

Czy klient ma zawsze rację? O tym jak sprzeczać się z klientem



Dobłą praktyką w sporach z klientami jest bycie ostrożnym i podejmowanie tylko takich działań, które pomagają budować zaufanie klientów oraz zdobywać ich lojalność, a nie jedynie wygrać kolejny spór. Nie od dziś wiadomo, że sporów z klientami lepiej nie wygrywać. Jednak wcale nie oznacza to, że klient ma zawsze rację - często jej nie ma. A czy możliwe jest, że klient zawsze będzie wygrywać, mimo, że się myli?

Zacznijmy od tego, że nigdy nie powinno się wdawać w kłótnie z klientem. Oczywiście, można wtedy wygrać spór i dowieść swojej racji, ale najprawdopodobniej stracimy klienta. Zawsze lepiej jest odnosić się do niego z szacunkiem, a tym samym chronić jego godność. W sporach z klientami należy robić wszystko, aby osiągnąć obopólnie zadawalające porozumienie.

Wszystko, o czym piszę, stało się dla mnie jeszcze bardziej oczywiste, kiedy spotkałem się z Lexusem - topowym producentem samochodów. Lexus znany jest z doskonałych samochodów oraz znakomitej obsługi klienta. Na jednym z ich wewnętrznych spotkań zorganizowano ćwiczenia polegające na odgrywaniu ról, gdzie część pracowników wcieliła się w role niezadowolonych klientów, a pozostali - handlowców. Niesamowitym przeżyciem było obserwowanie, jak pracownicy doskonale radzą sobie ze skargami klientów. Robili to wyjątkowo umiejętnie i z taktem. Pracownicy nie skupiali się tylko na naprawie samochodu, ale przede wszystkim starali się zadbać o klientów. Zadbali o to, aby nieszczęśliwi klienci stali się szczęśliwymi, wściekli - zadowolonymi, a sfrustrowani - uspokojonymi. W Lexusie wyznaje się zasadę, że jeden zepsuty samochód to jeden stracony klient. To prawdziwe wyzwanie, aby „naprawić” i samochód, i klienta.

Oczywiście zdarza się, że złość klientów jest uzasadniona - na przykład, kiedy samochód wymaga nieustannych napraw z tej samej przyczyny. Co mogłoby zadowolić klienta w takiej sytuacji? Być może zwrot kosztu napraw albo kredyt na przyszłe naprawy? A może klient wcale nie życzy sobie żadnych zwrotów i jedyne czego chce, to naprawa samochodu oraz opieka ze strony takiego pracownika, któremu szczerze zależy na kliencie, który okazuje empatię i przeprasza za niedogodności.

Wcale nie trzeba być z branży samochodowej, aby wyciągnąć wnioski z tej historii. Warto uczyć się, czego oczekują nasi klienci i co sprawia im przyjemność. Czasami to bardzo proste - wystarczy tylko zapytać. Na pewno nie należy się z nimi kłócić, ponieważ powoduje to jedynie frustrację, rozczarowanie, a nawet złość. Przegadanie problemu z klientem - bez wytykania winy lub tłumaczenia się - może okazać się najlepszym i najprostszym wyjściem. I nie ważne jak trudna jest sytuacja - nie należy się kłócić. Trzeba starać się znaleźć rozwiązanie, w którym obie strony wygrywają.

autor: Shep Hyken - ekspert ds. customer care, mówca oraz autor ze szczytów listy bestsellerów biznesowych „New York Timesa”

źródło: <http://hyken.com/customer-care/dont-just-fix-problem-fix-customer/>

tłumaczenie: Saski Business Consulting