MINI WORKBOOK

OBSŁUGA REKLAMACJI

w Twojej firmie

THE WAY TO SALE

NATALIA KOŚCIUK

- +48 606 290 631
- kontakt@thewaytosale.pl
- thewaytosale.pl

Obsługa reklamacji jest integralnym elementem procesu sprzedaży i obsługi klienta w każdej firmie. Często jednak przedsiębiorstwa nie posiadają żadnej procedury ani strategii w zakresie obsługi niezadowolonych klientów i odbywa się to spontanicznie i ad hoc. W efekcie reklamacja najczęściej kończy się negatywnie i dla firmy i dla klienta i żadna ze stron nie wychodzi z tej sytuacji zadowolona.

W niniejszym workbooku przedstawiam kilka zasad i pomysłów na obsługę reklamacji tak, by był to proces nie tylko trudny ale również konstruktywny dla firmy.

SPIS TREŚCI

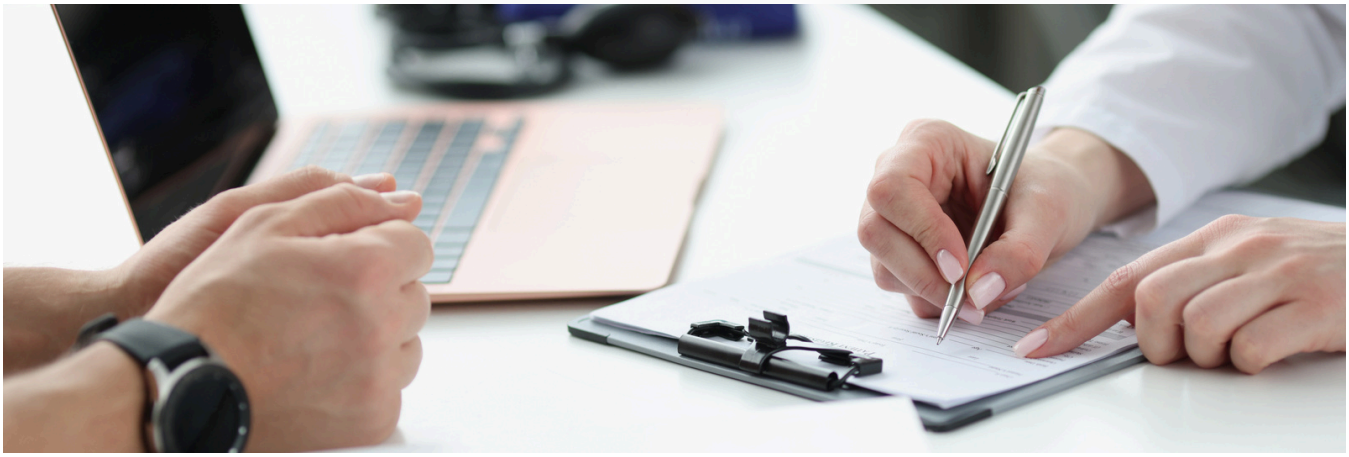
- Dlaczego reklamacja jest integralnym elementem sprzedaży i obsługi klienta? 3
- Co wynika z procesu reklamacji dla firmy? 4
- Zasada „3 x JAKI” 5
- 3 kroki w procesie reklamacji 6
- Korzyści wynikające z kontaktu z trudnymi klientami 7
- Ćwiczenie 7
- Podsumowanie 9

Dlaczego reklamacja jest integralnym elementem sprzedaży i obsługi klienta?

Proces reklamacji jest bardzo często pomijany w ogólnej strategii sprzedaży w firmie. Wynika to z kilku czynników:

- Reklamacja jest tematem trudnym i niewygodnym.
- Wychodzimy z błędnego założenia, że nam się ona nie przytrafi.
- Nie dostrzegamy w procesie reklamacji potencjału do wykorzystania.
- Nie ma komu się tym zająć.
- Panuje zasada „będziemy się martwić jak się coś zadzieje”.

Tymczasem proces reklamacji jest tak samo ważnym elementem sprzedaży i obsługi klienta jak negocjowanie, dobra oferta sprzedażowa i profesjonalna komunikacja.



Co wynika z procesu reklamacji dla firmy?

1. ***Niezadowolony klient jest dla firmy źródłem bezcennych informacji.***

Nikt nie powie nam tyle na temat naszej firmy co niezadowolony klient.

To właśnie od niego dowiemy się najwięcej o tym:

- co możemy poprawić w naszej usłudze
- co możemy poprawić w obsłudze klienta
- jak wypadamy na tle konkurencji
- jakie są nasze słabe strony w porównaniu do innych firm
- które obszary wymagają modyfikacji
- co możemy ulepszyć, usprawnić, przyśpieszyć

2. ***Reklamację należy traktować jako feedback a nie krytykę.***

Jeśli wyłączymy emocję i nie będziemy przyjmować reklamacji osobiście, tylko jako informację zwrotną, dowiemy się:

- czego szukają i potrzebują nasi klienci
- jak się zmieniają potrzeby klientów
- co się już nie sprawdza - choć wcześniej działało dobrze
- o co należałoby uzupełnić ofertę
- na co zwracają uwagę klienci

3. ***Najbardziej wymagający klienci - dobrze obsłużeni - najchętniej polecają nas kolejnym osobom.***

Pamiętajmy, że klienci wymagający, zwracający uwagę na szczegóły to najczęściej świadomi konsumenci, którzy mają określone doświadczenie i sprecyzowane oczekiwania. Jednocześnie potrafią docenić profesjonalną obsługę klienta i nie kierują się jedynie kryterium ceny. Są też lojalni i chętnie polecają dalej swoich podwykonawców - jeśli sami mogą na nich liczyć.

Zasada „3 x JAKI”

Proces reklamacji bywa trudny i frustrujący dla obu stron. Pamiętaj jednak, że najważniejsze jest aby klient wyszedł z niego usatysfakcjonowany i pozostał z Twoją firmą. Prosty sposób na wyciszenie emocji po obu stronach to zasada „3 x JAKI” czyli kierowanie rozmowy na trzy następujące pytania:

- **1. Jaki jest problem?**
- **2. Jaki jest cel klienta?**
- **3. Jakie mamy możliwości?**

Nie zawsze będzie to proste, żeby skupić uwagę klienta na poszukiwaniu rozwiązania a nie na eskalowaniu negatywnych emocji ale praktyka czyni mistrza - próbuj korzystać z tych trzech pytań i wspólnie z klientem ustalać odpowiedzi. Włącz klienta w proces szukania najoptymalniejszego rozwiązania w danej sytuacji zgodnie z możliwościami jakie realnie istnieją.

MIEJSCE NA TWOJE NOTATKI

3 kroki w procesie reklamacji

Każdy proces reklamacji powinien mieć określoną strukturę i przebieg. Tylko gdy jest to uporządkowane, jesteśmy w stanie oceniać i porównywać kolejno obsługiwane reklamacje i weryfikować progres.

Podpowiadam 3 ważne kroki, które zawsze warto wykonać podczas obsługi reklamacji:

1. Zachowaj spokój i pamiętaj:

- nie Ty jesteś problemem
- najważniejsze na początku jest wysłuchanie klienta
- nie musisz oferować rozwiązania tu i teraz

2. Ostudź emocje:

Zamiast „ Rozumiem pana frustrację.” powiedz „ Sprawdźmy dlaczego tak się stało.”

3. Przygotuj harmonogram:

- nie obiecuj niemożliwego
- pokaż kolejne kroki i czas na ich wykonanie
- wyjaśnij klientowi co dokładnie będzie się działo
- upewnij się, że klient rozumie proces i czuje się zaopiekowany

Korzyści wynikające z kontaktu z trudnymi klientami

Nastaw się pozytywnie - nic nie jest tak dobrą szkołą obsługi klienta jak bezpośredni kontakt z klientami trudnymi. Żadne szkolenie ani kurs nie da Ci tyle wiedzy i umiejętności co codzienna praca z wymagającymi konsumentami zatem nie unikaj kontaktu z nimi, tylko wyciągnij maksimum korzyści dla siebie i swojej firmy:

- **Praktykuj rozwiązywanie trudnych sytuacji w rzeczywistości.**
- **Spójrz na swój biznes „z boku" okiem klienta.**
- **Buduj zaufanie, świadomość i lojalność wobec swojej firmy.**
- **Pozyskuj informacje z rynku.**
- **Rozwijaj umiejętność słuchania, kreatywnego rozwiązywania problemów i komunikacji.**

Ćwiczenie

A teraz wykonaj krótkie ćwiczenie ! Choć poniższe reklamacje zdają się być absurdalne, są to prawdziwe wiadomości od klientów jednego z popularnych biur podróży. Poszukaj dobrych odpowiedzi dla tych klientów - porównaj swoje pomysły z pomysłami innych osób z zespołu!

1. Plaża była zbyt piaszczysta.
2. Nikt nas nie uprzedził, że do parku wodnego trzeba mieć kąpielówki.
3. Musieliśmy czekać na zewnątrz a nie było tam klimatyzacji.

MIEJSCE NA TWOJE NOTATKI

Podsumowanie

Reklamacja to trudny proces w każdej firmie ale przy odpowiednim nastawieniu i przygotowaniu, może przynieść sporo wymiernych korzyści. Nie bagatelizuj zatem tej części obsługi klienta, przygotuj się jak najlepiej do przyjmowania reklamacji i wyciągaj z każdej cenne wnioski na przyszłość. Pamiętaj, że rozżalony klient pozostawiony sam sobie to najgorsze, co możesz zrobić. Czy klient zawsze ma rację? Na pewno nie, ale ma prawo zostawić opinię w internecie a to pociąga za sobą określone konsekwencje dla Twojego biznesu. Zadbaj zatem o to, by klient miał poczucie, że Twój zespół panuje nad sytuacją i wkłada maksimum wysiłku w rozwiązanie problemu a nie unika konfrontacji.

Powodzenia!
Natalia

Skorzystaj z mojej pomocy i wesprzyj swój zespół sprzedaży i obsługi klienta w codziennej pracy !

Co mogę dla Ciebie zrobić?

- Przeanalizujemy proces sprzedaży w firmie
- Przygotuję program warsztatów/ konsultacji
- Przeprowadzę ciekawe, merytoryczne i angażujące szkolenie sprzedażowe
- Przekażę wiedzę i dodam energii do działania
- Pokażę Twojemu zespołowi jak lepiej i skuteczniej sprzedawać
- Opracujemy najlepsze standardy obsługi klienta dla Waszej firmy

A wszystko w komfortowej atmosferze bo dbam zawsze o możliwie najlepsze samopoczucie Uczestników moich szkoleń.

Kontakt:

+48 606 290 631 thewaytosale.pl kontakt@thewaytosale.pl

THE WAY TO SALE

NATALIA KOŚCIUK

Do zobaczenia na szkoleniu!