

## 10 tipp a sikeres vevőszolgálathoz

**Milyen szerepet játszik a vevőszolgálat egy vállalkozás sikerében vagy bukásában? Lehetséges, hogy ez a tényező válik adott esetben az üzleti siker vagy bukás elsődleges faktorává. Talán nem szükséges magyarázni, hogy az elégedett vevőkör mennyire fontos háttérrel jelenthet egy üzleti vállalkozás számára, amennyiben a fogyasztók hírére viszik a cég szolgáltatásainak barátai, kollégái, ismerősei körében. Ezen egyszerű tényből eredően fontos kiválóan működő vevőszolgálat révén fenntartani a jó kapcsolatot meglévő vevőinkkel, akiben már kialakult a cégünk és termékeink iránti lojalitás. Más részről azonban azt is át kell gondolni, hogy mik lehetnek a korábban stabilnak gondolt vevőink távozása mögött meghúzódó, lehetséges okok. Vannak olyan esetek, amikor könnyű választ kapnunk ez utóbbi kérdésre, ám sokszor kevésbé egyértelműek a távozást kiváltó tényezők. Az azonban minden esetben fontos, hogy tanuljunk a korábbi tapasztalatokból, és persze ne kövessük el újra és újra ugyanazokat a hibákat.**

Nézzük a dolgokat erről az oldalról: Sokkal olcsóbb a már meglévő vevők megtartása, mint újak toborzása, s azt a tényt sem hagyhatjuk figyelmen kívül, hogy éppen a lojális vásárlóink segíthetik leginkább az új üzletek megszerzését. Ennek megfelelően a vevőkre való odafigyelés elsődleges prioritás kell, hogy legyen munkánk során. Ha egyszer a vevő elveszti a bizalmát vállalkozásunk irányában, onnantól nagyon nehéz visszakapaszkodni, s újból hitelessé válni a szemében. Ezen alapgondolathoz kapcsoljunk most hozzá néhány alapvető, ám mégis igen fontos tippet:

1. Mindig szólítsuk a vásárlót a teljes nevén. Törekedjünk arra, hogy ha telefonon vagy e-mailben érintkezünk a vevőnkkel, használjuk bizonyos pontokon és alkalmakkor mindenképpen a teljes nevét. A névhasználatból a vevő fontos következtetéseket vonhat le arra vonatkozóan, hogy mennyire figyelünk oda személyére, s mennyire érdekel a mondandója.
2. Legyünk udvariasak és barátságosak. Mindig ügyeljünk arra, hogy megfelelő hangnemben és szavainkat jól megválogatva beszéljünk a vevővel. Ha a mondandónk és a hangnemünk nincs összhangban, hiteltelenné válunk, s ez sokba kerülhet.
3. Sose veszekedjünk a vásárlóinkkal. Semmi értelme parázs vitákba bocsátkoznunk a vevőkkel, ha egyszer ez elkerülhető lenne. Minden esetben fontos, hogy közbevágások nélkül, valóban odafigyelve hallgassuk végig a vevőt, akkor is, ha úgy gondoljuk, hogy téved. Bizonyos helyzetekben sokkal jobban járunk, ha elengedjük a problémát annak érdekében, hogy megőrizzük a vásárlóinkat. Ha a vevő arcába vágjuk, hogy téved, akkor sokkal többet veszíthetünk, mint ez az egyetlen vásárló: a negatív szájreklám gyorsan terjed, ami a jövőre is kiható veszteségekkel és a potenciális vevők elriasztásával jár.
4. Oszlassuk el a haragot, s ajánljunk megoldásokat. Minden vitás helyzetben kérjünk bocsánatot, vagy fejezzük ki sajnálatunkat a vevőt ért kellemetlenségek miatt, s azonnal ajánljuk fel a segítségünket a problémák megoldásában. Soha ne arra helyezzük a hangsúlyt, hogy mi az, amit *nem* tehetünk meg. Mindig legyünk

azonban őszinték, s legfőképpen ne tegyünk olyan ígéretet, amelyet képtelenek vagyunk teljesíteni.

5. Győződjünk meg róla, hogy valóban megvan a megoldás. Mielőtt befejezzük a beszélgetést a vevővel, mindig győződjünk meg róla, hogy ténylegesen sikerült megtalálni a megoldást, s azt illetően teljes az egyetértés a vásárlóval. Amennyiben szükséges, mindenképpen érdemes venni a fáradságot, s a későbbiekben ismét felvenni a kapcsolatot a vevővel, hogy megtudjuk, a megoldási javaslatunk valóban működőképesnek bizonyult-e, s elégedett-e ügyfelünk a fejleményekkel. Az egyes vevőinkhez kapcsolható kérdéseket, problémákat és megoldásokat érdemes írásos dokumentum formájában is rögzítenünk. Ily módon, ha a későbbiekben ugyanazon problémák újból felbukkannak, gyorsabban tudunk reagálni, és sokkal több támpontunk lesz a megoldáshoz.

6. Sose „jojózzunk” a vevőinkkel. Nem veszi ki jól magát, ha vásárlóinkat egyik helyről a másikra küldözgetjük megoldásra váró kérdéseivel. Sokkal hatékonyabb, ha a vevő problémáját mi magunk kísérjük végig, mivel így nem kell azzal fárasztania magát, hogy sorra mindenkinek elmondja ugyanazt a problémát. A probléma gyors megoldására kell törekednünk, oly módon, hogy az a lehető legkevesebb kényelmetlenséggel járjon a vásárló számára. Amennyiben úgy érezzük, hogy nem tudunk segíteni a vevőnek, akár mert nincs meg a megfelelő kompetenciánk a kérdés kezeléséhez, akár mert konfliktus alakult ki, forduljunk egy kollégánkhoz, miközben mindenképpen sugalljuk azt, hogy erre azért van szükség, mert feltétlen megoldást szeretnénk találni a vevő gondjaira, méghozzá a lehető legrövidebb időn belül, s úgy gondoljuk, hogy ebben a kollégánk hathatósabb segítséget nyújthat. Ebben az esetben sem hagyhatjuk magára a vevőt, mivel a mi feladatunk elmagyarázni kollégánk számára a probléma lényegét, hogy a vevőnek ne kelljen mindent elismételnie. Amennyiben sikerül gyors és higgadt megoldást találnunk, az eset nem csorbítja „szolgáltatói hírünket”, sőt, éppen ellenkezőleg.

7. Minden kollégának teljes körű tudással kell rendelkeznie a termékekről és szolgáltatásokról. Nagy lépést tehetünk a megfelelő vevőszolgálat kialakításához, ha megbizonyosodunk róla, hogy minden alkalmazottunk megfelelő szintű tudással rendelkezik-e a termékeket és szolgáltatásokat illetően. Minél tájékozottabbak a vevőszolgálati munkatársak, annál kifinomultabbá válik a vállalkozás tevékenysége. Így aztán a termékeket és szolgáltatásokat érintő kérdéseket minden szempontból ismerniük kell, hogy ne kaphassanak "fogós kérdést", ugyanis egy ilyen helyzet könnyen keltheti azt a látszatot, hogy a vevőszolgálatos munkatársak képtelenek, tudatlanok, vagy érdektelenek.

8. Könnyen el tud minket érni a vevő? Semmi sem rosszabb annál, mint amikor azt mondja a vevő: "Mintegy 25 percembe került, hogy a weboldalukon kibogarásszam a vevőszolgálat telefonszámát". Az ilyen helyzeteket elkerülendő, megfelelő számú, működő elérhetőséget (telefon, e-mail, elérési útvonal) szükséges biztosítanunk, méghozzá jól látható, a figyelmet vonzó módon.

9. Mindig sugározzuk azt, hogy szeretjük a munkánkat. Mindenképpen azt kell látnia a vevőnek, hogy élvezzük a munkánkat, s hogy szívesen állunk a rendelkezésére. Ha folyton bosszúsnak hangzunk, vagy idegesen viselkedünk, el kell gondolkodnunk azon, hogy valóban nekünk való-e ez a munkakör...

10. Minden hívást vagy e-mailt zárjunk "köszönöm"-mel. Minden levelet, telefonhívást vagy e-mailt zárjunk "köszönöm"-mel, hogy ily módon is kifejezzük tiszteletünket a másik fél iránt.

Ha mindezt átgondoljuk, egyértelművé válik, milyen nagy szerepet játszik a vevőszolgálat abban, hogy termékeink vagy szolgáltatásaink sokkal vonzóbbak és értékesebbek legyenek a fogyasztó számára. Amennyiben megfelelő hangsúlyt fektetünk vevőszolgálatunk színvonalára, az rendkívüli mértékben növeli marketingtevékenységünk hatékonyságát. Üzleti szempontból is egyértelmű, hogy megtérül mindaz a fáradság és munka, amely azzal jár, hogy minden egyes vásárlói kérést, kérdést és problémát megfelelő odafigyeléssel, ügyfélközpontúan kezelünk. Amennyiben a viselkedésünk azt sugározza, hogy megbecsüljük a vevőt, az egyúttal azt az üzenetet is közvetíti, hogy hasonló módon értékeljük az általunk nyújtott termékeket vagy szolgáltatásokat is. Egyszóval jobb, ha odafigyelünk a már meglévő vásárlókra, és magas színvonalú vevőszolgálattal járulunk hozzá a kényelmükhöz, mivel ez a hozzáállás elengedhetetlen az üzleti sikerhez.

*Forrás: marketinginfo*

