

KASIA RACISZ-WSPARCIE DLA BIZNESU

KURS WIRTUALNA ASYSTENTKA

Mistrzowska Obsługa Klienta

Zacznę od kwestii podstawowej. To klient jest najważniejszym ogniwem każdego biznesu. Możesz mieć świetny pomysł, umiejętności i nawet pieniądze na start, ale jeśli nie zatroszczysz się odpowiednio o klienta to Twój biznes nie przetrwa. Wysoka jakość obsługi klienta powinna być stałym elementem strategii biznesowej w każdym przedsiębiorstwie, bez znaczenia czy mniejszym czy większym.

Niestety wielu przedsiębiorców traktuje tę gałąź działalności po macoszemu. Dzieje się to już na etapie zdobywania klienta, lub też potem, na etapie tzw. opieki posprzedażowej, czyli wtedy kiedy klient jest już zdobyty i zakupi jakiś nasz produkt lub usługę.

Tymczasem według badań, dla wielu klientów dobra jakość obsługi, ma dokładnie takie samo znaczenie jak cena produktu! I to jest chyba wystarczający powód, żeby zająć się tą kwestią na najwyższym poziomie, prawda?:)

Przejdźmy do konkretów.

- Najważniejsza w obsłudze klienta jest empatia, czyli umiejętność postawienia się w sytuacji klienta i zrozumienie jego potrzeb czy problemu. Klient nie pisze czy nie dzwoni do Ciebie dlatego, że mu się nudzi(to są wyjątkowe przypadki o których powiem poniżej) lub dlatego, że chce Ci zrobić na złość, tylko ma jakąś potrzebę, którą Ty powinnaś pomóc mu zrealizować.
- Czas reakcji-ten czas powinien być, jak najszybszy. Klienci nie znoszą czekać i to jest ważne, żeby klient miał poczucie, że jego sprawa została poważnie potraktowana, a nie odłożona gdzieś na bok.
- Personalizacja-jeśli dzwoni lub pisze klient, dobrze jest sprawdzić w bazie danych, jaki produkt czy usługi zakupił i mieć pełną informację na jego temat. Zdejmijmy w miarę możliwości z klienta konieczność podawania danych, których on często nie potrafi znaleźć i gubi się w nich.

KASIA RACISZ-WSPARCIE DLA BIZNESU

KURS WIRTUALNA ASYSTENTKA

- Maksymalne ułatwienie-kiedy klient pisze maila z zapytaniem-w jakiej cenie kurs? A Ty masz w sklepie pięć kursów i nie wiesz o jaki kurs chodzi, to naprawdę lepiej jest napisać w odpowiedzi kilka słów na temat każdego z tych kursów, podać ich ceny oraz linki prowadzące do zakupów, aniżeli pytać o jaki kurs chodzi. Oczywiście, jak będziesz miała tych kursów 100, to zmienia postać rzeczy. Ale w miarę możliwości, zawsze ułatwaj klientowi całą procedurę.
- Wychodzenie na przeciw klientowi, czyli zadbanie o to, żeby na stronie lub w ofercie znalazły się wszystkie informacje, których potencjalnie może poszukiwać klient. Dobrze jest również stworzyć zakładkę z najczęściej zadawanymi pytaniami.
- Dobre relacje posprzedażowe, czyli dbanie o klienta cały czas. Pamiętasz co mówiłam w jednej z pierwszych lekcji? O tym, że u stałego klienta masz 30% więcej szans, aniżeli u kogoś obcego, na to, że zakupi u Ciebie kolejny produkt? To właśnie dobre relacje posprzedażowe sprawiają, że klient który zakupił u Ciebie jeden produkt, kupuje kolejne i staje się Twoim lojalnym klientem. A to właśnie nasi lojalni klienci są najcenniejsi.
- 7. Uprzejmość i życzliwość-niby oczywiste, a jednak nie dla wszystkich. Opowiem o pewnej historii ze swojej kariery zawodowej:) W 2018 brałam udział w rekrutacji na Boginię Cierpliwości, czyli osobę do obsługi klienta u Pani Swojego Czasu. Do tej rekrutacji zgłosiło się 1399 osób, ja przeszłam trzy etapy rekrutacji i doszłam do finałowej 10-tki. Ostatecznie pracę zdobyła Natalia Trybus, która jest teraz świetną Boginią Cierpliwości i warto też przyglądać się jej pracy, ale dlaczego o tym mówię? Bo według słów Oli Budzyńskiej, czyli Pani Swojego Czasu mnóstwo osób, z tych, które zgłosiły się do tej rekrutacji, w zadaniach testowych pokazało absolutnie niedopuszczalne zachowania, takie jak wrogie nastawienie do klienta, zaczepki, ironiczne odpowiedzi czy wręcz agresja. I to wszystko w testach rekrutacyjnych na stanowisko osoby do Obsługi Klienta. Te osoby pisały takie rzeczy wiedząc, że za chwilę ktoś będzie to oceniał, a one starają się o pracę. Jak więc potencjalnie mogłyby się zachowywać, gdyby nikt nie miałby nad nimi kontroli? Dlatego tak ważne jest odpowiednie dobieranie osób, które obsługują klienta w danej firmie. Powinny one charakteryzować się wysoką kulturą osobistą, uprzejmością, życzliwością, pogodnym nastawieniem, dużymi pokładami cierpliwości oraz bardzo niskim poziomem agresji:)

KASIA RACISZ-WSPARCIE DLA BIZNESU

KURS WIRTUALNA ASYSTENTKA

I ostatnia rzecz-co robić, kiedy trafi się trudny klient? Przede wszystkim nie należy brać do siebie niewłaściwego zachowania tego klienta. Jest w psychologii takie pojęcie, jak uprowadzenie/porwanie emocjonalne, co oznacza intensywną reakcję emocjonalną spowodowaną bodźcem zewnętrznym. I właśnie w interakcji z takim trudnym klientem, trzeba zrobić wszystko, żeby nie dać się emocjonalnie uprowadzić. Tzn. starać się oddzielić emocje od meritum sprawy. Skupić się na załatwieniu problemu lub wytłumaczeniu, że dana prośba klienta jest niemożliwa do spełnienia, jeśli faktycznie tak jest. Opisać lub opowiedzieć o przyczynach tej sytuacji w sposób klarownie, prostym i zrozumiałym językiem.

A na koniec powiem jeszcze, że Obsługa Klienta bywa trudna, ale bywa też bardzo satysfakcjonująca. Ja zawsze mówię o tej energii, którą my ludzie przekazujemy sobie nawzajem. I zdarzyło mi się kilka razy w życiu, że miałam np. jakiś trudny moment czy kiepski dzień i ktoś z obsługi klienta w jakiejś firmie był wobec mnie bardzo miły i serdeczny i ja poczułam ogromną ulgę w tym swoim trudnym momencie, jakiś promyk słońca wyszedł na chwilę na to moje mocno zachmurzone niebo i było mi po prostu lżej. I tą dobrą energię zaniostałam gdzieś dalej.

I właśnie w takich chwilach mocno można sobie uzmysłwić, jak wielką moc mają te wszystkie osoby, które pracują z ludźmi. Mogą wywołać czyjś uśmiech lub go zgasić. I to do nas właśnie należy decyzja, jakie emocje chcemy wywoływać u innych ludzi. Mam nadzieję, że tylko te najlepsze.