

## STRATEGIC TIPS

# Δεν σας καλύπτει το Customer Service; Παραπονεθείτε!

Του John Tschohl, Service Strategist

Στον κλάδο της εξυπηρέτησης πελατών, δεν μπορούμε να αποφύγουμε τα παράπονα. Παράπονα έρχονται κάθε μέρα και όταν ένας πελάτης παραπονιέται συνήθως αυτό συμβαίνει για καλό λόγο ή από πραγματικό ενδιαφέρον. Πρέπει να ακούμε το πρόβλημα και να το λύνουμε, για να εξασφαλίσουμε έναν ευχαριστημένο πελάτη.

**Λ**ιγότεροι από τους μισούς δυσαρεστημένους πελάτες θα εκφράσουν επίσημα ένα παράπονο σε μια εταιρεία. Όσοι ποτέ δεν λένε τίποτα, θα μεταφέρουν την κακή εμπειρία τους κατά μέσο όρο σε 11 ή περισσότερους ανθρώπους. Είναι σημαντικό να αντιμετωπίζουμε τα παράπονα ως ευκαιρίες, έτσι ώστε να ανατρέψουμε τα ποσοστά αυτά, με ένα ικανοποιημένο παράπονο τη φορά.

Πιστεύω ότι καμία συναλλαγή δεν είναι ολοκληρωμένη εάν η εξυπηρέτηση που θα λάβουν οι πελάτες δεν τους κινητοποιήσει ώστε να επιστρέψουν.

Οι πελάτες θέλουν να ξέρουν ότι κάποιος τους ακούει και τους καταλαβαίνει και ελπίζουν ότι είστε πρόθυμοι να λύσετε το κάθε τους πρόβλημα. Όποια και αν είναι η περίπτωση, όταν ένας πελάτης σας εκφράζει ένα παράπονο, ακόμα και αν το κάνουν με έναν λιγότερο επιθυμητό τρόπο, να είστε ευγνώμονες. Πρέπει να συνειδητοποιήσουμε ότι ο λανθασμένος χειρισμός ενός παραπόνου πελατών μπορεί να κοστίσει αρκετά σε μια εταιρεία.

## ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΟΣ ΧΕΙΡΙΣΜΟΣ ΠΑΡΑΠΟΝΩΝ

Όταν κάτι πηγαίνει στραβά, πώς μεταφέρουμε τον πελάτη από την κόλαση στον παράδεισο μέσα σε 60 δευτερόλεπτα; Η λύση είναι η ενδυνάμωση και επιβράβευση των υπαλλήλων στην γρήγορη και επιτυχημένη επίλυση προβλημάτων.

Ακόμη και μια μικρή κίνηση συγνώμης μπορεί να μετατρέψει μια κακή κατάσταση σε μια καλή. Το κόστος μπορεί να είναι ελάχιστο, όπως μια αναβάθμιση σε επόμενη αγορά του πελάτη ή μια δωροεπιταγή. Όταν επιτυχημένα επιλύετε παράπονα, καταλαβαίνετε καλύτερα τις ανάγκες των πελατών, τους κερδίζετε ως πιστούς πελάτες και ενδυναμώνετε την επιχείρησή σας.

Στο βιβλίο μου «The Customer is Boss», αναφέρω πώς να παραπονιέστε σωστά. Οι περισσότεροι άνθρωποι ξεκινούν το παράπονό τους από τον άνθρωπο για τον οποίο παραπονιούνται. Αυτό δεν είναι καλή ιδέα. Όλα ξεκινούν από χαμηλά και πολλοί άνθρωποι θεωρούν ότι δεν θα βγει κάτι καλό. Και έχουν δίκιο. Άλλωστε, αν το παράπονο εκφραστεί σε χαμηλό επίπεδο,

ο υπάλληλος σίγουρα δεν θα το προωθήσει στη διοίκηση για να δείξει ότι δεν το χειρίστηκε σωστά.

Λέω σε όλους ότι έχουν δικαίωμα σε μια καλή εμπειρία, σε ένα ποιοτικό προϊόν και σε εξαιρετικής ποιότητας customer service. Επίσης, λέω σε όλους ότι είναι δική τους ευθύνη να ενημερώσουν τα αρμόδια κανάλια όταν υπάρχει κάποιο πρόβλημα.

Υπάρχουν κάποια πράγματα που έχουν αποτέλεσμα, στην προσπάθεια κινητοποίησης μιας εταιρείας να σας παρέχει καλύτερο customer service:

- ▶ Ζητήστε καλή εξυπηρέτηση: «Πραγματικά χρειάζομαι τη βοήθειά σας».
- ▶ Να φέρεστε σαν να προσδοκάτε καλή εξυπηρέτηση.
- ▶ Να φέρεστε στους πωλητές ως φίλους. Η φιλική συμπεριφορά προς τους πωλητές είναι τόσο σπάνια, που αν τους φερθείτε με σεβασμό θα κερδίσετε την προσοχή τους και θα σας εξυπηρετήσουν σαν να ήσασταν celebrity.
- ▶ Αλλάξτε τη στάση σας ως προς την καλή εξυπηρέτηση. Θα αυξηθούν τρομερά οι ευκαιρίες να την απολαύσετε. Μιλήστε.
- ▶ Δηλώστε ξεκάθαρα τις προσδοκίες σας και ζητήστε γρήγορη επίλυση των προβλημάτων.

Μην λυπάστε μια εταιρεία, κυβέρνηση ή μη κερδοσκοπικό οργανισμό όταν εκφράζετε κάποιο παράπονο για κακή εξυπηρέτηση. Τους κάνετε χάρη με το να παραπονιέστε. **MW**

\*Το Service Quality Institute αντιπροσωπεύεται στην Ελλάδα από την STA- Σπύρος Τριβόλης και Συνεργάτες, licensee του SQI για την Ν.Α Ευρώπη.

## ΣΧΕΤΙΚΑ ΜΕ ΤΟΝ JOHN TSCHOHL

Ο John Tschohl είναι διεθνώς αναγνωρισμένος Service Strategist και ομιλητής. Είναι ιδρυτής και Πρόεδρος του Service Quality Institute\* στη Μινεάπολις της Μινεσότα. Χαρακτηρίζεται από τα περιοδικά Time και Entrepreneur ως γκουρού της εξυπηρέτησης πελατών, ενώ έχει γράψει πολλά βιβλία σχετικά με αυτόν τον τομέα, συμπεριλαμβανομένου του «Moving Up». Το Service Quality Institute έχει αναπτύξει περισσότερα από 26 προγράμματα κατάρτισης πελατών που έχουν διανεμηθεί και παρουσιαστεί σε όλο τον κόσμο.

