



ایجاد ارتباط جادویی با مشتریان

کتاب روش صحبت با مشتریان، روشی عملی برای ایجاد ارتباط با مشتریان ارائه می‌کند. نویسندگان این کتاب، دایان برن‌بام و تام لارکین، هر فصل را به‌گونه‌ای سازمان داده‌اند که اصول اساسی، مثال‌های عملی مثبت و منفی، تمرین‌های مفید برای ایجاد مهارت در شما و چند قاعده کلی را به طور خلاصه ارائه می‌دهد که نکات اصلی را پوشش داده و برجسته می‌کنند. طراحی روش ارتباط جادویی با مشتری پیچیده نیست؛ اما خبره شدن در آن به تلاش واقعی نیاز دارد. می‌توانید ویژگی‌های آن را فوراً اجرا کرده و به سوی تسلط نهایی در اصول و مهارت‌های آن پیش روید. مزیت این کتاب آن است که نکات گفته شده کاملاً کاربردی هستند. دوستان زیادی درباره تهیه کتاب‌های معرفی‌شده پرسیده‌اند. در این بخش فقط کتاب‌هایی معرفی می‌شوند که ترجمه نشده‌اند و در بازار ایران موجود نیستند.

چگونه از روش جادویی «مجیک» استفاده کنیم؟

تعاملات فردی برای مشتریان اهمیت زیادی دارد. یک مکالمه کوتاه می‌تواند ارتباط شما را شکل دهد یا آن را نابود سازد. روش مجیک (اثرگذاری فوق‌العاده‌ای بر مشتری) تکنیکی برای ارتقای روابط با مشتریان است. به عنوان مشتری، وقتی شخصی کاری را به طور صحیح، به موقع و با قیمت مناسب برایتان انجام می‌دهد، احساس فوق‌العاده‌ای پیدا نمی‌کنید؟ وقتی از انتظارات شما فراتر می‌روند، چه احساسی دارید؟ آیا واقعا خوشحال نمی‌شوید؟ البته، این قدرت «مجیک» است.

خواسته شما این است که مشتری با محصولات و خدمات شما خوشحال باشد و مشتریان نیز می‌خواهند شاد باشند. اگر بی‌تفاوت باشید، با سیاست‌های تدافعی به سوالات آن‌ها پاسخ دهید یا حتی بگویید که می‌خواهید معامله را تمام کنید، آیا لحظه‌ای جادویی آفریده‌اید یا لحظه‌ای غم‌انگیز؟ اگر اقدامات شما در درک موارد به مشتریان کمک کند، به آن‌ها نشان دهد که برایتان مهم هستند و می‌خواهید به آن‌ها کمک کنید، در حال ایجاد ارتباط هستید.

اغلب مشتریان نه به خاطر ناامیدی یا عصبانیت، بلکه به خاطر بی‌تفاوتی شرکت‌ها، به خریدهای خود پایان می‌دهند. رفتار بعضی کارمندان نشان می‌دهد که اصلا به دیگران اهمیت نمی‌دهند. متأسفانه، بی‌تفاوتی کارمندان معمولا از فرهنگ نامناسب سازمانی به وجود می‌آید. قدرت نشان دادن علاقه را به کارمندان آموزش دهید. یک تماس تلفنی دو دقیقه‌ای با مشتری قدرتمندتر از هر آگهی یا تبلیغ است. مهم نیست که در قلب شما چه می‌گذرد، اما تا زمانی که نتوانید مشتری را متقاعد کنید که به نیازهای او اهمیت می‌دهید و او را درک می‌کنید، نمی‌توانید اثر خوبی بر او بگذارید.

ارتباط پایه‌ای با مشتری

در نحوه پاسخگویی و مطالبی که به افراد می‌گویید، سنجیده عمل کنید. واژه‌ها، زبان بدن و رفتار شما باید گرم، مثبت، حامیانه و دلگرم‌کننده باشد. اگر این‌گونه عمل کنید، پاسخ مشابهی دریافت خواهید کرد. در حالی که همیشه حق با مشتریان

نیست اما حقیقت آن است که آن‌ها همیشه مشتری هستند. هدف شما این است که تمایل آن‌ها برای ملاقات مجدد با خود را برانگیزید. پاسخگویی شما آن‌ها را تشویق می‌کند تا با شما تماس بگیرند.

به جای دماسنج، تنظیم‌کننده دما باشید. منفعلانه دمای مشتریان را اندازه‌گیری نکنید، بلکه با اقدامات و سخنان خود، دمای معامله را تنظیم کنید. درباره روز کاری خود فکر کنید. فهرست کارهای قابل کنترل را در یک طرف کاغذ و کارهای غیرقابل کنترل را در طرف دیگر کاغذ بنویسید. نگاهی به قسمت غیرقابل کنترل بیندازید و فهرست خود را مجدداً ارزیابی کنید. آیا نمی‌توانید حداقل بر تعدادی از این عوامل اثر بگذارید؟ شما بیشتر از آنچه فکر می‌کنید، کنترل دارید و موثر هستید. اکنون فهرستی از هر چیزی که تعاملات شما با دیگران را شکل می‌دهد، تهیه کنید. تمامی موارد، از حالات صورت تا متمرکز کردن توجه خود را در این فهرست لحاظ کنید.

روانشناسی در مطالعه خود در سال ۱۹۸۱ دریافت که ۵۵ درصد مواردی که در جلسات رودررو انتقال می‌یابد، از اشارات دیداری، ۳۸ درصد از جنبه‌های غیرکلامی صدای شما (مثل تُن صدا) و تنها ۷ درصد از واژگان شما دریافت می‌شود. واژه‌ها مهم هستند، اما قدرت آن‌ها در شرایط متفاوت، افزایش یافته یا کاهش پیدا می‌کند. وقتی زبان بدن شما پذیرا باشد، مشتری احساس می‌کند که با شما ارتباط برقرار کرده است. این احساس می‌تواند زمینه‌ای برای رشد رابطه ایجاد کند.

روش مجیک به طور خلاصه این‌گونه تعریف می‌شود:

- تماس برقرار کنید، ارتباط ایجاد کنید
- حرفه‌ای اقدام کنید، اعتماد به نفس داشته باشید
- درست به هدف بزنید، گوش دهید و سوالاتی بپرسید
- اقدامات آینده خود را معرفی کرده و شفاف‌سازی کنید
- ارتباط ذهنی برقرار کنید

وقتی تعامل با مشتری با ناامیدی و عصبانیت آغاز می‌شود، ممکن است وسوسه شوید تا خود را پشت سیاست‌ها و فرایندها پنهان کنید. به جای آن، خود را در شرایط مشتری قرار دهید. چه احساسی داشتید اگر شخصی که به او اعتماد داشتید، به جای حل مشکل شما، جملاتی درباره سیاست‌های شرکت تحویل‌تان می‌داد؟ آیا وقتی فردی رابطه شخصی با شما برقرار کرده و در حل مشکل به شما کمک می‌کند، احساس بهتری ندارید؟ کدام رویکرد مناسب‌تر است؟

مشتریان دوست دارند آن‌ها را درک کرده و مانند انسان با آن‌ها رفتار کنید و نه فقط خریدار. وقتی با همدلی به آن‌ها پاسخ می‌دهید، گام‌های بزرگی به سوی حل مشکلاتشان برداشته‌اید. نشان دادن همدلی به این معنا نیست که باید با همه سخنان مشتری موافقت کنید؛ ولی باعث می‌شود تماس‌های خدماتی شما کوتاه‌تر و موثرتر باشد. وقتی با مشتریان صحبت می‌کنید، نام خود را بگویید و هر چه زودتر نام آن‌ها را نیز بی‌پرسید. بر خوشحالی و تمایل خود برای کمک به آن‌ها و ارائه راه‌حل مشکلاتشان تاکید کنید. وقتی سوالی دارید، قبل از پرداختن به سوالات، برای پرسیدن آن‌ها اجازه بگیرید. این گام‌های ساده و مودبانه به کاهش عصبانیت کمک کرده و مشتری را از ابتدا در جبهه شما نگه می‌دارد. بهترین عبارات که اثری واقعا جادویی دارند، شخصی، خاص و همدلانه هستند. به آن‌ها نشان دهید که احساسشان را درک می‌کنید. در مورد اقدامات آینده خود و زمان انجام آن‌ها شفاف باشید.

عبارات نامناسب می‌تواند شرایط پر فشار را تشدید کند. هر واژه‌ای که موضوعی منفی را بیان کند یا آن همدلی که برای ایجاد آن تلاش کرده‌اید را نابود کند، نامناسب است. به جای آن به دنبال استفاده از واژه‌های جدید و جادویی باشید. این فرصت را غنیمت شمارید و از نحوه اثرگذاری کلام خود بر ارتباطات مشتری آگاه‌تر شوید.

حل شرایط دشوار

با وجود تلاش‌های زیاد، ممکن است با مکالمات دشوار یا حتی اهانت‌آمیزی روبه‌رو

شوید. اول سپاسگزار باشید که مشتری شکایات خود را نزد شما آورده است؛ زیرا اغلب مردم این شکایات را با دوستانشان در میان می‌گذارند. وقتی شکایات را نشنیده باشید، نمی‌توانید آن‌ها را برطرف کنید. همیشه از فردی که مسئله را با شما مطرح می‌کند تشکر کنید و یاد بگیرید که همیشه سپاسگزار باشید. مطالبی که یک مشتری ناراحت به شما می‌گوید را حمله شخصی به حساب نیاورید. به جای آن، بر مسئله اصلی تمرکز کرده و عصبانیت را فرو بنشانید. تَن صدای خود را کنترل کرده و حرفه‌ای باقی بمانید. معمولاً همدلی شما می‌تواند شرایط حمله را به مکالمه‌ای متقابل و سودمند تبدیل کند. وقتی اصل موضوع را می‌فهمید، شخص را به نام بخوانید و به او قول دهید که در حد توان به او کمک می‌کنید. اگر عصبانیت ادامه پیدا کرد، بگویید که مایل به کمک هستید؛ اما لحن اهانت‌آمیز و عصبانی آن‌ها سد راه حل مشکل است. مهم نیست که مشتریان تا چه حد می‌توانند منطقی باشند؛ اما شما منطقی و حرفه‌ای باقی بمانید.

گاهی ممکن است مشتریان آنقدر ناراحت شوند که نتوانند ارتباط شفاف با شما برقرار کنند تا بتوانید به آن‌ها کمک کنید. خواندن آن‌ها به نام و تکرار جملات همدلانه می‌تواند آن‌ها را آرام کند. اگر این کار نتیجه نداد، به آن‌ها پیشنهاد دهید که بعداً با شما تماس بگیرند. ممکن است بعضی از تماس‌گیرندگان سرگردان و بی‌هدف باشند و زمانی طولانی را صرف مکالمه با شما کنند. مودبانه در کار آن‌ها دخالت کنید و روش‌های ممکن برای کمک به آن‌ها را از خودشان بپرسید. نکته اصلی مشکل را بشنوید و آن را مانند هر تماس دیگری مدیریت کنید. مسئولیت‌پذیر باشید و حامی و همدل باقی بمانید.

اگر باید خبر بدی را به اطلاع مشتری برسانید، آن را مانند همبرگر سرو کنید. نان روی همبرگر نشان می‌دهد که خواسته مشتری را به وضوح فهمیده‌اید. گوشت همان خبر بد است و نان زیر همبرگر با اتمام خبر به صورت مثبت و همدلانه از مشتری تشکر می‌کند. وقتی با مشتری عصبانی روبه‌رو می‌شوید، حالات چهره شما باید گرم و پذیرا باشد، نه اینکه عصبانیت مشتری را بازتاب دهد. تماس چشمی برقرار کنید. از حرکات متوازن، غیر پرخاشگرانه و آرام استفاده کنید. حالتی راست، قوی، پر انرژی اما غیر

تهدیدآمیز داشته باشید. در حدی نزدیک مشتری بایستید که نگرانی خود را نشان دهید؛ اما بیش از حد به او نزدیک نشوید. باید حمایت، همدلی، قدرت و سخاوت روحی از خود نشان دهید.

بر مشتری تمرکز کنید، نیازها و اولویتهای او را بشناسید و سعی کنید به جای فروش، ارتباط ایجاد کنید. اگر از انتظارات مشتریان فراتر رفته و برای درک نیازهای بلندمدت آنها تلاش کنید، بهتر از فردی عمل می‌کنید که فقط می‌خواهد محصولات خود را غالب کرده و سفارش بگیرد. شما به منبعی موثق و معتبر برای مشتریان تبدیل خواهید شد.

مجیک حتی با حداقل وظایفی که هر فرد تماس‌گیرنده باید انجام دهد، می‌تواند به شما کمک کند: جمع‌آوری پول از مشتریان متخلف. نشان دادن درک و همدلی، بیش از تلاش برای وادار کردن مردم به پرداخت پول موثر است. اگر همکاری داشته باشید و خود را علاقه‌مند به مذاکره نشان دهید، اغلب مشتریان مایلند با شما کار کنند. بر شخصی که با او معامله می‌کنید تمرکز کرده و او را تهدید نکنید (حداقل نه در ابتدای کار). برای دستیابی به راه‌حلی متقابل تلاش کنید.

وقتی روابط با مشتریان شخصی می‌شود

افرادی که مهارت‌های «مجیک» را یاد می‌گیرند، نهایتاً جامعه‌ای از افراد پیشرو تشکیل می‌دهند که به ایجاد ارتباط با مشتری اهمیت می‌دهند. دیدگاه آنها خدمت‌رسانی، ارزیابی و ارتقای دائمی است. اصول «مجیک» را در سیستم پاداش‌دهی شرکت خود، مربیگری و فرایندهای داخلی و همچنین در ارتباط هر یک از کارمندان با مدیر، تقویت کنید. وقتی مهارت‌های «مجیک» را آموختید، از راه آموزش، آنها را با دیگران قسمت کنید. کاری که به عنوان مربی انجام می‌دهید می‌تواند ترکیبی از جلسات منظم و جلسات رسمی‌تر و کوتاه‌تر باشد. برای ایجاد ارتباط مربیگرانه:

۱. در هر جلسه آموزشی، هدف خاصی را دنبال کنید.

۲. ادراکات خود و فردی که به او آموزش می‌دهید را درک کنید.

۳. برای مواردی که باید کشف کرده و گسترش دهید، متقابلاً تصمیم‌گیری کنید.

۴. فهرستی از توافقات و اقداماتی که هر دو طرف پیگیری خواهید کرد را تهیه کنید.

با وجودی که نمی‌توانید احساسات و افکار واقعی طرف مقابل را بفهمید؛ اما تجربه کافی برای حس کردن افکار و احساسات کلی افراد در یک شرایط خاص را دارید. با استفاده از روش مجیک درمی‌یابید که اغلب مردم می‌خواهند موجه باشند و به تلاش‌های شما برای درک آن‌ها و کمک به آن‌ها پاسخ مثبت می‌دهند. افزایش اثربخشی شما بر مشتریان غیرقابل تصور خواهد بود.