

## A vevőszolgálat 4 C-je

**A vevőszolgálat a híd vállalkozásunk és vásárlóink között. A szolgáltatás minősége alapján döntenek arról, hogy mi vagyunk számukra a megoldás, vagy valaki más jobbat tud kínálni. A jól működő vevőszolgálat lehetőséget nyújt számunkra, hogy biztosítsuk vevőinket: mi tudjuk az igényeiket a legjobban kielégíteni.**

Amikor vevőszolgálatunkat kialakítjuk, négy olyan terület van, amelyre különösen összpontosítanunk kell: Megbízhatóság (*Confidence*), Udvariasság (*Courtesy*), Kreativitás (*Creativity*) és Következetesség (*Consistency*), amelyeket az angol eredeti kezdőbetűi nyomán együttesen a vevőszolgálat 4 C-jének nevezünk.

**Megbízhatóság (Confidence):** Fontos, hogy vevőink megbízható válaszokat kapjanak kérdéseikre és problémáikra. Ehhez azonban felkészülnünk kell lennünk, hogy a kérdések ne érjenek váratlanul minket, s minden esetben kielégítő válaszokkal tudjunk szolgálni. Persze minden igyekezetünk ellenére is előfordulhatnak olyan esetek, amikor nincs kész válaszuk a feltett kérdésekre, ekkor azonban utána kell mennünk a megoldásnak. Ha a problémamegoldás és a kérdések megválaszolása során önbizalmat sugárzunk, az kihat a vevőre is, aki így nagyobb eséllyel fordul felénk maga is bizalommal.

**Udvariasság (Courtesy):** Talán nem kell magyaráznunk, hogy az udvariasság és az előzékenység alapvető elvárás. Minden esetben törekednünk kell az udvarias válaszadásra, akkor is, ha a kérdéseket vagy aggályokat egy elégedetlen ügyfél fogalmazza meg. A vevő úgy döntött, hogy a mi szolgáltatásunkat választja, így aztán az a minimum, hogy bármilyen kérdésére készséggel válaszolunk, akkor is, ha ez személyes vagy szakmai okokból bizonyos nehézségekbe ütközhet.

**Kreativitás (Creativity):** Lépünk ki a keretektől. Néha érdemes a megszokott eljárásoktól elszakadva kicsivel több energiát befektetni, ha ily módon lehetőségünk nyílik a vásárlók hosszú távú elégedettségének növelésére. Ha nem tudjuk a fogyasztóknak megadni azt, amit szeretnének, ajánljunk valami jobbat helyette. Találjuk meg a módját, hogy az, amit ajánlunk, működőképes legyen - nem csupán számunkra, hanem a vásárló számára is. A kreativitás megmutatja, hogy mennyire törődünk fogyasztóinkkal és igényeikkel, illetve, hogy milyen mértékben vállalunk ennek jegyében kockázatokat.

**Következetesség (Consistency):** A következetesség egyfajta stabilitást jelent, ami ahhoz vezet, hogy a vevő minden esetben a lehető legpozitívabb tapasztalatokkal gazdagodik szolgáltatásunk nyomán. Ehhez az szükségeltetik, hogy a problémák megoldása során maximális megelégedettségre törekedjünk a lehető legrövidebb idő alatt. Az előrelátó tervezés a következetesen jó megoldás kulcsa, melynek jegyében törekednünk kell vevőink lehetséges problémáinak megértésére, hogy aztán releváns válaszokkal tudjunk előállni. Ennek érdekében folyamatosan, kellő következetességgel kell felülvizsgálunk termékeinket és/vagy szolgáltatásainkat, méghozzá a fogyasztók szemszögéből, s amennyiben szükséges, nem ózdkodhatunk a fejlesztésektől és javításoktól sem.

A fogyasztói kérdések és problémák magas szintű kezelése jelentős versenyelőnyé válhat, amely kiemeli vállalkozásunkat a versenytársak közül. Mint vásárló, hányszor és hányszor érezhettük úgy, hogy felesleges köröket

futunk? Vagy hogy a cég, amellyel dolgoztunk, egyszerűen szőnyeg alá söpörte a problémánkat ahelyett, hogy megpróbálta volna megoldani? Magában nem elég, ha van vevőszolgálatunk. A magas színvonalú vevőszolgálat a kulcs ahhoz, hogy elégedettek legyenek az alkalmazottaink, megfelelő termékeink és szolgáltatásaink legyenek, s magas legyen a vevőmegtartás aránya. Amennyiben meglévő vevőink elégedettek, az további vevők érkezését is előrejelzi, megteremtve ezzel a növekedés lehetőségét vállalkozásunk számára. A magas színvonalú vevőszolgálat lévén szert tehetünk a legfontosabb „C”-re, ami a Hitelesség (Credibility).

*Forrás: marketinginfo*

