

Comment travailler avec, pas contre vos clients

Si vous avez déjà travaillé avec des clients, alors les chances sont bonnes que vous avez travaillé dans le service à la clientèle. Le titre d'emploi réel peut être différent; Cependant, les clients attendent chaque interaction avec une entreprise pour prendre soin de leurs besoins.

Chaque client est différent et s'attend à des choses différentes de votre entreprise, c'est pourquoi le service à la clientèle est géré par les gens et pas seulement une page sur votre site Web. Si vous ne pouvez pas satisfaire tout le monde, suivre ces bonnes pratiques peut aider votre entreprise à garder la plupart de vos clients heureux.

Ecouter attentivement

C'est le plus grand échec pour la plupart des entreprises en ce qui concerne le service à la clientèle. Il semble évident que vous devriez écouter vos clients, mais parfois vous devez comprendre ce qu'ils demandent. Lorsque l'appel ou e-mail, prêter une attention particulière à ce qu'ils disent vraiment.

Par exemple, ils peuvent dire qu'ils sont bouleversés au sujet d'une livraison tardive, mais ce qu'ils sont vraiment bouleversé est qu'ils ont raté l'anniversaire de quelqu'un en raison de la livraison tardive. Posez-leur des questions pour identifier le vrai problème.

Lorsque vous prenez le temps de vraiment écouter deux choses se produiront:

1. Le client sentira que ses inquiétudes sont entendues. Parfois, le problème ne peut pas être résolu (retard d'expédition par exemple), mais en leur donnant une chance d'être entendu par votre personnel diminue les chances de les ventiler à vos autres clients potentiels en ligne.
2. Parfois, votre personnel va voir une façon créative de résoudre leur problème. Dans l'exemple, le client peut être disposé à conduire à votre entrepôt et ramasser l'article. Cela peut ne pas être idéal, mais en prenant quelques minutes pour résoudre le problème peut créer un client pour la vie et éviter les critiques négatives en ligne.

Le client n'a pas toujours raison

Les clients n'ont pas toujours raison, en fait, ils peuvent être complètement faux. Le problème est qu'ils croient qu'ils ont raison et c'est pourquoi ils vous contactent.

L'objectif est d'amener le client à se rendre compte qu'ils ont tort sans leur dire, ce qui peut être très difficile surtout s'ils sont agressifs. Commencez par essayer de désescalader la situation.

Tentez de trouver un terrain d'entente, par exemple: «Je suis désolé que vous rencontriez tant de problèmes, monsieur DuBois, je peux voir pourquoi vous seriez contrarié.» Cette déclaration vaut mieux que de dire «je peux comprendre votre frustration» parce que vous ne pouvez pas avoir une idée de ce qu'ils ressentent. L'empathie est importante, mais évitez de dire que vous savez comment ils se sentent, au lieu de leur faire savoir que vous comprenez pourquoi ils sont frustrés.

Ensuite, commencez par demander s'ils ont essayé des méthodes différentes. Donnez-leur l'occasion de voir où ils peuvent avoir fait une erreur afin qu'ils ne se sentent pas gênés.

Si vous savez exactement ce qu'ils font mal, puis essayez de relier leur problème à un «client que vous avez aidé dans le passé. » Faites-leur savoir que vous aviez un appel client précédemment qui avait un problème similaire, vous leur recommandez [Et qui a résolu leur problème. Cela évite de leur dire qu'ils ont tort, mais plutôt les aide à se sentir comme ils ne sont pas seuls et d'autres ont fait une erreur similaire.

Location basée sur la personnalité, pas seulement expérience

Imaginez regarder deux CV. Resume numéro un a 10 ans d'expérience de service à la clientèle, CV deux n'a aucune expérience, mais ils ont mille amis sur les médias sociaux. Qui recrutez-vous?

Toutes les autres qualifications à part vous voudrez peut-être jeter un oeil attentif à la personne des médias sociaux. Pourquoi? Parce qu'ils ont une personnalité amicale et ils aiment socialiser. Bien que cela puisse paraître inhabituel, considérez un instant le rôle d'un représentant du service à la clientèle.

Leur travail est de parler aux clients toute la journée, de résoudre leurs problèmes et de les rendre heureux. Quelqu'un qui passe son temps libre à socialiser et schmoozing peut être plus susceptibles d'avoir une attitude positive et aider à égayer le client.

Conclusion

L'expérience peut être un grand atout, mais la personnalité peut aussi. Ne négligez pas une location potentielle parce qu'ils manquent d'expérience. Leur travail n'est pas seulement de traiter avec les clients en colère, leur travail est d'assurer la répétition d'affaires et les clients heureux qui diront à leurs amis.

N'oubliez pas que le plus grand objectif du service à la clientèle est la fidélisation de la clientèle. C'est un message important à partager avec votre personnel.

À propos de l'auteur

Marta Stankiewicz est l'auteur du "Service Client." Elle a notamment rédigé plusieurs articles directement liés aux meilleures pratiques du Service client. Ce livre vous donnera des conseils pour mieux traiter vos consommateurs et pour toutes les entreprises qui souhaitent aller plus loin dans la relation client.

Marta est une personne déterminée et enthousiaste. Elle compte une longue expérience dans le secteur des télécommunications et auprès des entreprises du commerce électronique. Les connaissances d'Marta pourront être très utiles si vous gérez une entreprise ou pour changer votre approche de courrier électronique, du contact par téléphone et de l'assistance en direct grâce à ce livre riche en astuces et en stratégies pertinentes.