مقدمه

‌سند آموزشی که در اختیار شما قرار می گیرد بر اساس معتبرترین سند آموزشی موجود برای واحد پشتیبانی (کالسنتر و فروش) تهیه شده است .

منبع این سند بر روی اینترنت با آدرس ذکر شده در انتهای سند قابل دسترس است. ترجمه های مختلف این سند در سایت های متعددی وجود دارد و ترجمه فارسی آن نیز در دسترس است. بسیاری از شرکت های ارائه کننده خدمات (مخصوصا نرم افزاری) با پرداخت هزینه های هنگفت کارشناسان خود را با کمک این اسناد آموزش داده و بهره وری آنها را ارتقا می دهند.

مدنظر داشته باشید تا خود را تغییر ندهید جایگاه کاری شما تغییر نخواهد یافت، این سند یکی از ابزار معتبر و بین المللی ایجاد تغییر در شماست، پس ارزش بالای آن را فراموش نکنید.

آموزش‌ برخورد‌‌ با ‌مشتری یا چگونه ‌با مشتری صحبت‌ کنیم؟

برقراری یک ارتباط خوب با دیگران هنر است و استفاده از آن برای پیشبرد اهداف، یک علم! نحوه برخورد با مشتری، تأثیر بسیار زیادی روی برند شما دارد و در نهایت بر روی خود شما دارد. هیچ‌چیز مانند یک مکالمه‌ی دلنشین نمی‌تواند رضایت مشتریان را در طولانی مدت حفظ کند.

زمانی که شما با ملاحظه و استفاده از روش خاصی اطلاعات را به مشتری منتقل می‌کنید (یا از آن‌ها بازخورد می‌گیرید)، بازدهی بسیار بهتری را در حرفه خود مشاهده خواهید کرد. مطمئن باشید این بازدهی به مراتب بهتر از هرگونه تبلیغ خواهد بود. همانطور که پیش‌تر اشاره کردیم ارائه خدمات خوب به مشتریان، یکی از عوامل اصلی موفقیت شما هستند و نحوه برخورد با مشتری نیز یکی از فاکتورهای ارائه خدمات خوب به مشتری است.

با این اوصاف، سوال اصلی اینجاست که برقراری یک ارتباط خوب در زمان صحبت با مشتریان به چه معناست؟ برای آنکه بدانیم چگونه با مشتری صحبت کنیم باید چه استراتژی را در پیش بگیریم؟

اولین اصل در ارائه خدمات به مشتریان این است که با انسان‌ها، مانند یک انسان برخورد کنید. در حقیقت، معنی این اصل، همان جمله‌ی معروفی است که می‌گوید: با دیگران همانطور برخورد کن که دوست داری با تو برخورد شود. اگر این اصل را در ذهن خود جا بیاندازید، مطمئن باشید که به نتایج بسیار خوبی دست می‌یابید.

ما در این سند قصد داریم در مورد نحوه‌ برخورد با مشتری‌ و چگونگی گفتگو با آن‌ها صحبت کنیم. در این نوشتار خواهید آموخت که چگونه می‌توان با یک مکالمه‌ی مفید، بهترین نتیجه را در حرفه خود گرفت. همچنین به شما می‌گوییم که چگونه باید به سوالات آن‌ها پاسخ داده و مشکلاتشان را برطرف کنید.

نکات این سند در 3 بخش برای شما تنظیم شده است که هر بخش شامل نکات مهمی درباره نحوه صحبت با مشتری هستند. این 3 بخش عبارتند از:

* **حفظ لحن مکالمه در زمان صحبت کردن:** یک لحن خاص برای صحبت کردن با مشتریان خود در نظر بگیرید و سعی کنید به کارکنان خود بیاموزید همیشه از این لحن برای تمام مکالمات خود استفاده کنند.
* **مدیریت مکالمات سخت و دشوار:** گاهی اوقات ممکن است بخواهید خبر بدی را به مشتریان خود انتقال دهید. در این هنگام باید بدانید با چه روش‌هایی می‌توانید مشتریان را خوشحال و راضی نگه دارید.
* **خشنود کردن مشتریان:** نکات ریز و اضافی که شاید در نگاه اول چندان مهم به نظر نرسند، اما به شدت در خوشحال کردن مشتریان تاثیر دارند.

**حفظ لحن مکالمه در زمان صحبت کردن**

یک موسیقی را در نظر بگیرید، اگر خواننده نتواند در طول ضبط آهنگ لحن خود را حفظ کند، نتیجه کار آهنگی بد خواهد شد که هیچ کس به آن گوش نخواهد داد!  برای مثال۲  عبارت "سوالی دیگه ای ندارید؟" و "کمک دیگری از دست من ساخته ‌است؟"هر دو یک سوال هستند و معنی یکسانی می‌دهند، اما لحن بیان متفاوتی دارند. در نتیجه تأثیر متفاوتی روی مشتری می‌گذارند.

همانطور که برای تیم پشتیبانی خود لحن خاصی را جهت برخورد با مشتری تعریف می‌کنید، بهتر است معیارهایی را هم برای مکالمات‌شان با اشخاص در نظر بگیرید. این کار باعث می‌شود کارکنان تیم پشتیبانی‌تان نه تنها به لحن مورد نظرتان دست پیدا کنند، بلکه مشتریان شما نیز تصور نمی‌کنند که از روی یک متنِ آماده به آن‌ها پاسخ داده می‌شود.

1- لحن مکالمه را یک طیف در نظر بگیرید

همان مثال بالا و ۲ عبارت " سوالی دیگه ای ندارید ؟" و "کمک دیگری از دست من ساخته ‌است؟" را در نظر بگیرید.



استفاده از عبارت اول، مشتری را به سمت محدوده‌ی قرمز رنگ هدایت می‌کند (که محدوده‌ای است که نشان‌دهندۀ بدخلقی طرف گفتگو است). عبارت دوم، مشتری را وارد منطقه‌ی سبز رنگ می‌کند. استفاده از این نوع عبارات هم دوستانه است و هم حرفه‌ای به نظر می‌رسد. بنابراین، نحوه برخورد با مشتری را طوری انتخاب کنید که در طیف سبز قرار بگیرد.

برای مثال پیام زیر را در نظر بگیرید:

سلام آقای رفیع پور عزیز،

متاسفیم که بررسی کیس شما با تاخیر مواجه شده. تیم بررسی کننده کیس، تمام تلاش خودش را می کنه تا هرچه سریعتر مشکل را برطرف کنند اما به دلایل فنی این بررسی زمانبر شده، به محض تغییر وضعیت کیس اطلاع خواهیم داد . راستی! عید فطرتون هم مبارک!

با تشکر

۲- با لحن مثبت صحبت کنید

لحن مثبت مکالمه را به سمت جلو پیش می‌برد و از سوء تفاهم‌های احتمالی جلوگیری می‌کند. کلماتی مانند نتوانستن، نشدن و باید بار منفی دارند و بهتر است در زمان صحبت با مشتری از آن‌ها استفاده نکنیم.

همیشه به خطر داشته باشید که بر روی مشکل تمرکز کرده و به راه حل آن فکر کنید؛ به جای آنکه یک عکس‌العمل بدون فکر انجام دهید.

مثال‌های زیر را در نظر بگیرید:

بد: "نه ما گزارشی (در اتوماسیون) که می‌خواهید را نداریم".

معمولی : "متوجه منظور شما شدم و می‌دانم که این گزارش بسیار مفید است، اما متأسفانه در حال حاضر برنامه‌ای برای ایجاد(ساخت) این گزارش نداریم".

خوب : "بسیار ممنون هستیم که تماس گرفتید، گزارشی که درخواست دادید بسیار جالب و قابل استفاده برای بقیه مشتریان نیز هست. در حال حاضر، به دلیل طبقه بندی درخواست های پیشین بررسی درخواست شما کمی طولانی خواهد شد. می توانم به شما قول دهم در ماه های آینده که بخواهیم گزارش های جدید را ایجاد کنیم از ایده شما استفاده کنیم . از اینکه ایده‌ی خود را با مطرح کرده‌اید سپاسگزاریم".

مثال دیگری را نظر بگیرید. فرض کنید ارائه نسخه آپدیت اتوماسیون اداری با وقفه روبرو شده و ۱ ماه زمان می‌برد تا باگ های جدید مرتفع و مجدد آماده نصب در سایت مشتری شود. حال می‌خواهید این اطلاعات را در اختیار مشتری قرار دهید. به پاسخ‎‌های زیر دقت کنید:

لحن منفی

من نمی‌توانم تا یک ماه آینده این آپدیت را در سایت شما نصب کنم. در حال حاضر آمادگی نصب وجود ندارد و شما باید چند هفته صبر کنید، با شما تماس می گیرم.

لحن مثبت

نسخه ای که برای نصب در سایت شما برنامه ریزی شده نیاز به اضافه شدن تغییراتی جدید دارد و تا یک ماه آینده مراحل تست مجدد به اتمام می رسد. من می‌توانم اطمینان دهم پس از اتمام مراحل تست شما اولین مشتری خواهید بود که از قابلیت های نسخه جدید مطلع می شوید و بهره خواهید برد.

اگر دقت کنید متوجه می‌شوید که در لحن مثبت، بر روی ارائه راه و مسیری مشخص تمرکز شده است. همچنین میزان مأیوس شدن مشتری‌ها را نیز کاهش می‌دهد. مشتری‌ها به مشکلات ما اهمیتی نمی‌دهند و دوست دارند بدانند که مشکل خودشان چگونه رفع خواهد شد.

استفاده از لحن مثبت در شرایطی که مشتری باید برای رفع مشکل با شما همکاری کند(کمی صبور باشد)، بهترین راه حل است. لحن مثبت شرایط را برای تعاملات آینده مهیا می‌کند. همچنین، مشتری احساس می‌کند که زمانش را هدر نداده است(زیرا در مقابل صبوری اش قابلیت جدید دریافت می کند).

۳- مختصر صحبت کنید، نه خشن!

هیچ اهمیتی ندارد که متن گفتگوی شما تا چه اندازه جالب است، بیشتر کاربران ایمیل‌های طولانی را نخوانده رها می‌کنند. اگر حجم نوشته در ایمیل زیاد باشد، مطمئن باشید که اصلاً خوانده نخواهد شد . در مورد مکالمه تلفنی هم همین منطق صادق است، اگر گفتگو طولانی شود از میزان صبر هر دو نفر کاسته و گفتگو به سمت خشونت سوق داده می شود.

در ایمیل تا جای ممکن از عکس، ویدئو و لینک استفاده کنید تا پاسخ خود را کوتاه کنید. اگر مقاله‌ای در رابطه با راه‌حل مشکلات مشتریان منتشر کرده‌اید یا در سایت دیگری از وجود آن اطمینان دارید، لینک آن را در ایمیل قرار دهید تا مشتریان در صورت تمایل به آن مراجعه کنند. در مکالمه های تلفنی و با وجود پرتال پشتیبانی و ایمیل، شما می توانید از گفتگو کاسته و اطلاعات تکمیلی را برای مشتری با کمک راه های ارتباطی ذکر شده ارسال نمایید .

هدف اصلی از ارائه پشتیبانی تلفنی به مشتریان، پاسخ دادن به سوالاتشان (به روش گفت و شنود) است تا حس کنند مشکلاتشان به گوش شما می‌رسد (تاثیر روانی مثبت در روش پشتیبانی تلفنی از دیگر روش های پشتیبانی مرسوم، به شرط رعایت نکات ذکر شده در این سند بالاتر است). باید توجه داشته باشید که ممکن است ارائه یک لینک به کاربر مشکل کاربر را برطرف کند، اما قرار دادن آن در چند جمله کوتاه باعث ایجاد یک گفتگوی انسانی خواهد شد.

۴- به موقع و به اندازه پاسخ دهید (پاسخ از طریق پرتال یا کیس فلو)

درست است که شما می‌توانید درخواست مشتریان را ثبت کنید و مشکلشان را طی 30 ثانیه برطرف کنید، اما همین موضوع ممکن است باعث شود برخی مشتریان تصور کنند که حتی پیام‌هایشان خوانده نشده است! گاهی اوقات (که محدودیت زمانی نداریم) بد نیست برای پاسخ به برخی سوالات مشتریان چند دقیقه صبر کنیم.

البته، اگر مشتری شما در موقعیتی است که ممکن است از شدت عصبانیت موهای خود را بکند، بهتر است پاسخ دادن به سوالش را در اولویت خود قرار دهید.

۵- همیشه نام مشتری‌ها را ذکر کنید

اگر در سلام و احوالپرسی ابتدایی موجود در زمان برخورد با مشتری، نام او را ذکر نکنید، فرصت بسیار مناسبی برای استفاده از روانشناسی فروش (ایجاد ارتباط با مشتری) را از دست خواهید داد. فرصتی که می‌تواند به سود شما باشد. نویسنده و سخنران معروف دیل کارنگی (Dale Carnegie)، همواره به خوانندگان خود یادآوری می‌کرد که:

نام هر فرد برای خودش، زیباترین، مهم‌ترین و شیرین‌ترین صدای موجود در تمام زبان‌ها است.

از نظر روان‌شناسی تأیید شده که مشتریان دوست دارند نام خود را از زبان کارشناس پشتیبانی بشنوند. این کار تأثیر فوق‌العاده زیادی روی روحیه‌ی آن‌ها خواهد گذاشت. همچنین به یاد داشته باشید که نام آن‌ها را صحیح تلفظ کرده یا از همان روش املایی خودشان استفاده کنید. بعضی افراد روی این موضوع حساسیت دارند. بنابراین در به کار بردن نام افراد دقت کنید.

۶- با لحن خودشان صحبت کنید

صحبت کردن با لحن مشتریان نشان می‌دهد که شما در طرف آن‌ها قرار دارید. برای مثال اگر یک مشتری با لحن رسمی صحبت می‌کند، شما نیز همین کار را انجام دهید. اما اگر آن‌ها خیلی راحت و صمیمی صحبت می‌کنند، شما نیز با لحنی صمیمی با آن‌ها صحبت کنید (با حفظ شئونات اداری و اخلاقی).

همچنین، اگر عصبانی هستند، با آن‌ها کاملاً جدی صحبت کنید (اما عصبانی نشوید!) و اگر هیجان دارند، شما هم با انرژی با آن‌ها صحبت کنید. استفاده از لحن مشابه ارتباط عمیق‌تری میان شما و مشتری برقرار می‌کند.

در برخورد با مشتری، طیف لحنی که در بالا به آن اشاره کردیم را به یاد داشته باشید. نقطه‌ای که مشتری خوشحال می‌شود جایی است که شما با مشتری با لحن خودش صحبت می‌کنید. با این حال، باید به خاطر داشته باشید که این لحن نباید حالت تمسخر به خود بگیرد!

۷- در شوخی کردن احتیاط کنید

ابتدا از میزان رضایت مشتری‌ها مطمئن شوید، سپس با آن‌ها شوخی کنید. مخصوصاً اگر پاسخ خود را به صورت ایمیل یا پیام متنی ارسال می‌کنید، باید دقت بیشتری به خرج دهید زیرا لحن شوخی، از طریق متن منتقل نمی‌شود. درست است که استفاده از ایموجی‌ها و Gifها می‌تواند در توضیح شوخی شما کاربرد داشته باشند، اما با این حال هیچ فونت مشخصی برای جوک و شوخی وجود ندارد. بنابراین، بهتر است که تمام کلمات خود را با دقت انتخاب کنید.

اگر مشتریان، شوخی را آغاز کردند، شما هم با لحنی مودبانه و با یک شوخی به آن‌ها پاسخ دهید. مطمئن باشید که این کار در ذهن مشتری به عنوان یک نکته مثبت ثبت خواهد شد.

۸- یک راهنمای پشتیبانی ایجاد کنید (مربوط به تیم مدیریت)

یک فایل درست کنید و موضوعاتی که فکر می‌کنید احتیاج به راهنمایی دارند را در آن بنویسید. سپس، این فایل را در اختیار اعضای تیم پشتیبانی قرار دهید. در واقع، شما باید در این فایل تمام بایدها و نبایدهای کسب‌و‌کار خود را ذکر کنید تا تیم پشتیبانی راحت‌تر بتواند مشتری‌ها را راهنمایی کند. برای مثال بگویید که بهتر است از چه جملاتی استفاده کنند، شماره‌های تماس را چگونه باید بنویسند یا حتی با چه لحنی با مشتریان صحبت کنند.

۹- سوالات متداول را فهرست کنید (مربوط به تیم مدیریت)

گاهی اوقات مشتریان سوالات تکراری می‌پرسند. بنابراین بهتر است که پاسخ سوال‌های متداول را یادداشت کرده و در اختیار اعضای تیم پشتیبانی قرار دهید. این کار در زمان شما صرفه‌جویی می‌کند. همچنین، باعث می‌شود که مشتری‌ها زودتر به جواب خود برسند.

برای مثال، شخصی که در مورد نحوه عوض کردن پسورد سوال دارد هم باید به پاسخش برسد، اما با استفاده از جواب‌های از پیش ذخیره شده می‌توان سرعت پاسخ‌دهی را افزایش داد. برای آماده کردن این فایل فقط کافی است از اعضای تیم خود بخواهید که سوال‌های متداول را برای شما یادداشت کنند.

۱۰- دستورالعمل‌ها را به ترتیب زمانی مشخص کنید

سعی کنید به همه‌ی پرسش‌های مشتریان خود پاسخ دهید. هر چقدر این کار را دقیق‌تر انجام دهید، رتبه‌ی بهتری برای خدمات پشتیبانی از مشتری‌ها دریافت خواهید کرد. هر زمان احتیاج بود که کاربر یکسری کارها را به ترتیب انجام دهد، این موارد را به‌صورت لیست‌های ترتیبی به او اعلام کنید.

به عنوان مثال زمانی که کاربر از شما می‌پرسد چرا یک صفحه با سرعت پایین بارگذاری می‌شود به‌صورت زیر به او پاسخ دهید:

سلام خانم / آقای ...

ممنون از اینکه مشکل خود را با ما در میان گذاشتید. لطفاً مراحل زیر را در کامپیوتر خود انجام دهید تا سریع‌تر بتوانیم شما را راهنمایی کنیم:

به منوی Start در گوشه‌ی سمت چپ پایین صفحه مراجعه کنید.

روی Run کلیک کنید.

کلمه‌ی CMD را تایپ کنید.

بعد از انجام این کار صفحه‌‌ای برای شما باز خواهد شد. داخل آن عبارت tracert [SUBDOMAIN].[site].com را تایپ کنید.

چند دقیقه زمان می‌برد تا دستور اجرا شود. نتیجه‌ی اجرای این دستور یکسری متن است که در خروجی ظاهر می‌شود. این متن را کپی کرده و برای ما ارسال کنید تا مشکل آن را بررسی کرده و نتیجه را به شما اعلام کنیم.

با تشکر

۱۱- پاسخ اعضای تیم پشتیبانی را بررسی کنید (مربوط به تیم مدیریت)

اگر شرکت بزرگی دارید و در میان مشتری‌ها محبوب هستید، هرگز نباید اعتبار خود را زیر سوال ببرید. افرادی که سابقه‌ی کار در تیم پشتیبانی ندارند و نمی‌دانند که چگونه با مشتری صحبت کنند را به حال خود رها نکنید. سعی کنید ۱ یا تعدادی متخصص را برای نظارت بر کار افراد مبتدی قرار دهید.

از آن‌ها بخواهید که قبل از ارائه یا ارسال پاسخ به مشتری، جواب را به خوبی بررسی کرده و بعد از تأیید برای مشتری ارسال کنند. به خاطر داشته باشید که پشتیبانی از مشتریان، کاری تخصصی است و هر کسی از عهده آن بر نمی‌آید.

۱۲- پیشنهاد کمک بیشتر بدهید

هیچ موقع در پایان صحبت با مشتری، او را تنها نگذارید. بلکه از آن‌ها بخواهید هر سوالی که دارند را با شما در میان بگذارند. برای مثال در پایان مکالمه به مشتری بگویید:

اگر مشکل دیگری هم وجود دارد به من بگویید تا با کمال میل آن را برطرف کنم.

این جمله به مشتری نشان می‌دهد که شما مشتاق کمک کردن هستید و هر سوالی که داشته باشند را می‌توانند از شما بپرسند. همیشه به یاد داشته باشید که همۀ مشتری‌ها در یک سطح از آگاهی نیستند. بنابراین، طوری با مشتری برخورد نکنید که احساس احمق بودن کند.

۱۳- فقط با مشتری صحبت نکنید، مسیر را نشان دهید!

گاهی اوقات به جای آنکه توضیحات خود را برای مشتری دکلمه کنید، آن را به صورت تصویر یا ویدئویی ضبط کنید و مراحل انجام کار را به او نشان دهید. نرم افزارهای مختلفی وجود دارند که به شما اجازه می‌دهند از دسکتاپ خود تصویر یا فیلم بگیرید. این کار هم راحت‌تر است و هم مشتری را بهتر راهنمایی می‌کند.

۱۴- واضح صحبت کنید

اگر پشتیبانی تلفنی دارید، عجله نکنید و کلمات را واضح و شمرده بیان کنید. اگر با مشتری‌های خود از طریق ایمیل در ارتباط هستید، بهتر است که جملات ساده و کوتاه به کار ببرید. از به کار بردن عباراتی مانند باید، حتماً، در حقیقت یا اصطلاحات تخصصی پرهیز کنید. دستورالعمل‌های ساده نویسی را مطالعه کنید و متن خود را از روی آن‌ها بنویسید.

۱۵- از کلیشه‌ها اجتناب کنید

دو جمله زیر را بخوانید و ببینید کدام یک مناسب‌تر است:

من شما را به همکار دیگری متصل میکنم، مشکل شما عجیب و غریب است.

یا این جمله:

من می‌خواهم شما را به خانم حسینی معرفی کنم. او متخصص توکن در واحد پشتیبانی است و بهتر می‌تواند شما را راهنمایی کند.

مطمئناً جمله‌ی دوم مناسب‌تر از جمله‌ی اول است. در جمله‌ی اول از کلمات کلیشه‌ای استفاده شده و مشتری احساس خوبی از شنیدن آن‌ها پیدا نمی‌کند. اما جمله‌ی دوم، به طور کامل به مشتری توضیح داده که چرا باید با فرد دیگری در مورد این موضوع صحبت کند و در نتیجه، تأثیر بهتری روی او خواهد گذاشت.

۱۶- با مشتریان مانند مردم برخورد کنید

چون که مشتریان شما از مردم هستند! دو مثال زیر را در نظر بگیرید:

سلام

درخواست شما را ثبت کردیم و در اسرع وقت به آن رسیدگی خواهیم کرد. شماره‌ی کیس شما ۱۲۳۴۵۶ است. این شماره را به خاطر سپرده و در پیگیری‌های بعدی از آن استفاده کنید.

باتشکر

در این مثال، مشتری یک شماره در نظر گرفته شده است. شما باید به شکل حقیقی با مشتری برخورد کنید، نه اینکه آن‌ها را با شماره خطاب کنید. مثال زیر تأثیر بهتری روی مشتری می‌گذارد:

سلام آقای خیری عزیز

ممنون از تماستون . درخواست شما با شماره کیس 123456در سیستم ثبت شد. پاسخ سوال شما به زودی ارسال خواهد شد. اما در صورت نیاز به پیگیری، کافیه مجدد با ما تماس بگیرید و خودتون (سازمانتون) را معرفی کنید. جهت تسریع در روند پیگیری شماره کیس را هم داشته باشید.

باتشکر

مشتری‌ها دوست دارند که با احترام با آن‌ها برخورد شود. آن‌ها هر موقع احساس کنند که یک مشتری معمولی هستند، سراغ برند دیگری می‌روند.

۱۷- با مشتریان استانی به سادگی صحبت کنید

گاهی اوقات یک شرکت محصولات خود را در سطح کشور عرضه می‌کند. در چنین شرایطی، باید امکان برقراری ارتباط با دیگر استانی را نیز فراهم کند. زمانی که یک فرد با زبان یا گویش غیر فارسی سعی دارد از خدمات شما استفاده کند، سعی کنید با زبان ساده با او ارتباط برقرار کنید. بهتر است از اصطلاحات پیچیده در گفتگوی خود استفاده نکنید. همچنین، برای راهنمایی دقیق‌تر، بهتر است از تصاویر و اینفوگرافیک‌ها کمک بگیرید.

در نهایت، اگر فردی در اعضای تیم پشتیبانی به زبان مشتری مورد نظر مسلط است، از او بخواهید که پاسخ شما را بررسی کند، تجربه ثابت کرده هنگامی که پشتیبانی به گویش یا زبان مشتری صورت پذیرد رضایت از پشتیبانی به شدت افزایش داشته است.

۱۸- به پایان مکالمات دقت کنید

همیشه سعی کنید طوری نیازهای مشتری را برطرف کنید که در پایان مکالمه، جمله‌ی "خب، خیلی ممنونم. من دیگر مشکلی ندارم" را از زبانش بشنوید. برای مثال می‌توانید مکالمه خود با مشتری را به شکل زیر به پایان ببرید:

بسیار عالی. خیلی خوشحالم که توانستم مشکل شما را برطرف کنم. اگر مشکل دیگری وجود دارد خوشحال می‌شوم که به شما کمک کنم.

شاید باورتان نشود، اما بسیاری از مشتریان تا قبل از اینکه در مورد مشکلات دیگر از آن‌ها سوال نشود، پرسش خود را مطرح نمی‌کنند. عبارت "خوشحالم می‌شوم به شما کمک کنم" باعث می‌شود مشتری احساس بدی بابت سوال‌های خود نداشته باشند.



بخش دوم

مدیریت مکالمات سخت و دشوار

در این قسمت به شما خواهیم گفت که چگونه در شرایط سخت و دشوار با مشتریان خود صحبت کنید. مطمئناً گاهی اوقات پاسخ برخی سوالات در راهنمای شما وجود ندارد یا مشتری تقاضای خدماتی را دارد که موجود نیست یا حتی از شما تقاضایی دارد که خلاف قوانین کاری شماست. مطمئناً قرار نیست شما به تمام خواسته‌های مشتری پاسخ مثبت دهید، اما دلیلی هم وجود ندارد که با او بد رفتاری کنید.

فرقی نمی‌کند که با یک مشتری راضی طرف هستید یا مشتری که از دست شما عصبانی است. تنها چیزی که اهمیت دارد نوع برخورد با مشتری و جمله‌بندی شما در زمان گفتگو با اوست.

مدیریت موقعیت‌های سخت و دشوار در پشتیبانی خدمات، چندان کار ساده‌ای نیست. در چنین شرایطی، به ندرت می‌توان راه‌حلی کامل و جامع ارائه کرد. با این حال، با کمی تمرین می‌توانید استانداردهای خود را در شرایط سخت، بالا نگه دارید و چالش‌های موجود را پشت سر بگذارید.

این تاکتیک‌ها نه تنها به شما کمک می‌کنند تا روابط خود با مشتریان را قوی‌تر کنید، بلکه شما را به عنوان شرکتی که تیم پشتیبانی حرفه‌ای دارد بر سر زبان‌ها خواهد انداخت.

۱۹- از صمیم قلب معذرت‌خواهی کنید

شما نماینده‌ی شرکت خود بوده و در برابر احساس نارضایتی مشتریان از خدماتتان، مسئول هستید. البته این به این معنا نیست که اشتباهات پیش آمده تقصیر شما است و مشتری اجازه دارد هر چیزی را از شما طلب کند، بلکه به معنای این است که هنگام بروز مشکل می‌توانند با یک انسان (نه یک ربات یا ماشین) در مورد آن صحبت کنند.

گفتن عبارت متأسف هستم حتی زمانی که ایراد پیش آمده از طرف شما نباشد، یک الزام است. این معذرت‌خواهی، در واقع یک پاسخ شخصی به مشتری است که انتظاراتش توسط شرکت شما برآورده نشده و به این معنی نیست که شما در بروز این مشکل مقصر هستید.

۲۰- فقط به معذرت خواهی اکتفا نکنید

معذرت خواهی باید با عمل همراه باشد. مشکل مشتری را بپذیرید و بابت بروز آن عذرخواهی کنید، اما وقت و تمرکز خود را روی روش‌های رفع آن بگذارید. معذرت‌خواهی در نحوه‌ی برخورد با مشتری ضروری است، اما نباید تنها به آن اکتفا شود.

۲۱- اصل مطلب را بگویید

مشتریان زمانی با شما تماس می‌گیرند که به مشکلی برخورد کرده و ناامید هستند. بنابراین، سوال آن‌ها را بدون هیچ حاشیه‌ای پاسخ داده و زمان آن‌ها را هدر ندهید. احوال‌پرسی کردن و تعارفات معمول را کنار گذاشته و سریعاً مشکل او را حل کنید.

۲۲- اشتباهات خود را بپذیرید

تصور کنید یک مشکل جزئی، به تنظیمات کاربر صدمه رسانده یا سایت پشتیبانی شما به دلیل مشکلاتی در دسترس نیست. در چنین شرایطی، سعی کنید مسئله را برای کاربر باز نکنید. تشریح اطلاعات فنی هیچ کمکی به کاربر نخواهد کرد. در عوض، بهتر است کارهای زیر را پی‌گیری کنید:

معذرت خواهی کنید.

به او توضیح دهید چگونه مشکلش را برطرف می‌کنید.

به آن‌ها بگویید که از چه طریقی می‌توانند با شما ارتباط برقرار کنند.

بعد از برطرف شدن مشکل، وضعیت را به آن‌ها اعلام کنید.

برای مثال یک ایمیل تهیه کرده و آن را برای تمامی مشتریان ارسال کنید. در متن ایمیل خود بابت مشکل پیش آمده معذرت خواهی و با آن‌ها همدردی کنید. همچنین به آن‌ها بگویید که از این تجربه چیزهای زیادی یاد گرفته‌اید و در آینده چنین مشکلاتی پیش نخواهد آمد.

۲۳- از طرف خودتان صحبت کنید

یک پشتیبانی خوب و باکیفیت، با مهربانی و دلسوزی همراه است. بنابراین از ضمیر اول شخص مفرد در جملات خود استفاده کنید. برای مثال بگویید: "من کاملاً مشکلات شما را درک می‌کنم."یا "می‌دانم بروز این مشکل باعث اختلال در نظم کاری شما شده است."

استفاده ار ضمیر اول شخص در صحبت با مشتری باعث دلگرمی او می‌شود. بهتر است اول با خلق‌وخوی فعلی مشتری آشنا شوید و بر اساس آن، لحن جملات خود را تنظیم کنید.

۲۴- ندانستن عیب نیست!

اگر پاسخ سوالی را نمی‌دانید، خودتان را بابت این موضوع سرزنش نکنید. یک متخصص پشتیبانی باید مشکلات را تا جای ممکن درست کند، نه اینکه شرایط را عالی کند.

فراموش نکنید که دقت، هرگز نباید قربانی سرعت شود. اگر خودتان هم پاسخ مشکلی را نمی‌دانید به آن‌ها بگویید که به کمی زمان احتیاج دارید. همچنین، هرگز مشتری را پای تلفن معطل نکنید، اگر فکر می‌کنید چند دقیقه زمان می‌برد تا راه‌حل مشکلی را یاد بگیرید، اطلاعات تماسشان را یادداشت کرده و در اسرع وقت با آن‌ها تماس بگیرید.

گاهی اوقات، بهتر است که مشتریان علت بروز مشکل را از زبان یک متخصص بشنوند. در چنین شرایطی، مشتری را به تیم فنی ارجاع دهید و اجازه دهید توضیح را از زبان یک فرد متخصص بشنوند.

۲۵- علت را جویا شوید

زمانی که مشتریان بابت مشکلی ناراحت هستند، دوست دارند از آن‌ها خواسته شود تا در مورد موضوع بیشتر توضیح دهند. به مثال زیر دقت کنید:

مشتری: آپدیت جدید شما به طرز وحشتناکی بد است! لطفا از همان نسخه‌ی قبلی استفاده کنید.

تیم پشتیبانی: بسیار متأسف هستم که این موضوع را می‌شنوم. لطفاً دقیق‌تر بگویید کدام ویژگیِ نسخه‌ی قبلی را بیشتر دوست داشتید.

دلایل آن‌ها شاید هیچ تأثیری روی بهبود محصولات شما نداشته باشد، اما آن‌ها از اینکه یک نفر به صحبت‌هایشان اهمیت می‌دهد، خوشحال خواهند شد. در بسیاری از موارد حرف‌ها و دلایلی که مشتریان می‌آورند منطقی نیست، اما شما باید به صحبت‌های آن‌ها گوش داده و از آن‌ها استقبال کنید.

مطمئن باشید سیستم شما هرچقدر هم خوب باشد، باز هم عده‌ای درباره‌ی آن شکایت می‌کنند. در این شرایط، لازم است که شما لحن صدای خود را حفط کنید و برخورد خوبی با مشتری داشته باشید.

۲۶- از مشتریان تشکر کنید

مشتریانی که جزئیات مشکلی را به تیم پشتیبانی گزارش می‌دهند، بهترین کسانی هستند که کیفیت محصول یا خدمات شما را ارزیابی می‌کنند. بیشتر مشتریان پس از استفاده از یک محصول، نظر خود را بیان نمی‌کنند و تلاش میکنند خود را با شرایط جدید وفق دهند. بنابراین، اگر مشتری به شما بازخورد داد، حتماً از او تشکر کنید.

برای مثال بگویید:

ممنون از اینکه نظر خود را با ما در میان گذاشتید.

یا

سپاسگزاریم که این مشکل را به ما یادآوری کردید.

گاهی اوقات، مشتریان، خودشان کمک می‌کنند تا مشکل یک برند برطرف شود. در چنین شرایطی از آن‌ها تشکر کنید.

۲۷- مشتری باید روی حمایت شما حساب باز کند

زمانی که می‌خواهید مشکل مشتری را به بخش دیگری ارجاع دهید، به آن‌ها بگویید که اگر به آن بخش متصل نشدند موضوع را به شما اطلاع دهند. به آن‌ها نشان دهید که برایتان مهم هستند و اگر بخش دیگر نتوانست مشکلشان را حل کند، شما به آن رسیدگی خواهید کرد.

گاهی اوقات، بخش‌های دیگر سازمان فراموش می‌کنند که به مشکل مشتری رسیدگی کنند. اگر شما به مشتری اطمینان خاطر داده باشید، هیچ بازخورد منفی دریافت نخواهید کرد.

۲۸- اخبار بد را ساندویچ کنید!

گاهی اوقات ممکن است تیم پشتیبانی نتواند انتظارات کاربر را به طور کامل برآورده کند. در این شرایط، بهترین راه حل این است که خبر بد را میان ۲ خبر امیدوارکننده به مشتری بدهید(یا اصطلاحا خبر بد را میان خبرهای خوب ساندویچ کنید) برای مثال به آن‌ها بگویید:

این ایده‌ای که شما دارید خیلی خوبه! متاسفانه به دلایل (هر دلیلی!) در حال حاضر قادر به انجام این کار نیستیم، اما هر تغییری که در سیستم به وجود آمد، حتماً شما را مطلع خواهیم کرد!

یا اینکه به آن‌ها بگویید:

اینکه Bug سیستم ما رو پیدا کردید، نشون میده که فرد با دقتی هستید! احتمالاً برطرف کردن این مشکل کمی زمان‌بر باشه. منتظر گزارش‌های دیگر کاربران هستیم و اگر تغییری ایجاد شد، حتماً شما رو مطلع می‌کنیم.

هیچ وقت روی کلمه نه، توقف نکنید. در عوض سعی کنید به آن‌ها توضیح دهید که چرا نمی‌توانید مشکلشان را برطرف کنید یا استفاده از قسمت یا قابلیت دیگری را به آن‌ها پیشنهاد دهید.

۲۹- نفس عمیق بکشید

زمانی که احساس کردید در شرایط روحی خوبی نیستید یا نمی‌توانید مشکل مشتری را برطرف کنید، چند نفس عمیق بکشید و پاسخ خود را قبل از ارسال چندین بار بررسی کنید.

مهم نیست که آن‌ها چه برخوردی داشته‌اند، وظیفه شما این است که بهره‌وری مکالمه را بالا برده و مشکل مشتری را حل کنید.‌ بنابراین، احساسات شخصی خود را در پاسخ مشتری لحاظ نکنید. ممکن است مشتری به شما توهین کند، اما اگر حاضر نیستید این لغات را در مکالمه با دوستان خود به کار ببرید، آن‌ها را در ارتباط با مشتری نیز بیان نکنید.

اگر در این شرایط باز هم شک داشتید می‌توانید از همکاران خود کمک بگیرید. از آن‌ها بخواهید پاسخ شما را خوانده و نظرشان را بیان کنند.

۳۰- بگذارید مشتریان بدانند شما وکیل مدافعشان هستید!

در مکالمات خود طوری برخورد کنید که مشتری احساس کند شما طرفدار آن‌ها هستید. به جای اینکه علت بروز مشکل را توضیح دهید، روی راه حل تمرکز کنید. به جای آنکه هزاران بار کاری که برایشان انجام داده‌اید را توضیح دهید، بهتر است مشکل را از طریق زیر برطرف کنید:

بگویید چه کاری برای رفع مشکل آن‌ها انجام داده‌اید.

چه کاری در آینده می‌خواهید انجام دهید.

چگونه از آن‌ها حمایت خواهید کرد تا به نتایج دلخواهشان برسند.

اگر کلافه هستند، با آن‌ها ابراز همدردی کنید.

جمله‌ی "من نمی‌توانم مشکل شما را برطرف کنم" مثال خوبی در این زمینه است. شاید این جمله صحیح باشد، اما اگر آن را بدون مقدمه بیان کنید ممکن است مشتری اینطور برداشت کند که به مشکل او اهمیت نمی‌دهید یا می‌خواهید او را مقصر بدانید. اگر روند کار را به مشتری توضیح دهید (حتی اگر در آخر مشکل او را برطرف نکنید)، مشتری اینگونه برداشت می‌کند که شما تمام تلاش خود را کرده‌اید.

31- بر روی نتیجه تمرکز کنید، نه ابزارها!

بهترین راه‌حلی که شما ارائه می‌کنید، همیشه آن راه‌حلی نیست که مشتری انتظارش را داشته است. اگر در برخورد با مشتری مشکل و هدفشان را درک کنید، مطمئناً به راهکاری دست می‌یابید که او هیچ تصوری از آن ندارد.

گاهی اوقات با کمی صحبت با مشتری در می‌یابید که آنچه او می‌خواهد، دقیقاً همان‌چیزی است که بخش دیگری از شرکت شما ارائه می‌کند! و خب، چرا آن محصول را بهشان معرفی نکنید؟ زمانی که بدانید هدف اصلی‌شان چیست می‌توانید به آن‌ها توضیح دهید که ممکن است مشکل‌شان در آن واحد برطرف نشود، اما با کمی اعمال تغییرات در روند کاری خود می‌توانند به آن چیزی که می‌خواهند دست پیدا کنند.

مشتریان معمولاً به نتیجه کار اهمیت می‌دهند، نه ابزار رسیدن به آن! اگر بدانید مشتری دقیقاً به دنبال چه چیزی است، ممکن است راهکار شما آنقدر هم که تصور می‌کنید بد نباشد.

32- آنچه قرار است در مرحله‌ی بعد اتفاق بیافتد را توضیح دهید

زمانی که نمی‌توانید خواسته مشتری را در لحظه براورده کنید، باز هم می‌توانید به او چیزی بدهید. این "چیز" می‌تواند گوش دادن به صحبت‌های مشتری باشد:

متاسفم. در حال حاضر نمی‌توانیم این کار را انجام دهیم، اما من خواسته‌ی شما را با تیم تولید در میان می‌گذارم! آن‌ها خواسته شما را بررسی می‌کنند و اگر مشکلی برای انجام دادن آن وجود نداشته باشد، حتماً به آن رسیدگی می‌کنند.

در این شرایط، به عنوان یک مشتری، خیالتان راحت است که درخواست شما در خلاء ناپدید نمی‌شود. در این جا متوجه می‌شوید که روند خاصی برای مدیریت درخواست‌ها وجود دارد و درخواست شما جدی گرفته می‌شود.

33- همیشه صداقت بهترین سیاست است!

همیشه بهتر است که به مشتری نه بگویید، تا اینکه بخواهید وقت او را با جمله "اجازه بدهید درخواستتان را با تیم فنی مطرح کنم" بگیرید. اگر واقعاً جواب سوال مشتری منفی است، بهتر است آن را بگویید.

شاید باور نکنید، اما مردم به راحتی بی‌صداقتی را تشخیص می‌دهند. بنابراین، اگر تصور می‌کنید مشکل مشتری آنگونه که می‌خواهد حل نمی‌شود، کاری نکنید تصور کند این امکان وجود دارد. بی‌صداقتی شاید در مدت کوتاهی نتیجه‌بخش باشد، اما بالاخره گریبان‌تان را خواهد گرفت.

34- صدای مشتری را بشنوید

یکی دیگر از نکاتی که در رابطه با مشتریان باید بدانید، این است که به آن‌ها نشان دهید که ایده‌ها و صحبت‌هایشان را جدی می‌گیرید. بیشتر مواقع، مردم فقط دوست دارند بدانند که شما صدایشان را می‌شنوید. رعایت نکات جزئی مانند به کار بردن نام مشتری در گفتگو و استفاده از عباراتی نظیر "متوجه هستم" یا "درک می‌کنم چرا به این قابلیت نیاز دارید" می‌تواند تاثیرگذار باشد.

از مشتریان بابت اینکه با شما تماس گرفته‌اند تشکر کنید. مشکلاتشان هرچه باشد، آنقدر برایشان مهم بوده که وقت خود را صرف تماس با شما کرده‌اند. از این بابت از مشتری تشکر کنید.

مشتریان عصبانی نیز به اندازه دیگران مشتاق شنیده شدن و همدردی هستند. اگر مجبورید درخواستشان را رد کنید، سعی کنید با همدردی با آن‌ها برخورد کنید و راهکاری جایگزین را به ایشان معرفی کنید. این کار، بار منفی صحبت‌های شما را کم می‌کند.

35- راهکارهای جایگزین را پیشنهاد دهید (مربوط به تیم فروش)

مطمئناً شما می‌خواهید مشتریان از اینکه از خدمات شما استفاده می‌کنند خوشحال باشند و قطعاً به مشتریانی راضی اکتفا نمی‌کنید. اگر نمی‌توانید درخواستشان را محقق کنید، این فرصت را دارید که با ارائه راهکارهای جایگزین، نیّت خوب خود را نشان دهید. در برخی اوقات حتی می‌توانید رقبای خود را به مشتریان معرفی کنید.

برای مثال شرکت Zappos زمانی که محصولی در انبارشان موجود نیست، رقبایشان را به مشتریان معرفی می‌کنند. تونی شیه، مدیرعامل شرکت Zappos، معتقد است:

درست است ما فروش یک محصول را از دست می‌دهیم، اما این کار در طولانی مدت به نفع Zappos است زیرا مشتریان از این راهنمایی قدردانی می‌کنند و جریان را برای دوستان‌شان تعریف خواهند کرد.

همین موضوع باعث به وجود آمدن یک بازاریابی دهان به دهان می‌شود و در طولانی مدت، مشتریان بسیاری را به سمت شما می‌کشاند.

36- دلیل بروز مشکل را توضیح دهید

زمانی که مشتریان بدانند "چرا" این مشکل برایشان اتفاق افتاده است، راحت‌تر می‌توانند آن را فراموش کنند. برای مثال، فرض کنید یک کاربر از شما بخواهد گذرواژه کاربر دیگری را تغییر دهید. در این شرایط به نه گفتن اکتفا نکنید؛ سعی کنید دلیل این تغییر ندادن را به او توضیح دهید.

ممکن است پاسخ شما، آن چیزی نباشد که مشتری می‌خواهد بشنود. با این حال اگر به خوبی دلایل را به او توضیح دهید، محقق نشدن درخواستشان را فراموش خواهند کرد.

37- در برابر انرژی منفی مشتری مقاومت کنید

اینجا جایی است که "بازتاب" رفتار مشتری جواب نخواهد داد. حتی اگر مشتری بدون منطق صحبت می‌کند، باز هم شما باید معذرت خواهی کرده و از آنها بپرسید چگونه می‌توانید مشکل او را رفع کنید.

بیان کردن عبارت "ما متاسفیم که با چنین مشکلی روبرو شده‌اید"مانند ریختن بنزین در آتش است و فقط خشم مشتری را برمی‌انگیزد. این جمله به خودی خود مشکلی ندارد، اما به دلیل لحنی که به همراه دارد (حتی اگر واقعاً بخواهید مشکل را برطرف کنید) هیچ ارزشی برای مشتری نخواهد داشت.

زمانی که در چنین شرایطی قرار گرفتید، سعی کنید دوستانه و حرفه‌ای برخورد کنید. مکالمه را در یک نقطه نگه ندارید، سعی کنید آن را به سمت حل مشکل پیش ببرید.

38- مشتری را بدون ارائه توضیحات به همکار خود انتقال ندهید

انتقال مشتری به همکاران باید با احتیاط انجام شود. به مشتری توضیح دهید که چرا در حال انتقال او به یک پشتیبان دیگر هستید. انتقال از یک پشتیبان به پشتیبان دیگر برای هیچ کاربری خوشایند نیست. برای انجام این انتقال شما دو راه دارید:

برای انجام این کار شما رو به همکارم وصل می‌کنم.

من شما را به همکارم فضلی متصل می‌کنم. فضلی سال هاست خطاهای آفیس را بررسی و رفع می کند و شما را به خوبی راهنمایی می‌کند.

اگر شما به مشتری توضیح ندهید، او متوجه قصد خیر شما برای این انتقال نخواهد شد. حتی ممکن است تصور کند که قصد دارید او را از سر خود باز کنید.

39- به درخواست مشتری سریع رسیدگی کنید (مربوط به واحد فروش)

اگر یک مشتری می‌خواهد اکانت خود را ببندد، سریع این کار را انجام دهید. زمانی که مشتری دیگر نمی‌خواهد با شما همکاری کند، هیچ چیز مانند معطلی اعصاب او را به هم نمی‌ریزد.

بازگرداندن مشتریان با ارائه خدمات منحصربه‌فرد به آن‌ها امری ضروری است، اما زمانی که آن‌ها قصد دارند دیگر از خدمات شما استفاده نکنند بهتر است اجازه دهید این کار را با احترام انجام دهند. از آن‌ها بخواهید دلیل خودشان برای استفاده نکردن از خدماتتان را توضیح دهند. اگر این امکان وجود دارد که مشکل آن‌ها را برطرف کنید، این کار را انجام دهید. اگر راه‌حلی وجود ندارد، بهتر است نتیجه را بپذیرید.

جدا شدن مشتریان از شما همیشه هم بد نیست، اما اگر مشتریان باعذاب و زحمت از مجموعه شما جدا شوند، هیچ‌وقت نزد شما باز نخواهند گشت.

40- در زمان به خطر افتادن امنیت، جدی باشید

طبیعت تیم پشتیبانی در کمک به دیگران می‌تواند در برخی مواقع دردسرساز باشد. اگر محصول شما به دلایل امنیتی سطوح دسترسی مختلفی را به کاربران ارائه می‌کند، احتمالاً با درخواست‌های بسیاری مبنی بر تغییر سطح دسترسی کاربری از سوی کاربران مواجه می‌شوید.

خب، در این شرایط شما قصد دارید که در لحظه به کاربر کمک کنید، اما برای این کار نیاز به تایید مدیر سیستم (در سایت مشتری) دارید. در این هنگام، باید به تماس گیرنده اطلاع دهید که بررسی درخواستشان نیاز به تامل و صبر دارد، ایشان را پشت خط نگهدارید و با مدیر سیستم تماس بگیرید و تایید ایشان را جلب و در نت کیس خود ثبت نمایید . در صورت امکان ابتدا از طریق ایمیل یا به روش مکتوب دیگر تایید را اخذ و تغییرات را اعمال کنید.

البته این امکان وجود دارد که شما با جملاتی مانند "من دسترسی به ایمیل ندارم / تغییرات را اعمال کنید نیاز به تایید من نیست / فردی که درخواست کرده از مدیران سازمان است" روبرو شوید. همیشه دلیل کودکانه‌ای برای عدم ارسال درخواست مکتوب وجود دارد. در چنین شرایطی، بهتر است مدیر سیستم را از قوانین و مقررات شرکت خود آگاه کنید و به ایشان اطلاع دهید طبق قوانین شرکت در صورت عدم ارسال تاییدیه مکتوب، ایشان مقصر عدم ارائه پشتیبانی مناسب هستند. به این ترتیب، آن‌ها متوجه می‌شوند که شما لجبازی نمی‌کنید، بلکه دارید وظیفه خود را انجام می‌دهید.

مطمئناً همه‌ی مردم نمی‌توانند این موضوع را هضم کنند، اما در هر صورت شما باید وظیفه خود را انجام دهید.

41- مسئولیت خود را به دیگران واگذار نکنید

اگر خرابکاری کردید، مکالمه‌ی خود را به صورت متنی با سوپروایزر یا سرپرست بخش خود در میان بگذارید. همه مرتکب اشتباه می‌شوند. لزومی ندارد برای هر موردی، مشتری را به مدیریت یا سوپروایزر خود وصل کنید.

با این حال اگر مشتری تقاضا کرد که با مدیریت مجموعه صحبت کند، بهتر است با اعتماد به نفس و با مهربانی به مشتری پاسخ دهید:

متاسفانه باید عرض کنم که سوپروایزر بنده هم دقیقاً همین موارد را به شما خواهد گفت اما به درخواست شما این کار را خواهم کرد.

حتی گاهی اوقات می‌توانید مکالمه را به یک همکار واگذار کنید تا منظور شما را با جملات دیگری به مشتری برساند:

متاسفانه حق با همکارم هست. ما در حال حاضر نمی‌تونیم چنین کاری را انجام دهیم. متاسفم.

در بیشتر اوقات، نظر فرد سوم می‌تواند مشتری را قانع کند.

42- اجازه ندهید از شما سوءاستفاده کنند (مربوط به تیم مدیریت)

اگر کاربر یا مشتری قصد سوءاستفاده و آزار رساندن به یکی از اعضای تیم را دارد، به سرعت ارتباط او را قطع کنید. اعضای تیم شما باید در آرامش باشند و احساس کنند که رهبر تیم، هوایشان را دارد.

پاسخ شما به مشتری باید به لحن بد آن‌ها اشاره کند و به آن‌ها بگوید اگر قرار است کاری برایشان انجام شود، این عمل نیازمند احترام دوجانبه است. در بیشتر موارد، همین گوشزد کردن ساده می‌تواند وضعیت را آرام کند. با این حال، اگر مشتری به هتاکی و بی‌احترامی اصرار کرد، شما این حق را دارید تا ارتباط خود را قطع کنید و حتی با اجازه مدیریت شرکت یک بازه زمانی به این فرد پاسخگو نباشید .

در این شرایط، معمولاً نمی‌توان راهکار دقیقی برای مشتری به دست آورد. همچنین، اگر بتوانید شرایط را به خوبی مدیریت کنید، باز هم برخی از مشتریان به راحتی قانع نمی‌شوند. با این حال، اجازه ندهید هیچ چیز مانع رفتار حرفه‌ای شما شود.



بخش سوم

خشنود کردن مشتریان

43- با پرسیدن چند سوال هدف اصلی کاربران را متوجه شوید

گاهی اوقات، مشتریان از شما یک دریا می‌خواهند، اما آنچه که نیاز دارند فقط چند قطره است!

همیشه اصل انجام کارها را به خاطر داشته باشید: زمانی که یک مشتری به دنبال یک راهکار خاص هست، بهتر است کمی زمان بگذارید تا بفهمید که دقیقاً دنبال چه چیزی است.

این کار نه تنها به شما کمک می‌کند به نوعی بر روی مشتریان خود مطالعه داشته باشید و موقعیت‌های مختلف را شناسایی کنید، بلکه به شما کمک می‌کند تا با دریافت اطلاعات از کاربران رابطه خوبی را با او برقرار کنید. اعتمادی که بین شما شکل می‌گیرد، مشتریان را به فکر استفاده از راهکارهایی می‌اندازد که تا به حال امتحان نکرده‌اند (حتی اگر مجبور شوند روند کاری خود را تغییر دهند). اگر این برخورد با مشتری بتواند آن‌ها را متقاعد کند تا روند کاری خود را کمی تغییر دهند، اتفاق بسیار خوشحال کننده‌ای است.

44- با استفاده از ایموجی و Gif باعث خوشحالی مشتری شوید (با رعایت ضوابط اداری)

آیا تصور می‌کنید اگر کمی با مشتری راحت باشید و به اصطلاح جنبه‌ی Fun گفتگویتان را کمی بیشتر کنید، کارتان غیرحرفه‌ای است؟ خب، تصورتان اشتباه است! تحقیقات AllAcademic نشان می‌دهد که متخصصانی که در پشتیبانی متنی خود از ایموجی و شکلک استفاده می‌کنند، از نظر مردم رفتارشان "دوستانه و صمیمی" تلقی می‌شود.

از آنجایی که لحن گفتگو در متون مشخص نیست، استفاده از علائم نگارشی، ایموجی‌ها و حتی Gifها روش بسیار خوبی برای درست بیان کردن صحبت‌ها با مشتریان است. در ارتباطات متنی، استفاده از این علائم می‌تواند لحن صحبت‌های شما به مشتری منتقل شود.

به یاد داشته باشید که لحن خود را متناسب با لحن مشتری تنظیم کنید. اگر مشتری پیغام "سلام به گامی ها!" را برای شما ارسال کرد، نشان‌دهنده‌ی این است که می‌توانید با او گفتگوی صمیمانه‌ای داشته باشید.

45- مشکلاتی که مسئولشان نیستید را برطرف کنید

فشارهایی که از مواضع بالا به شما وارد می‌شود (در کنترل شما نیست)، سامانه CRM شما دچار مشکل شده است، بخش IT شرکتتان به‌روزرسانی مربوط به اینترنت اکسپلورر را انجام نداده است و ... . همه‌ی این موقعیت‌ها می‌تواند ارائه خدمات توسط شما یا ایجاد ارتباط با شما را بیش از پیش دشوار کند.

با این حال شما نمی‌توانید دستانتان را به نشانه‌ی تسلیم بالا بگیرید و دیگرن را مقصر بدانید. اگر نتوانید مشکلات را برطرف کنید، نمی‌توانید انتظار بازخورد خوب از مردم داشته باشید. گاهی اوقات مجبورید مسئولیت مشکلاتی که مقصرشان نیستید را بپذیرید. این مسئولیت شماست که به مشتری کمک کنید، حتی اگر مشکل از ابزار در کنترل شما نیست.

این امر به این معناست که باید با ابزارهای دیگر کار کنید یا به مشتریان بیشتر از دیگر مواقع توضیحات دهید. حداقل می‌توانید به سوالاتشان پاسخی کوتاه دهید و سپس ارائه پاسخ کاملتر به آن‌ها را به زمان دیگری انتقال دهید. مشتری شما به دنبال مقصر نیستند، تنها می‌خواهند که مشکل‌شان رفع شود.

46- با دانستن جزئیات شخصی مشتریان با آن‌ها ارتباط برقرار کنید

گاهی اوقات ممکن است که مشکل مشتری، سوال متداول و تکراری دیگران باشد. پیش از آنکه با یک جواب کوتاه و خلاصه به مکالمه خود پایان دهید، دوباره فکر کنید. سعی کنید از این فرصت استفاده کرده و ارتباط دوستانه‌ای با مشتری خود برقرار کنید.

جیسون فراید، مدیرعامل شرکت Basecamp می‌گوید که به کسب‌و‌کارهای غیراینترنتی حسادت می‌کند چرا که آن‌ها این فرصت را دارند تا به صورت رو در رو با مشتری برخورد کنند.

تیم پشتیبانی فرصت آنچنانی برای برقراری ارتباط با مشتری از طریق تلفن، ایمیل یا تیکت را ندارد. بنابراین، زمانی که فرصت این کار به وجود می‌آید آن را غنیمت شمارید! بنابراین اگر اطلاعات شخصی و جزئی را از مشتری به دست می‌آورید، سعی کنید از آن برای برقراری رابطه‌ای دوستانه استفاده کنید. برای مثال :

مشتری به شما می گوید تا ساعت 14:00 بیشتر در سازمان نخواهد ماند. اگر مطمئن هستید ساعت کاری آن سازمان ساعت 16:00 است از او بپرسید " من فکر می کردم ساعت کاری شما تا ساعت 16:00 است" . اکثرا در این مواقع مخاطب پس از تایید حرف شما دلیل عدم حضور خودرا می گوید . به طور مثال می گوید امشب تولد فرزندش است و می خواهد زودتر برود. از همین اطلاعات استفاده کنید و با تبریک گفتن تولد فرزندشان و تعریف و تمجید از متولدین این ماه حس مخاطب را نسبت به خودتان رو به مثبت بالا ببرید. این فعالیت شما باعث می شود در زمانی که نیاز به رفع مشکل جدی یا آرامبخشی زیادی به واسطه مشکلات مشتری وجود دارد شما از پیش مسکن آن را فراهم کرده باشید.

47- در جهان واقعی از مشتریان تشکر کنید (مربوط به تیم مدیریت و فروش)

اکنون زمان آن است که با مشتریان در جهان واقعی در ارتباط باشید. برای این کار می‌توانید یک نامه یا یادداشت سپاسگزاری برایشان ارسال کنید.

چه کاری بیشتر از نوشتن 5 دقیقه‌ای یک نامه می‌تواند بازگشت سرمایه خوبی را برایتان به ارمغان آورد؟ مطمئناً نمی‌توانید برای هر مشتری یک نامه دستی بنویسید، اما اگر یک کار وجود داشته باشد که نباید پشت گوش انداخته شود، همین تشکر از مشتریان است.

سخن نهایی

فراموش نکنید که مشتری‌ها در هر شرایطی دوست دارند پاسخ مشکلات خود را از زبان یک انسان بشنوند. بنابراین، خوب به صحبت‌های آن‌ها گوش داده و با آن‌ها همدردی کنید.

اگر نمی‌توانید پاسخ مشتری را بدهید هیچ اشکالی ندارد که تماس را به بخش دیگری ارجاع دهید. همچنین تمام مراحل حل مشکل را برای آن‌ها توضیح دهید و آن‌ها را در جریان امور قرار دهید. گاهی اوقات یک شرکت نمی‌تواند مشکل مشتری را به هیچ‌وجه برطرف کند. در چنین شرایطی، بهترین کار این است که سرویس دیگری به مشتری پیشنهاد داده شود.

اگر برخی مشتری‌ها خودشان برای رفع مشکلی اقدام کردند، از آن‌ها تشکر کنید. هیچ چیز، بیشتر از یک پشتیبانی خوب نمی‌تواند برای شرکت شما تبلیغ کرده و باعث رضایت خاطر مشتری‌ها شود.

به خاطر داشته باشید که هیچ چیز بیشتر از شفافیت و انسانیت نمی‌تواند در موفقیت شما موثر باشد. همیشه اولویت خود را بر اساس این دو معیار تنظیم کنید.

وقتی که بین انتخاب انجام سریع کار و رفتار انسانی مردد هستید، رفتار انسانی را انتخاب کنید. وقتی بین انتخاب یک قرارداد بزرگ و رفتار انسانی مردد بودید، رفتار انسانی را انتخاب کنید. در برخورد با مشتری طوری رفتار کنید که دوست دارید با شما رفتار شود!

منبع :

https://www.helpscout.net/talking-to-customers/