برخی از مشتریان را اخراج کنید!

موفق شدن در کسب‌وکاری جدید کار دشواری است. تصور خلاص شدن از دست یک مشتری که به‌سختی جذب کرده‌اید، حتی از آن هم سخت‌تر است. اما گاهی مجبورید با یک مشتری کابوس‌وار قطع رابطه کنید.

اخراج اولین مشتری دردسرساز

این ماجرایی است که منجر به اخراج نخستین مشتری کابوس‌وار من شد. من دو خواهش از او کردم: یکی اینکه با کارمندان من بهتر برخورد کند (او توهین می‌کرد، سرشان داد می‌زد، به آن‌ها دشنام می‌داد و من خواستم که عذرخواهی کرده و در آینده محترم‌تر رفتار کند) و بدهی‌هایش را بپردازد (او صدها هزار دلار به ما بدهکار بود و به تماس‌های ما جواب نمی‌داد). وقتی دفتر این مشتری را ترک کردم، به مدیر مالی او گفتم مدت‌هاست که بدهی‌هایشان را پرداخت نکرده‌اند و از او خواستم که این کار را انجام دهد. خیلی به این موضوع فکر نکردم، چون مدیر مالی مسئول

پرداخت‌ها بود.

مدت کوتاهی پس از آنکه از آنجا خارج شدم، تلفنم زنگ زد. من به سرزنش‌های مشتری عصبانی‌ام گوش دادم. او از اینکه درباره پرداخت‌های معوقه با مدیر مالی‌اش صحبت کرده بودم، بسیار عصبانی بود، فریاد می‌زد که نباید با هیچ‌کس غیر از او در شرکتش حرف بزنم و با توهین‌های بسیار تهدید کرد که من و شرکتم را اخراج می‌کند.

من صبر کردم تا غضبش فروکش کند. سپس به‌آرامی گفتم: «نباید نگران اخراج من باشید، زیرا من شما را اخراج می‌کنم». سکوتی برقرار شد. او شوکه شده بود. پس از چند لحظه، به‌شدت خندید و گفت شما چنین کاری با من نمی‌کنید. من میلیون‌ها دلار به شرکت شما پرداخت کرده‌ام و من گفتم: «من هم همین کار را کرده‌ام. نامه‌ای رسمی از طریق ایمیل برایتان ارسال خواهد شد، اما اجازه دهید شفاهی هم این موضوع را اطلاع داده باشم.»

["message_box text_color="light]

اخراج کردن مشتری کار ساده‌ای نیست. اخراج کردن مشتری بزرگ از آن هم سخت‌تر است، اما گاهی برای رشد و سلامت کسب‌وکارتان لازم است.

[message_box/]

از کارمندانتان محافظت کنید

ارزش روحیه و فرهنگ شرکت آن‌قدر زیاد است که نباید برای حفظ چنین مشتریانی قربانی شود، حتی اگر خیلی بزرگ باشند. کارمندان شما ارزشمندترین دارایی‌هایتان هستند و نباید اجازه دهید یک مشتری کابوس‌وار آن‌ها را تحقیر کند. می‌توانید جایگزینی برای مشتری پیدا کنید، اما جایگزین کردن کارمندان فقط افراد جدیدی را برای تحقیر شدن در اختیار مشتری کابوس‌وار قرار می‌دهد.

["message_box text_color="light]

نمی‌توانید مشتری را مقدم بر کارمندانی بدانید که به دیگر مشتریان شما خدمات می‌دهند.

[message_box/]

گاهی موضوع سر پول است

همچنین باید مشتریانی که در ازای خدمات شما پولی پرداخت نمی‌کنند را اخراج کنید. گاهی مشتری‌ها به این دلیل کابوس‌وار هستند که خدمات‌رسانی به آن‌ها (حداقل به روشی که خودشان انتظار دارند) بسیار هزینه‌بر است. این مشتریان همه آنچه که باید ارائه دهید را می‌خواهند، اما تمایلی به پرداخت قیمت لازم برای ارائه آن خدمات و درعین‌حال کسب سود توسط شما ندارند.

در مورد بالا، مشتری کابوس‌وار من از شرکتم به‌عنوان بانک استفاده می‌کرد. او بدهی‌های خود به شرکت ما را پرداخت نمی‌کرد، اما ما باید سود پولی که برای خدمات‌رسانی به او قرض کرده بودیم را می‌پرداختیم.

همه مشتریان سخت، مشتریان کابوس‌وار نیستند

قبل از اینکه مشتری خود را اخراج کنید، می‌خواهم مطالبی درباره مشتریانی بگویم که شاید چالش‌آور باشند، اما واقعا کابوس‌وار نیستند.

مشتری سخت (نتایجی از کسب‌وکار می‌خواهد که به‌راحتی قابل‌دستیابی نیست یا نتایجی که قابلیت‌های شما را گسترش می‌دهد) لزوما مشتری کابوس‌وار نیست. در واقع مشتریان سخت می‌توانند به شما کمک کنند تا با بهبود قابلیت‌های خود موجب رشد کسب‌وکارتان شوید و راه‌های جدیدی برای خلق ارزش برای مشتریان دیگر خود بیابید.

["message_box text_color="light]

با وجودی که مشتریان کابوس‌وار همیشه مدعی هستند، اما مشتریان سخت

می‌توانند هم‌فکر باشند و راه‌هایی را برای همکاری مشترک با شما بیابند که موجب رشد هر دو طرف شود. تمایل مشتریان سخت به اینکه شرکای خوبی برای شما باشند و در مسئولیت کسب نتایج سهیم شوند، آن‌ها را ارزشمند می‌سازد.

[message_box/]

حالا به این روش مشتریان را اخراج کنید

اگر تشخیص دادید یکی از مشتریان مشکل‌آفرین است و برچسب کابوس‌وار به او می‌چسبد، زمان قطع ارتباط با اوست. این فرایند همیشه ساده نیست و به‌ندرت خوشایند است. باید آرام، حرفه‌ای و بی‌احساس عمل کنید. یکی از افراد شما که دعوایی است، این فرایند را ساده‌تر نخواهد کرد.

در بهترین حالت، باید مشتری را رودررو اخراج کنید. شما دلیل بی‌نتیجه بودن رابطه و عدم ارائه خدمات ازآن‌پس را شرح می‌دهید و سپس درباره گام‌های بعدی و عملیات قطع ارتباط صحبت می‌کنید.

اگر رابطه شما بر پایه قرارداد است و باید به‌صورت کتبی اعلام شود، این کار را انجام دهید. باید به آن مشتری زمان دهید تا عرضه‌کننده دیگری را بیابد، مخصوصا اگر شریک استراتژیکی برای او هستید.

هیچ دلیلی وجود ندارد که عملی غیرحرفه‌ای انجام دهید یا کلامی غیرحرفه‌ای بگویید. به یاد داشته باشید که شاید این مشتری کابوس باشد، اما می‌تواند حرف‌هایی به مشتریان دیگر از جمله به مشتریان احتمالی شما بزند که در نهایت برایتان مشکل‌ساز شود. مطمئنا نمی‌خواهید با چنین مشکلی روبه‌رو شوید.