

Свидание вслепую: как понравиться новому клиенту

Новый клиент – словно девушка, что идет на свидание вслепую. Здесь и любопытство, и опасения, и готовность упорхнуть при любом неверном движении. Как не спугнуть новичка? Своими наблюдениями и опытом с [порталом HR-tv.ru](http://portal.hr-tv.ru) поделился *основатель и президент Service Quality Institute, автор книг и обучающих программ по сервису, спикер и консультант по внедрению культуры обслуживания Джон Шоул*.



Есть контакт!

Мне очень нравится знакомиться с новыми людьми и помогать им - не только потому, что это основа моего бизнеса, но и потому, что так я сам постоянно учусь. Клиенты - это просто кладезь информации. Научитесь устанавливать с ними контакт, слушать их и слышать и вы заметите, что обслуживать клиентов - и делать это хорошо - станет значительно легче.

Многие думают, что сервис - это какая-то сложная наука. На самом деле, все довольно просто и построено на здравом смысле. Сложность в том, что мало кто это делает. Дам вам несколько простых советов.

- **Проявите больше интереса к вашим клиентам - так вы сможете лучше установить с ними контакт.** Когда клиент впервые приходит в компанию, он не только незнакомец для вас, но и вы незнакомцы для него. Это своего рода свидание вслепую, во время которого обе стороны пытаются узнать друг о друге как можно больше и нащупать что-то общее. Крепкие отношения часто начинаются с дружбы. То же самое и в сервисе. Сосредоточьтесь на клиенте, покажите свою заинтересованность, дайте ему понять, что вам можно доверять и с вами стоит иметь дело.

- **Научитесь задавать вопросы,** чтобы понять потребности клиента. Только так вы сможете предложить нужное решение. Кроме того, вопросы показывают, что вам не все равно, располагают к вам клиента и помогают установить контакт. Такой подход также ставит вас в позицию эксперта, а эксперту люди склонны доверять.



- **Научитесь молчать.** Задавать вопросы хорошо, рассказывать о предлагаемых компанией решениях отлично, но не позволяйте себе превратить все общение с клиентом в исключительно ваш монолог. Дайте клиенту высказаться, слушайте внимательно и пытайтесь понять не только слова и идеи, но и чувства клиента.

- **Поставьте себя на место клиента.** Ваша задача не в том, чтобы продать товары и услуги компании, а в том, чтобы предложить клиенту решение его задачи. Вы как представитель компании являетесь помощником клиента в его деле. По-моему, это уже отличное основание для долгосрочных отношений.

- **Не распыляйтесь.** Сосредоточьтесь на клиенте. Если вы на свидании с одной девушкой, то на других же в это время не смотрите. То же самое и с клиентом. Обслуживание и ухаживание вообще имеют много общего.

- **Помните о сарафанном радио.** Люди доверяют мнению своих друзей и знакомых больше, чем рекламе. Отзывы играют огромную роль. Помните об этом каждый раз, когда вы общаетесь с клиентом. Все, сделанное и сказанное вами, может быть использовано и за, и против вас и компании.

Что такое сервис? Сервис - это искусство привлечения новых клиентов, удержания существующих клиентов и предоставления такого обслуживания, которое убедит клиентов в том, чтобы работать с вами долгие годы. Если же говорить об отношении и поведении, то **сервис - это:**



- Внимательность;
- Вежливость;
- Честность;
- Готовность помочь;
- Эффективность;
- Полезность;
- Дружелюбие;
- Знание;
- Профессионализм.

Для каждого человека сервис значит что-то свое. На самом низком уровне это означает просто удовлетворение потребности клиента. На более высоком уровне клиент получает больше, чем ожидал. Я называю это wow-сервис. Прошли те времена, когда было достаточно просто хорошего сервиса. Сегодня клиентов нужно удивлять - и удивлять постоянно.

Сервис удивителен в том плане, что его уровень нужно постоянно повышать, но делать это нужно стабильно. Если сегодня вы удивляете клиентов, а завтра у вас каждый приходит с жалобой, значит, сервис у вас плохой. Закон среднего арифметического тут не работает. Каждый контакт с клиентов должен быть на пять с плюсом.

Посмотрите на миссии компаний-лидеров. Disney: "Делать людей счастливыми". 3M: "Решать нерешенные проблемы и делать это инновационно". Заметьте, ни слова о прибыли. Устанавливайте контакт с клиентами, удивляйте их, решайте их проблемы и делайте их счастливы, и прибыль не заставит себя ждать.

При использовании материала [гиперссылка](#) на соответствующую страницу портала HR-tv.ru обязательна.

Добавлено 29 января 2016