



WOW tkwi w szczegółach

Zawsze drżałem na myśl o firmach które mówiły, że chcą ciągle zachwycać swoich klientów. Tak samo jak perfekcja nie jest osiągalna, tak samo sama idea ciągłego oczarowywanie klientów jest rzeczą wzniosłą, ale niemożliwą do osiągnięcia. Chciałbym opowiedzieć, jakie ma to odniesienie do rzeczywistości.

Raz na jakiś czas **WOW (zachwycenie)** jest osiągalne. Zazwyczaj wypracowujemy je, poprzez wysoką jakość obsługi klienta i doświadczenia, czy też pozytywne rozwiązywanie problemów lub skarg. Dotyczy to także sytuacji, dzięki którym pracownik może zrobić „coś specjalnego” dla klienta. Zazwyczaj z jednej strony, wzbraniam się używać słowa WOW, a z drugiej jest także pojęcie **zaskoczenia**.

Zaskoczenie (*ang. amazement*) musi być spójne i przewidywalne, powyżej średniego doświadczenia, które klient otrzymuje od firmy lub pracownika. Kluczem do sukcesu jest konsekwencja. Bez tego nie ma przewidywalności, a to prowadzi do braku zaufania.

Codziennie jesteśmy w stanie **zachwyć** klienta. Jak? Poprzez **doskonałą** obsługę – czyli taką, która **skupia się na szczegółach**. I w tym tkwi cały sekret.

Niedawno zostałem poproszony przez klienta, abym przeprowadził rozmowę z jego pracownikami na temat poziomu obsługi klienta. Tak się składa, że kolory korporacyjne tej firmy były niebieskie i pomarańczowe. Podczas tworzenia prezentacji, menedżer hotelowej sali bankietowej spytał, czy chcielibyśmy aby górne oświetlenie miało takie akcenty. Po głośnym „tak”, w ciągu kilku chwil, każdy pojedynczy rząd był właśnie w tych kolorach.

Gdy pracownicy firmy wchodzili do sali bankietowej, czekałem na ich reakcję. Nie usłyszałem żadnych komentarzy odnośnie światła, ale to nie znaczy, że nasz wysiłek został zmarnowany. Było to dla nich oświetlenie akcentujące. Po prostu - nic wielkiego.

Tuż po wystąpieniu miałem okazję porozmawiać na osobności z kierownikami czy pracownikami. Rozmawialiśmy o tym, jakie różnice są pomiędzy **zachwyceniem** (detale) i **zaskoczeniem** (spójne i konsekwentne). Starłem się dowiedzieć, jakie jest ich zdanie.



Żaden z nich wcześniej nie zauważył kolorowych świateł, więc poprosiłem ich, aby spojrzeli w górę i zwrócili na nie uwagę. Kilka osób wstrzymało oddech z zachwycenia, a kilka osób użyło słowa "WOW".

Niech historia o oświetleniu służy jako metafora tego, co jest możliwe, gdy wymieszamy małe, ale potężne szczegóły, z niesamowitym doświadczeniem obsługi klienta. A Ty, jakie elementy możesz uatrakcyjnić do takiego poziomu, w którym Twój klient powie: "WOW !?"

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

źródło: <http://hyken.com/customer-experience-2/wow-is-in-the-details/>

tłumaczenie: Saski Business Consulting