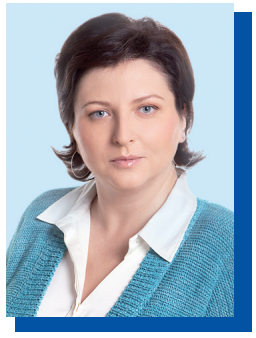
Менеджмент

Как преодолеть кризис недоверия клиента?



Ефремова Елизавета

преподаватель-консультант Русской Школы Управления по направлениям «Личная эффективность управленца», «Управление персоналом», «Сервис в организации», «Психология внедрения изменений», преподаватель программы Mini-MBA Русской Школы Управления (Москва)

Одним из важных направлений деятельности организации является сервис, иначе говоря, действия служащих компании в интересах заказчика или клиента. На развитие этого направления тратится немало средств и уделяется много внимания. Это неудивительно, ведь сервис может стать как причиной неудач компании, так и секретом ее успеха.

Выделяют два типа обслуживания: экспертный и «неэкспертный» сервис. Ключевое отличие состоит в том, что в неэкспертном обслуживании впечатление клиента зависит от качества продукта или услуги, а также от процесса ее получения. В экспертном сервисе главный фактор, воздействующий на клиента, — это человек, который непосредственно оказывает услугу.

Значимость личностного фактора зависит от сферы деятельности. Так, клиенту может быть безразлично, сколько лет курьеру, принесшему заказ, как он выглядит и производит ли впечатление надежного профессионала. Но если речь идет о медицинской, юридической или педагогической сфере, то впечатление от внешнего вида и поведения врача, преподавателя, консультанта или косметолога может стать решающим.

На стыке реальности и стереотипного представления о том, как должен выглядеть хороший специалист в конкретной области, возникают конфликты. Если спросить среднестатистического потребителя медицинских услуг, какому врачу он бы доверился, то первым критерием отбора выступает опыт. Как выглядит опытный врач? Это немолодой человек, скорее принадлежащий к сильному полу. Клиент почувствует себя несколько обманутым, когда вместо солидного мужчины в кабинете его встретит молодая симпатичная девушка. Возникнут сомнения в компетентности, сожаление о потраченных на услугу деньгах и прочие негативные эмоции. Это касается и других сфер обслуживания: юридической, образовательной, косметологической, ветеринарной и прочих.

Как преодолеть кризис недоверия клиента

Чтобы производить впечатление опытного специалиста, профессионал должен овладеть харизмой эксперта. Харизма в сервисе складывается из трех составляющих:

1. Биологическая харизма.

На биологическую харизму невозможно повлиять. Однако если вы ею обладаете, смело опирайтесь на преимущества. Биологическая харизма — это набор признаков, которые люди стереотипно считывают как табличку «Опытный специалист, можно доверять». Сюда входит возраст от 40 до 50 лет, принадлежность к мужскому полу, крупное телосложение.

Если речь идет все же о женщине, то охотнее люди доверяются женщинам 45 ±2 года. Кроме того, независимо от предпочтений клиента, всегда больше обращений соберет дама красивая с опекающим поведением. Люди попадают под очарование и готовы выполнять рекомендации именно таких специалистов.

Как уже говорилось выше, биологическая харизма выступает в виде некой константы. Однако, соблюдая несколько правил, молодой специалист может приблизиться к заветному идеалу. Так если сфера деятельности связана с официально-деловым общением и тяготеет к классическим шаблонам поведения, то из внешнего облика и одежды следует убрать тинейджерские «штрихи»: спрятать татуировки, сделать более «официальной» стрижку, исключить атрибуты молодежных субкультур в одежде и украшениях. С другой стороны, дизайнер или визажист может позволить эксперименты в своем облике, но безвкусицу или серость — нет.

2. Социальная харизма.

Социальная харизма состоит из сигналов, которые профессионал посылает людям. Заливающийся краской и робеющий, невнятно отвечающий при обращении к нему и сомневающийся в своих действиях специалист заставляет клиента нервничать. Потребитель испытывает желание прекратить общение и пригласить более опытного и уверенного врача или юриста, а то и начальника отдела.

Другой крайний вариант — специалист с «экспертным нимбом». Профессионал с опытом занимает агрессивную позицию, позволяет себе разговор свысока, выходит за рамки приличий. Такой продавец также рискует потерять клиента.

Успешная социальная харизма предполагает общение с клиентом на равных. Сегодня в открытом доступе масса юридической, медицинской и другой информации. Клиент на самом деле может быть сведущим человеком, понимать нюансы, знать о вариантах решения его проблем. От специалиста он ждет диалога, уважительного отношения.

Уверенное поведение профессионала включает такие аспекты, как:

Успешная социальная харизма предполагает общение с клиентом на равных

— умение поддерживать контакт глаз (спокойно смотреть в глаза клиента не менее 80 % времени общения);

— приветливость (улыбаться, поддерживать беседу);

— избегание негативной отчуждающей лексики (не употреблять слова «проблема», «жалоба», «я боюсь», «женщина, успокойтесь!», «вы сами виноваты»);

— сдержанность (способность отстраняться, не втягиваться в драмы клиента, не реагировать на его агрессию и провокационное поведение).

3. Собственно экспертная харизма.

Первое поверхностное впечатление базируется на биологической и социальной харизме, но длительное общение с клиентом предполагает подключение более глубоких вещей. Поговорим о них.

1) Экспертные вопросы.

Профессионал, владеющий экспертной харизмой, умеет задавать специальные вопросы. Клиент еще не представляет, с чем он столкнется в будущем, а специалист задает ему упреждающий вопрос. Тем самым вскрывается второе дно ситуации: клиент смотрит на решение под новым углом, узнает о деталях работы, о которых не догадывался.

Опытный специалист способен изъясняться и профессиональными терминами, и переводить их на общедоступный, понятный потребителю язык

2) Сторителлинг.

У опытного профессионала всегда наготове 2-3 подходящих случаю истории. Они ярко иллюстрируют успех. Схема истории успеха проста: сложность, действия профессионала, блестящий результат.

3) Владение ситуацией.

Эксперт всегда знает тенденции: он помнит, как делали раньше, умеет делать так, как принято сейчас, предполагает, что будет в обозримом будущем.

4) Экспертные рекомендации.

Специалист может дать обоснованную рекомендацию или антирекомендацию. Он видит несколько путей для клиента и готов расписать плюсы и минусы решения для конкретной ситуации с учетом всех персональных исходных.

5) Маркеры экспертизы.

Дипломы, награды, грамоты и благодарственные письма на стенах кабинета безусловно свидетельствуют в пользу профессионализма и признанности их обладателя.

6) Экспертная речь.

Речь эксперта характеризуется рядом отличительных черт. Она развернута даже в том случае, если эксперт обслуживает сотого клиента с похожим вопросом. Всегда велико искушение не говорить «лишних» фраз, когда специалисту и так все ясно. Но для клиента его ситуация уникальна, персонализирована и наполнена переживаниями. Необходимо поддерживать диалог и говорить максимально полно.

Опытный специалист способен изъясняться и профессиональными терминами, и переводить их на общедоступный, понятный потребителю язык. Умение сказать простыми словами, пояснить при помощи метафоры или аналогии высоко ценится и послужит дополнительным стимулом вновь обратиться к такому эксперту.

Довольно трудно определить наличие экспертной харизмы у самого себя. Сложно взглянуть на персонал глазами клиентов: на проверяющего сотрудники реагируют предсказуемо, а сбор отзывов часто не приносит нужных результатов. Необходимым инструментарием для диагностики экспертной харизмы владеют профильные тренеры. Обучение сервисного персонала по специальным программам способно принести ощутимый результат. Опыт показывает, что после учебы в организации нередки кадровые перестановки, расширяющие горизонты развития компании.

В МОСКВЕ, САНКТ-ПЕТЕРБУРГЕ И В 20 ГОРОДАХ РОССИИ
UPRAV.RU 8 800 100 02 03
Русская Школа Управления
С 2002 года на рынке бизнес-образования
✓КУРСЫ ПОДГОТОВКИ СОВРЕМЕННЫХ РУКОВОДИТЕЛЕЙ
✓КОРПОРАТИВНОЕ ОБУЧЕНИЕ ✓СЕМИНАРЫ И ТРЕНИНГИ
✓MINI-MBA ✓ИНДИВИДУАЛЬНЫЕ КОНСУЛЬТАЦИИ

Самые свежие новости законодательства для руководителей, бухгалтеров, юристов и кадровиков читайте в еженедельном обзоре Что нового в законодательстве