10 ЗАПОВЕДЕЙ СОТРУДНИКА СЕРВИСНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

ЧТОБЫ ДОБИТЬСЯ УСПЕХА В СФЕРЕ ПРОДАЖИ СЕРВИСА, СЕГОДНЯ НЕДОСТАТОЧНО ПРОСТО ВЫСТАВИТЬ УСЛУГУ НА ВИТРИНУ И ЖДАТЬ, ПОКА ПОТРЕБИТЕЛЬ ЗАХОЧЕТ ВОСПОЛЬЗОВАТЬСЯ ЕЮ.

Отношения продавца услуг и его клиента — это своеобразный ритуал, где первый берет на себя ответственность за выполнение особого сценария, которого ожидает второй. От сотрудника сервисной организации требуется лишь соблюдение некоторых несложных, но обязательных правил.

1. КЛИЕНТ ВСЕГДА ПРАВ

Каждый владелец бизнеса и ответственный руководитель старается произвести благоприятное впечатление на клиента. Оказаться лучшим, самым привлекательным — тем, к кому вернутся снова и порекомендуют друзьям. Впрочем, не следует забывать о существовании объективных рамок, за которые недопустимо заходить даже ради VIP-гостей.

Прежде всего, это государственные законы, регламентирующие работу гостиниц, клиник, юридических кабинетов и других организаций. А также внутренние нормы, обязывающие персонал идентифицировать личность посетителя в соответствии с предоставленным документом, удостоверяющим личность.

Обязательны к выполнению для каждого сотрудника инструкции, ограничивающие распространение информации о посетителях.

Каждый клиент должен быть, с одной стороны, защищен в рамках законов и норм, которых придерживается организация. С другой стороны, никто не вправе требовать от персонала нарушения регламента. Уважение и соблюдение принятых правил гарантирует их работу для всех, без исключений и оговорок. Поэтому клиент всегда прав в рамках действующего законодательства и заключенного с ним договора на оказание услуг.

ЕЛИЗАВЕТА ЕФРЕМОВА
бизнес-тренер, консультант Русской Школы Управления, организационный психолог

2. ВЛЮБЛЯЙТЕ С ПЕРВОГО ВЗГЛЯДА

Невозможно дважды произвести первое впечатление. Поэтому нужно принимать каждого посетителя во всеоружии. Сервис — это эмоциональный труд, требующий сосредоточения и самоотдачи. Кому-то платят за написание программ, кому-то — за ведение бухгалтерии. А в обязательные функции сервисного персонала входит создание благоприятного эмоционального фона в общении с клиентами.

Если косметолог, официант, консультант сумел сразу понравиться гостю, то мелкие шероховатости и ошибки вам благосклонно простят. Если не удалось направить общение в положительное русло, клиент станет цепляться к мелочам и, скорее всего, уйдет недовольным.

3. БУДЬТЕ ИСТОЧНИКОМ ПОЗИТИВА И СПОКОЙСТВИЯ

Люди проводят на работе по 8 часов в день — это чуть ли ни половина времени, когда мы способны проявлять активность. Поэтому можно сказать, что работа — одна из важнейших частей жизни. Жизни, которую мы выбираем и моделируем по своему разумению и вкусу.

Вы хотите, чтобы эта важная часть жизни была приятной? Тогда меньше кислых мин, негатива и неуверенности в себе и в том, чем занимаетесь. Привносите положительное в работу, и окружение отплатит вам тем же.

4. ВКЛЮЧАЙТЕ ЭМОЦИОНАЛЬНЫЙ ФИЛЬТР

Не реагируйте слишком остро на «капризы» клиентов. Наверняка есть объяснения, почему посетитель недоволен. Вероятно, причиной стал просчет в вашей работе, а может, у него просто болит голова в данный момент времени или проблемы в семье. Будьте снисходительны к человеческим слабостям. Когда клиент хамит, придирается, выказывает недовольство, сохраняйте хладнокровие и спокойствие взрослого человека, занятого выполнением своей работы.

Сервис и работа в нем — это своего рода служение, сопряженное с эмоциональными затратами и контактами с большим числом разнообразных людей. Если человеку некомфортно общение с клиентами, то и незачем работать в сфере сервиса

Каждый сервисник — немного психолог, который умеет найти конструктивный подход к уставшему, огорченному или обиженному человеку. Виртуозы сервиса находят в этом даже некий профессиональный азарт, что, определенно, помогает им в работе.

5. СООТВЕТСТВУЙТЕ ОЖИДАНИЯМ

Один из незыблемых постулатов организации качественного сервиса гласит: «Лучше недообещать и перевыполнить, чем переобещать и недовыполнить».

Порой клиент ожидает от компании очень многого из-за той информации, которую увидел в рекламном ролике или прочитал в заказной статье. Потому важно быть безупречным и предельно точным в выполнении взятых на себя обязательств. Исключений здесь нет, от этого зависит ваша деловая репутация.

6. ОБСЛУЖИВАЙТЕ ТЫСЯЧНОГО КЛИЕНТА КАК ПЕРВОГО И САМОГО ЖЕЛАННОГО

Изо дня в день профессионал попадает в типичные ситуации и сталкивается с одними и теми же вопросами клиентов. То, что для вас кажется ясным и простым, для покупателя может оказаться совершенно незнакомым. Вы считаете, что бланк очень просто заполнить, но посетитель задаст массу вопросов, местами глупых. При этом клиент ждет от вас развернутых ответов, с пояснениями и примерами. Помогайте, давайте дополнительную информацию, отвечайте полными предложениями, не используйте профессиональную лексику. В противном случае краткие односложные ответы будут восприняты как пренебрежение и нежелание общаться.

Профессионализм сервисного персонала заключается еще и в умении получать удовольствие от общения с новыми людьми, возможности обмениваться опытом и полезными сведениями.

7. ЩЕДРО ДАРИТЕ СВОЕ ВРЕМЯ

Золотое правило обслуживания звучит так: «Не уделишь время клиенту сейчас — получишь большую проблему потом». Бывает, мы торопимся завершить обслуживание и перейти к другим делам. При этом рискуем не только упустить какие-то нюансы соглашения, но и произвести неприятное впечатление на клиента.

Особенно важно соблюдать размеренный темп в обслуживании с клиентами, обратившимися в организацию впервые. Разъясняйте, отвечайте на вопросы, убедитесь, что человек полностью удовлетворен, и только после этого прощайтесь. Пожалеете полминуты сейчас — затратите часы на решение возникших проблем в ближайшем будущем.

8. ПОЛУЧАЙТЕ БОНУСЫ ОТ СВОЕЙ РАБОТЫ

Хорошее обслуживание сверх оговоренного контракта всегда вознаграждается «чаевыми». Не обязательно, что это будут деньги. Бонусами могут быть благодарности, комплименты, подарки, связи, предложения о работе и так далее. Новые возможности могут стать стимулятором вашего роста, помочь в развитии бизнеса, открыть перспективные направления, ваша задача — воспользоваться этими шансами.

9. РАБОТАЙТЕ БЕЗ СЛОЖНЫХ КЛИЕНТОВ

Среди экспертов по обучению сервису бытует мнение, что не бывает сложных клиентов, а существует неумение и нежелание решать определенные коммуникативные задачи. Как правило, владелец сервисной организации примерно через год работы в ответ на вопрос, много ли у него сложных клиентов, утверждает, что либо сложных клиентов нет, либо они все какие-то не такие: капризные, заносчивые, жадные.

Проблема работы с трудными посетителями решается обучением персонала в сфере выхода из конфликтных ситуаций и освоением новейших и классических приемов качественного обслуживания.

В конечном итоге каждая компания получает тот круг потребителей, которых заработала сама.

10. ОКАЗЫВАЙТЕ УСЛУГИ С УДОВОЛЬСТВИЕМ ИЛИ ИЩИТЕ СЕБЯ В ДРУГОЙ СФЕРЕ

Сервис и работа в нем — это определенное служение, сопряженное с эмоциональными затратами и контактами с большим числом разных людей. Если человеку некомфортно общение с клиентами, то и незачем работать в сфере сервиса. Лучше попробовать себя в чем-то другом: анализировать бумаги или управлять машинами.

Для плодотворной работы в сервисной организации нужно почувствовать призвание и получать удовольствие от того, что ты делаешь. Копить опыт и совершенствоваться, как и в любой другой профессии. Желание развиваться, немного терпения и любовь к своему делу — и вы добьетесь своих целей. БЖ