

Težavni sogovorniki niso več problem

Pritožba je naša priložnost za popravni izpit

TEKST **Petra Ilar**

FOTO **Urban Štebljaj**

Ni dneva, da ne bi našega delovnega vsakdana »obogatil« obisk ali klic nejevoljnega, težavnega sogovornika. Prav moramo reagirati takoj, v prvem trenutku. A kako? O tem smo vprašali Natalio Ugren, direktorico podjetja Skrivnostni nakup, ki iz prve roke pozna veščine obvladovanja težavnih strank, predvsem pa v njih vidi velik potencial.

Zakaj se sploh truditi s težavnimi strankami? Ali ni bolje, da jih na hitro odpravimo in se ne obremenjujemo z njimi?

Stranke so – ne glede na to, ali so težavne ali ne – za podjetje, v katerem smo zaposleni, posledično pa tudi za nas zaposlene, najpomembnejše. So namreč edini razlog, da sploh obstajamo in delujemo. Brez strank ni podjetja in ne naših delovnih mest. Torej – stranke so tiste, ki nam plačujejo naš kredit, naše položnice, naš dopust ... Na denarju namreč nič ne piše, od katere stranke je in kako težavna je.

Če se zavedamo, da so stranke najpomembnejše, ne smemo razmišljati, da bi težavnega sogovornika samo na hitro odpravili, temveč moramo ugotoviti, zakaj je nezadovoljen, in to čim prej rešiti.

Res pa je bolje, da se osebno ne obremenjujemo z obnašanjem težavnih sogovornikov, temveč se raje posvečamo problemu, zaradi česar je posameznik sploh postal težaven. Če mu problem pomagamo rešiti, bo postal manj težaven in na koncu morda celo še prijazen. Nikoli ne vemo in zato se je vredno potruditi.

Kako lahko obrnemo komunikacijo s težavno stranko v svojo korist – če je to sploh mogoče?

Najprej moramo ločiti med pojmom reklamacija in pritožba. Kadar se ljudje pritožijo na materialni del storitve (gre po navadi za izdelke, storitve, ki jih lahko vidimo, se jih dotaknemo oziroma dokažemo, kaj je narobe z njimi), govorimo o reklamaciji. Kadarkoli je kaj narobe z izdelki, ljudje skoraj

vedno pridejo nazaj reklamirati izdelek/storitev, kjer je napaka očitna.

Ko pa se ljudje pritožijo na osebni del storitve, ki ni oprijemljiv, se ta nanaša na zaposlene. Takrat govorimo o pritožbah. Gre za neprijaznost, nestrokovnost, slabo svetovanje, dostavo z zamudo, nefleksibilnost, slabo skrb za stranke ... Na ta del storitve se praviloma pritožijo le štirje odstotki, 96 odstotkov nezadovoljnih strank pa preprosto odide drugam.

Bodimo torej veseli vsakega sogovornika, ki nas opozori na naše napake. Kadar nas stranke opozarjajo, dobimo s tem priložnost, da to popravimo. Kaže na to, da bi rade še naprej ostale naše stranke, saj so nas s tem namenom tudi opozorile, in želijo, da pomanjkljivosti odpravimo.

Pa vendarle vsi jezni sogovorniki nimajo vedno prav.

Seveda ne. Treba je ločiti upravičene in neupravičene reklamacije in pritožbe. Pri upravičenih reklamacijah, kot so skrite napake, napačno izstavljen račun, napačno obračunan popust in tako dalje, je stranka upravičeno jezna in moramo res narediti vse, kar je v naši moči, da svojo napako popravimo.

Najdejo pa se seveda tudi ljudje, ki želijo uveljaviti neupravičene reklamacije in pritožbe. Pogosto je to v primeru, ko stranka ni prebrala navodil pred uporabo in je napačno ravnala z izdelkom, lahko pa si je tudi enostavno premislila in izdelka ne želi imeti, zato pričakuje denar nazaj. V podjetju je priporočljivo interno doreči, kaj naj zaposleni naredi v takih primerih neupravičeno težavnih strank.

A nekaj je dejstvo. Ko nas jezna stranka pokliče po telefonu ali pride k nam osebno, mi še ne vemo, ali gre za upravičeno ali neupravičeno reklamacijo ali pritožbo. Zato moramo ravnati z njo prijazno in profesionalno, dokler s pomočjo pogovora ne ugotovimo, za kaj gre.

Kadar nas stranke opozarjajo, dobimo s tem priložnost, da to popravimo. Kaže na to, da bi rade še naprej ostale naše stranke.

Velikokrat poslušamo kritike na račun drugih, ki nas obremenijo, ne moremo pa nanje osebno vplivati. Kot asistentko v podjetju nas na primer kličejo stranke, ki so jezne na našo računovodsko službo, na oddelek trženja, na naše prodajalce ... Kakšen je recept za prijazno in osebno neobremenjeno komunikacijo?

Ko nas jezna stranka pokliče po telefonu ali pride k nam osebno, dostikrat z nami komunicira tako, da nam ne pusti do besede, je glasna, odločna, lahko se celo zgodi, da je nasilna v besedah in grozi. Prav tako ob teh prvih trenutkih srečanja z jezno stranko ne vemo, ali gre za upravičeno ali neupravičeno reklamacijo, zato predlagam ta recept:

- Počakamo, da se stranka »izkašlja«, pove, kaj ji leži na srcu.
- Ko odneha (val jeze traja povprečno dve minuti), se ji zahvalimo (da, pravilno ste prebrali!), da nas je opozorila oziroma se oglasila. Kot smo že rekli, nam oseba da s tem možnost, da popravimo napake.
- Nato se ji opravičimo z obžalovanjem, da je do te situacije prišlo.
- Najbolje, da jo poprosimo za dodatne informacije, da ji bomo lažje pomagali rešiti njen problem.
- Nato ji damo odgovor, kako bomo ukrepali ali kdo je prava oseba v podjetju, ki bo njen problem rešila.
- Vprašamo jo, če se s tem strinja.
- Ukrepamo, kot smo stranki obljubili.

Seveda se moramo truditi tovrstne napake v prihodnje preprečevati, prav tako pa to pričakovati od naših sodelavcev v drugih oddelkih.

In kakšna je naša vloga v nadaljevanju – ali in kako prenašamo kritike do sodelavcev (jih direktno povežemo po telefonu ...)?

Sodelavcu, ki mu prevezujemo jezno stranko – ki pa bo že manj jezna, če z njo ravnamo po zgornjih navodilih –, na hitro obrazložimo problem, da se lahko ta vsaj psihično pripravi. Nato pa mora ravnati po istem postopku za reševanje reklamacij, le da mora seveda problem stranki rešiti dokončno. Kajti zelo hitro jo lahko spet ujezimo, če jo prevečkrat prevezujemo na druge oddelke in od enega k drugemu sodelavcu.

Vsaka težavna stranka nam vzame nekaj dragocene energije, zato je samomotivacija nujna. Kako pozitivno zaključiti težavno komunikacijo in se pomiriti?

Če uspemo jezno stranko, preden jo prevezemo k drugemu sodelavcu, že sami pomiriti, se bomo bolje počutili. Uspelo nam je, da smo se osebno spreobrnili k pozitivnejšemu obnašanju in

si s tem zmanjšali stres. Pomembna je tudi naša pozitivna naravnost do strank. Ne razmišljajmo, kako »tečne« so, temveč da so one tiste, ki nam prinašajo denar. Moramo se znati vživeti v njihovo situacijo, s tem pa jo bomo tudi lažje razumeli in ji bomo pripravljeni pomagati.

Morda je rešitev tudi zmanjšanje količine težavnih strank. A kako?

Rešitev je v preventivi. Ugotoviti je treba, iz katerih oddelkov največkrat izvirajo reklamacije, nato pa primerno ukrepati. Poslovna asistentka, ki prva sprejema telefonske klice jeznih strank, bo prva oseba, ki lahko pove, kateri oddelek je največkrat iskan kot reševalec reklamacij. Za celotno podjetje je pomembno, da ji prisluhne.

In še vaš osnovni moto ali dva o obvladovanju težavnih sogovornikov?

Kljub stresu, ki ga prinašajo težavni sogovorniki, so del poslovnega procesa in ravno tako pomemben vir prihodka v podjetju kot manj težavni sogovorniki.

»Kar te ne ubije, te ojača,« zato s tem dobivamo »debelejšo kožo«.

Zamislimo se, da sami kdaj ne postanemo takšni.

Pridobivajmo komunikacijske spretnosti v službi, ki nam pomagajo tudi v zasebnem življenju, ko srečamo podobno težavne sogovornike med prijatelji, sorodniki, sosedi ...



Natalia Ugren: »Stranke so tiste, ki nam plačujejo naš kredit, naše položnice, naš dopust ... Na denarju namreč nič ne piše, od katere stranke je in kako težavna je.«