

ЕХ, ТЕЗИ НЕДОВОЛНИ КЛИЕНТИ?



Г-н Виктор Врански е управител на консултантска фирма Вижън Т ЕООД.

Вижън Т ЕООД е специализирана в провеждане на тренинги, коучинг и консултиране в областта на мениджмънта и продажбите.

Г-н Врански е заемал ръководни позиции във водещи международни компании в продължение на 17 години.

Притежава дългогодишен експертен опит в консултирането и провеждането на тренинги в областта на продажбите за бизнес организации от различни браншове.

Първото правило е никога да не реагираме емоционално на недоволен клиент, независимо от неговото поведение, защото това само ще влоши нещата.

Второто правило е да изслушаме внимателно клиента. По този начин показваме отговорно отношение към проблема му и го преградолагаме да ни запознае с нещата в детайли.

Третото правило е да покажем своето разбиране към възникналия проблем – например „Искрено съжалявам за създаденото неудобство. Веднага ще направим необходимото, за да решим проблема.“ Така ние демонстрираме пред клиента своята загриженост за решаване на възникналия проблем. А това е нещото, което той очаква от нас.

Четвъртото правило е да реагираме веднага за решаването на проблема, като например замяна на продукт с фабричен дефект или възстановяване на платената сума. В случай че не е възможно да реагираме на момента, информираме клиента какви стъпки ще предприемем и в какъв срок ще решим проблема.

Петото правило е винаги да изпълняваме стриктно поетите ангажменти за решаване проблемите на недоволните клиенти. Ако например се наложи утвържаване на предварително обещания от нас срок – изрично информираме клиента за това. В случай че не го направим, той ще реши, че сме му дали празни обещания и отново ще се върне към състоянието на недоволен клиент.

Следването на горните пет правила осигурява необходимата ефективна комуникация с недоволните клиенти, като паралелно с това трансформира негативизма им в позитивно отношение.

Ситуациите с недоволен клиенти възникват в бизнеса на всички фирми. Една сентенция казва „Не греш само този, който не работи.“ Най-важното е как се реагира в тези ситуации. Недоволни клиенти очакват три неща – отговорно отношение, бързи действия за решаване на проблемите им и адекватни компенсации. Когато фирмите осигурят тези три неща, те превръщат недоволните клиенти в лоялни, като паралелно с това елиминират възможностите за създаване на негативен имидж.

Фирмите присъстват на пазара, за да реализират своите продукти и услуги сред клиентите си. Взаимоотношенията с тях се израждат при закупуването и последващото ползване на продуктите и услугите. В процеса на израждане на тези взаимоотношения някои клиенти, по една или друга причина не са удовлетворени от своите покупки. В резултат на това те се превръщат в недоволни клиенти. Последните представляват предизвикателство за всяка фирма, защото могат сериозно да навредят на нейния пазарен имидж.

Статистическите проучвания показват, че един недоволен клиент разказва за проблемите си поне на 10 души. Вероятно тези хора споделят наученото с трети лица, с което мултиплицират ефекта. Освен това в наши дни недоволните клиенти лесно могат да публикуват информация за проблемите си в интернет пространството – форуми, блогове, социални мрежи и други. Така тя може да стигне до още по-голям брой хора. Така недоволните клиенти не само ще спрат да ползват продуктите и услугите на фирмата, но и ще повлияят на много други хора да не ги закупуват.

Когато възникват ситуации с недоволен клиенти, те трябва да се разглеждат, като спешни случаи, които трябва да бъдат решавани възможно най-бързо. Добрата вест е, че ако се реагира незабавно и адекватно шансовете за задържане недоволните клиенти са над 90%. Освен това те няма да се оплакват за проблемите си на други хора. И не на последно място повечето недоволни клиенти стават още по-лоялни клиенти на фирмата, когато проблемите им бъдат разрешени бързо и съгласно техните очаквания.

При работа с недоволен клиенти е важно да се следват някои правила, които помагат за ефективно справяне с възникналите проблеми.