ЭФФЕКТИВНОЕ ОБЩЕНИЕ С НЕДОВОЛЬНЫМИ КЛИЕНТАМИ

**Глинник К.А., Говор Я.Н.,** специальность 1-26 02 01 «Бизнес-администрирование»

Научный руководитель – Мартынова И.В., ст. преподаватель

Цель любого бизнеса – получение максимально возможной прибыли – напрямую связано со степенью удовлетворенности клиентов, ведь именно они приносят доходы компании. Очевидно, что практически любой бизнес предполагает общение с клиентами в том или ином объеме. Но не секрет, что даже самая передовая, эффективно работающая, четко организованная компания может столкнуться с ситуацией, когда кто-то из клиентов останется недоволен качеством ее товаров или услуг. Всем нам приходилось становиться свидетелями подтверждающих это сцен в магазине, на рынке или в какой-либо занятой в сфере услуг организации. Опрос, проведенный нами среди сотрудников шести компаний, тем не менее, показал, что у них нет четко сформулированной стратегии общения с недовольными клиентами, что объясняет наш интерес к данной теме.

Цель нашей работы – выявление конкретных речевых формул и правил поведения, которые помогут эффективно общаться с неудовлетворенными клиентами. Все эти правила имеют одну единственную цель: заставить обиженного человека внятно высказать суть своих претензий и вести адекватный диалог.

Для эффективного общения необходимо, прежде всего, знать основные принципы, лежащие в основе коммуникации. Американские авторы Стивен Биб, Сьюзан Биб и Диана Айви в книге «Коммуникация: принципы на всю жизнь» указывают пять принципов, а именно: 1) осознанная коммуникация; 2) эффективное использование и интерпретация вербальных сообщений; 3) эффективное использование и интерпретация невербальных сообщений; 4) вдумчивое слушание и соответствующая реакция; 5) адаптация своего сообщения соответственно участникам акта коммуникации. [1, с. 20] Соблюдение этих принципов играет важную роль: необходимо отдавать себе отчет в том, что и как следует говорить, обращать внимание на слова, жесты, выражение лица собеседника, внимательно выслушать критику, жалобу, обвинение и правильно реагировать, корректировать свое речевое поведение в соответствии с ожиданиями собеседника.

Компаниям необходимо быть готовыми к неприятным ситуациям и заранее выработать определенную стратегию общения с неудовлетворенными клиентами. Воспользуемся рекомендациями Евгении Кожановой [2; 3] и изложим эту стратегию в виде нескольких правил.

**Правило №1: Ни при каких обстоятельствах не следует раздражаться, недопустимо отвечать грубостью на грубость.** [2]

Когда кто-то вам грубит, нагрубить в ответ – естественная реакция. Но подобная реакция деструктивна и ничего, кроме усугубления конфликта, в котором никто не победит, в результате не дает.

Поэтому не следует принимать близко к сердцу все сказанное. Вы – профессионал на своем рабочем месте, и вам нужно решить проблему с наименьшими потерями для компании и сохранить клиентскую базу. Дождитесь, когда недовольный клиент выскажет претензию и сделает паузу и задайте ему следующий вопрос: «*Чем конкретно я могу вам помочь?»* Необходимо сделать акцент на слово «конкретно». Говорить следует подчеркнуто тихо, с серьезным лицом, глядя оппоненту в глаза. [2]

**Правило №2: Необходимо войти в положение клиента и выразить ему сочувствие.**

Войти в положение – не значит признать себя виноватым. Покажите человеку, что сочувствуете ему. Это охлаждает даже агрессивно настроенных клиентов. Логика очень проста: клиент пришел воевать, а война – это противоборство двух сторон. Но ему не с кем будет бороться, если вторая сторона выражает сочувствие и готова оказать всяческое содействие.

Следует запомнить и использовать следующие фразы:

* Я вас понимаю, это очень неприятная ситуация.
* Я на вашем месте тоже был бы очень недоволен.
* Я понимаю, вы оказались в ужасном положении.
* Очень жаль, что вышло так неудобно для вас.
* Представляю, как это неприятно.

Выделяйте интонационно слова «понимаю», «сочувствую». Ваши голос, интонация, выражение лица, поза должны говорить о том, что вы действительно сочувствуете.

**Правило №3**: **Не следует говорить клиенту, что он не прав, даже если он действительно не прав.**

Клиент далеко не всегда бывает прав, но он об этом не догадывается, поэтому не следует убеждать его в этом. Не произносите следующих слов:

* Этого не может быть.
* Вы не правы.
* Вам нужно было вести себя по-другому.
* Ну и что? Так часто бывает.
* Я ничем не могу вам помочь.
* Мы всегда так делаем/не делаем.

Следует помнить правило выше: человек приходит воевать, и, услышав подобные фразы, с яростью бросается в бой. И это приводит только к эскалации конфликта, этого нам нельзя допускать.

**Правило №4: Не следует воспринимать критику на свой счет.**

Необходимо учитывать, что лично вы в глазах этого человека – вся компания, которая доставила ему неудобства, заставила нервничать, терять время и деньги. Поэтому не принимайте на свой счет заявления типа «Вы меня обсчитали. Я на вас в суд подам». [2]

**Правило №5: Следует спрятать свое остроумие до лучших времен.**

Даже если ваш язык острый, как бритва, и вы лихо ставите на место любого грубияна, оттачивать свое остроумие на недовольных клиентах категорически запрещено.

Как подчеркивал американский исследователь вопросов коммуникации Джеф Гиббс, слова и действия – это инструменты, с помощью которых мы даем другим понять, поддерживаем мы их или нет. Создание участливого коммуникативного климата (supportive climate) [4, с. 143] – основная задача компании в случае возникновения недовольства со стороны ее клиентов.

Работа с неудовлетворенными клиентами является непростой задачей. Эффективное общение в сложной ситуации может позволить сохранить клиента, а в результате способствовать улучшению отношений и созданию дополнительных возможностей. Правила, описанные выше, помогут разрешить конфликт с наименьшими потерями и как можно скорее. Таким образом, знание коммуникативных принципов и понимание того, какие модели использовать в конкретных ситуациях общения, является ключом к эффективной межличностной коммуникации.

ЛИТЕРАТУРА

1. Beebe, S.A., Beebe, S.J., Ivy, D.K. Communication: Principles for a Lifetime/Steven A. Beebe. –Needhan Heights: Allyn& Bacon, 2001. – 448 p.
2. Кожанова, Е. 5 правил общения с недовольными клиентами// Отличный секретарь [Электронный ресурс]. – 2014. – Режим доступа: <http://thebestsecretary.ru/?p=1559> . – Дата доступа 12.04.2014.
3. Кожанова, Е. Что делать, если клиент не доволен// Отличный секретарь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://thebestsecretary.ru/?p=1548>. – Дата доступа 14.04.2014.
4. Gibb, J.R. Defensive Communication. – 1961. –Reprinted from The Journal of Communication, Vol. 11, No. 3, September 1961, pp. 141-148. – Режим доступа: <http://www.healthy.net/scr/Article.asp?Id=2533>. – Дата доступа: 12.04.2014.
5. Dealing with Unhappy Customers // Mind Tools [Электронный ресурс]. – 1996-2014. – Режим доступа: <http://www.mindtools.com/pages/article/unhappy-customers.htm>. – Дата доступа: 08.04.2014.