

Покрокова інструкція для роботи із невдоволеними клієнтами

Занадто велика черга, висока ціна ліків, відсутність потрібного препарату в аптеці, технічна помилка або просто поганий день – будь-що з цього переліку може стати тією іскрою, через яку розгориться багаття невдоволення клієнта аптеки. Вберегтися від цього неможливо, проте можна навчитися гасити дратівливість відвідувачів та перетворювати їхній негативний досвід на позитивний усього лише за п'ять кроків.

Те, як ви реагуєте на незадоволеного клієнта, може або підтримати, або підірвати успішність аптеки. Якщо відвідувач полишить її розлюченим, то навряд чи колись повернеться до вас і потенційно може відвадити від аптеки своїх родичів, друзів, знайомих. Кількість потенційно втрачених клієнтів значно збільшиться, якщо такий покупець вирішить поділитися своїми враженнями в Інтернеті та не полінується написати негативний відгук. Це вже може стати чутливим ударом по вашій репутації.

Проте якщо вам вдасться змінити його настрої, заспокоїти, скерувати палкі емоції у конструктивне русло, ви отримаєте лояльного клієнта. Навіть без сторонньої допомоги він сам для себе виправдає розчарування, що спіткало його в аптеці, об'єктивними обставинами чи тимчасовими труднощами.

Звісно, коли ви дивитеся у вічі розлюченому покупцю, важко навіть уявити, яким чином перелаштувати його на позитив. Але це все ж таки можливо. Головне тут не запанікувати, не розгубитися і вчасно згадати інструкцію для роботи із складними клієнтами.

Крок 1. Зберігаймо спокій

Негативні емоції: злість, гнів, роздратування подібні вогню. Не слід підкидати в нього дрова, розпалюючи власне багаття емоцій. Натомість ваша холоднокровність та спокій подіють на розлюченого клієнта, як відро холодної води. Навіть якщо ви закипаєте всередині, постарайтеся приховати це. Тут недостатньо прикусити язика, пам'ятайте, що ваша мова тіла та вираз обличчя можуть повідомляти стільки ж, скільки й слова. Не схрещуйте руки, адже це є сигналом захисту. Остерігайтеся виразів огиди або недовіри на обличчі. Усміхайтесь, але без поблажливості.

Щоб опанувати мистецтво зберігання спокою у конфліктній ситуації, скористайтеся деякими хитрощами:

- дихайте глибоко;
- утримайтеся від будь-яких суджень;
- виправдовуйте і припускайте краще;
- спробуйте посипчувати.

Згадайте, що ви нічого не знаєте про людину, яка стоїть навпроти. Звісно, це може бути затятий скандаліст, який просто вирішив на вас розрядитися. Але ж це може бути і просто нещасна, розгу-

блена людина. Вона може дуже погано почуватися, нервувати через нездужання дитини, втомитися від догляду за бабусею з хворобою Альцгеймера, яка тільки зранку вкотре намагалася спалити хату. Уявіть собі саме той сценарій, який викликає у вас максимум співчуття. Такий трюк допоможе вгамувати ваш гнів.

Крок 2. Активно слухаємо

Вислухати, а головне почути людину, яка не права, лається і верзе дурниці, – теж доволі непросте завдання. Проте це – основа подолання будь-якого конфлікту. Ані зупиняти, ані перебивати потік її скарг не можна, навіть якщо ви чуєте все це не вперше. У досвідченого фармацевта, який регулярно спілкується з «важкими» клієнтами, може виникнути спокуса вимкнути заїжджену платівку та швидко запропонувати стандартне вирішення проблеми. Але зазвичай краще дозволити клієнту виговоритися.

Слухання, а точніше, активне слухання демонструє вашу турботу. А оскільки бесіда з розлюченим клієнтом тривалий час лишається його монологом, вашу участь у ній має підкреслити мова жестів. Кивання головою, зоровий контакт і опущені руки повідомлять йому про вашу повну і безроздільну увагу.

Коли ж він нарешті закінчить говорити або зробити паузу, коротко повторіть все, що ви почули, використовуючи приблизно ті ж самі слова. Це важливо, адже якщо ви перефразуйте клієнта, йому може здатися, що ви намагаєтесь змінити його точку зору або переосмислити його досвід по-своєму. Точне повторення почутого виконає подвійну функцію: підтвердить, що ви зрозуміли проблему, та дасть змогу людині почуватися почутою, що зменшить її ворожість.

Крок 3. Визначаємо проблему, вибачаємося, дякуємо

Зібравши всю інформацію, ви маєте точно визначити, що саме розлючило клієнта, та визнати свої помилки. Іноді просте визнання провини допомагає повністю відновити стосунки з клієнтом, адже, почувши слова каяття, люди нерідко змінюють настрої на протилежний, визнають, що погарячкували, перепрошують та навіть переходять на ваш бік

Навіть найкращі спроби заспокоїти розгніваного клієнта не завжди спрацьовують. У таких випадках краще за все запропонувати йому звернутися до завідувача аптеки. Часто буває досить просто передати проблему вищому керівництву, щоб вдовольнити людину.

(«вибачте, мені не слід було кричати, певно це не ваша провина»). Зіткнувшись із такою метаморфозою, зробіть клієнтові послаблення, усміхніться йому, запевніть, що все гаразд. Це допоможе покупцеві, який «зірвався», відновити самоповагу, а також продемонструє вашу професійну зрілість.

Якщо невдоволений клієнт вказав на помилку, якої ви або ваша аптека дійсно припустилася, попросіть вибачення та подякуйте йому за уважність, пообіцявши зробити все можливе, щоб ситуація не повторювалась у майбутньому.

Якщо ж його гнів пов'язаний із зовнішніми обставинами або навіть власною провиною, не поспішайте виправдовуватися, перекладати відповідальність на інших або ж звинувачувати покупця. Використовуйте загальні фрази та пасивні вислови, які не дають точно зрозуміти, хто саме несе відповідальність за проблему. Наприклад: «Дійсно, цей препарат, як і деякі інші дуже подорожчав. Як на мене, це дуже прикро, адже іноді і мені доводиться купувати ліки, так само як і вам. Та, на превеликий жаль, я ніяк не можу вплинути на ціни».

Крок 4. Пропонуємо вихід

Жодну конфліктну ситуацію не можна залишати без розв'язання. Найкращий варіант – знайти рішення, яке одночасно усуне проблему та задовольнить клієнта. Коли у вас закінчилися певні ліки, ви можете запропонувати замінити їх аналогом, замовити або ж звернутися в іншу аптеку, де вони точно є. Завжди давайте розгніваній людині кілька варіантів вибору. Це допомагає їй ухвалити рішення і зазвичай заспокоює.

Проте навіть якщо позбутися проблеми неможливо, ваші спроби знайти хоч якесь рішення продемонструють турботу, допоможуть подолати образи та відновити довіру. Наприклад, ви ніяк не зможете повернути гроші за помилково придбаний препарат, адже закон це забороняє. Поясніть це людині, співчуйте тому, що вона втратила гроші та запропонуйте додаткову знижку або ж купон на наступну покупку. Соціологічні дослідження показують, що компаніям, які намагаються вирішувати проблеми своїх клієнтів та виправляти помилки, люди довіряють навіть більше, ніж тим, хто їх не припускається. Це дозволяє їм відчувати власну цінність та розраховувати на те, що їхні потреби будуть задоволені у будь-якій ситуації.

Крок 5. Робимо висновки на майбутнє

Вирішення проблеми, особливо такої, яка виникає доволі часто, – це не кінець, а лише початок шляху. Знайдіть час, щоб проаналізувати скарги клієнтів і впровадити постійні зміни, які запобігатимуть повторенню подібних ситуацій. Для цього може знадобитися оновити робочі процедури вашої аптеки, переглянути штатний розклад та обов'язки співробітників, інвестувати в нове обладнання та технології тощо. Наприклад, якщо покупці часто скаржаться на занадто довге очікування, розгляньте можливість найняти ще одного працівника, який збиратиме замовлення, або ж встановити ще одну касу.