, zaman çerçeveleri, gerekli özellikler, kullanıcı ihtiyaçları, teknik özellikler vb. ilgili temel bilgileri belirler.
- Ayrıntılı Sorular aciliyet hissi, keşfedilmemiş ihtiyaçlar, çözüm için ek bilgiler, vb. gibi daha fazla ayrıntı ortaya çıkarmaktadır.
- Değerlendirme Soruları, müşterinin katma değer için ödeme yapmaya açık olup olmadığını görmek için koşulları test eder.

2. Kapıyı Aç

Hoş bir ilgi çekmek için kısa bir şey söyleyin ve müşterinin zihnini seçeneklere açmaya yardımcı olun.

- “Bazı müşterilerimiz takdir ...”
- “Yararları hakkında bildiğiniz var mı? ...”
- “Biraz zaman kazandırabilirsin ...”
- “İşte biraz para biriktirmenin bir yolu ...”
- “Biraz ciddiyeti azaltmak ister misiniz? ...”

3. Mevcut Katma Değer

Müşteriye alabilecekleri belirli bir faydayı ve gerekli yatırımı bildirin.

Katma Değer

Ek Yatırım

4. Test Sorusu

Bunlar, müşterinin ek yatırım yapma konusunda nasıl hissettiğini görmek için kısa sorulardır.

Örneğin:

- “Ne düşünüyorsunuz?”
- “Bu size nasıl yardımcı olur?”
- “Ekstra faydaları nasıl buluyorsunuz?”
- “Bu sizin yatırımınıza nasıl bir geri dönüş sağlayacaktır?”

Kuruluşunuz için stratejik, özelleştirilmiş ve yerinde Müşteri Hizmetleri eğitimi verebilmemiz için, bugün Dale Carnegie ofisimize başvurun. Lütfen şu adrese gidin: dalecarnegie.com/office