

# مهارت‌های تلفن کردن



منبع: [www.modiresabz.com](http://www.modiresabz.com)

نویسنده: پاتریک فرسبیت  
ترجمه: ایرج صفا  
موضوع: فروش

برای خواندن جدیدترین مطالب مدیریت و بازاریابی به سایت مدیرسبز مراجعه کنید!  
برای دانلود صدها مقاله مشابه این مطلب عضو سایت مدیر سبز شوید!

هر روز میلیون‌ها بار تلفن در ادارات در سراسر جهان زنگ می‌زند. آن‌چه بعد از آن رخ می‌دهد ممکن است از اهمیت زیاد یا کمتر برخوردار باشد ولی همیشه این موضوع مهم می‌باشد. ممکن است یک تماس منحصر به فرد بوده یا بخشی از یک رشته تماس‌هایی باشد که کم‌کم دیدگاه سازمان یا یک شخص را از آن سوی دیگر تشکیل دهد. هر زمان که این زنگ زدن اتفاق می‌افتد نیاز به توجه و دقت دارد. کسی باید به آن جواب دهد و آن شخص باید مهارت‌های معینی را به کار گیرد تا که تماس و ارتباط، کار خود را بکند و موفقیت آمیز هم باشد.

## رسیدگی به شکایات

حتی سازمان‌هایی که به بهترین نحو اداره می‌شوند تعدادی شکایات دریافت می‌کنند. ممکن است تعداد شکایات زیاد نباشند ( اقدام مدیران باید در این مورد صورت گیرد) ولی هنگامی که یک شکایتی پیش آید ممکن است غیر منتظره بوده و هر کسی که احتمالا تلفن را برمی‌دارد و به شکایت رسیدگی می‌کند باید بداند که چگونه این کار را انجام دهد.

این کار مخصوصا به دو دلیل مهم است. اول این که واکنش طبیعی انسان به شکایت ممکن است واقعا امور را بدتر کند یعنی مدافعانه ادعا کند که این کار تقصیر من نیست. چنانچه به چنین رفتار تدافعی برخورد شود، آن‌گاه تضمین پاسخی که ظاهرا مشتری نسبت به آن حساس است مشکل و دشوار می‌باشد. ممکن است مستقیما شخصی که به موضوع رسیدگی می‌کند مقصر نباشد، مشتریان حتی ممکن است در مورد این که چه کسی مقصر است بی‌اعتنا باشند و فقط بخواهند که موضوع هر چه زودتر، موثرتر و بدون سر و صدا حل و فصل شود.



هر چیزی که حکایت از شانه خالی کردن باشد یا اشاره به این داشته باشد که در مسیر خطای من نیست، فقط می تواند موضوع را سریعاً بدتر کرده و شکایت را تشدید نماید. آن گاه می تواند دو شکل را به خود بگیرد: یکی این که چرا چیزی اتفاق افتاده و خواستار حل و فصل موضوع شده و دیگر آن که خواستار دانستن این موضوع شود که چرا بهتر از این مورد رسیدگی قرار نگرفته است.

احتمال بیشتری دارد که شکایات جدی نسبت به شکایات جزئی مورد رسیدگی قرار گیرد ولی حقیقت این است که همه‌ی شکایات مهم بوده و اهمیت دارند. طبق یک پژوهش گفته می‌شود که چنانچه سازمانی کاری را درست انجام ندهد مشتریان ۱۰ بار نسبت به زمانی که تحت تاثیر قرار می‌گیرند تعداد افراد را می‌گویند. بنابراین موضوع اهمیت دارد و فرصتی به شمار می‌رود.

ما با اطمینان می‌خواهیم از شکایت جلوگیری کنیم ولی اگر این شکایات رخ دهند آن گاه باید به صورت فرصت مثبتی برای کسب واکنش مشتری تلقی گردند. در واقع اگر مردم فکر کنند که واقعا در مورد چیزی خوب اقدام شده، شاید غیر منتظره این است که چگونه آن را مطرح کنند و آن گاه به احتمال قوی مایل خواهند بود که چنانچه زمینه‌های شکایت هرگز پیش نیاید، سفارش مجدد بدهند.

## اهمیت شکایات

برای رسیدگی بهتر به شکایات باید مطالب زیر را درباره‌ی آن‌ها درک کنیم:

### ۱. آن‌ها انگیزاننده هستند

همان طور که توضیح داده شد مشتریان فقط ناراحت نمی‌شوند بلکه آن‌ها مصمم‌اند که رضایت به دست آورند و بنابراین احساسات بالا می‌گیرد. روی هم رفته، چنانچه عدم تحویل یک قطعه مهم و حیاتی منجر به توقف کامل خط تولید شده باشد آن گاه آن‌ها حق دارند که آزرده شوند.

تقصیر ممکن است متوجه فرآورده‌ها، فعالیت‌های خدماتی، خط مشی شرکت و سازمان و عملکرد شخصی بوده و همین طور عواملی خارج از کنترل مستقیم شما (شاید هواپیمایی به خاطر بدی هوا دچار تاخیر شده باشد) ممکن است دخالت داشته باشد. برخی از این عوامل را می‌توان پیش‌بینی کرد و این کار کمک می‌کند که به آن‌ها رسیدگی کنیم. مثلاً چنانچه مشکلی در تولید، یک اشکال کیفیتی را باعث شود آن گاه ما باید آماده دریافت تلفن‌هایی درباره اقلامی باشیم که در روز وقوع مشکل ارسال شده‌اند.

### ۲. شکایات‌ها ممکن است همیشه قابل توجیه نباشند

مشتری ممکن است اشتباه کرده باشد، بنابراین همیشه نباید بلافاصله تقصیر را پذیرفت.



## ۳. شکایت‌ها منبعی است از اطلاعات

این موضوع ممکن است اطلاعات مهمی باشد که به ما اخطار نماید انتظار شکایات بیشتر را داشته باشیم یا به ما کمک نماید که از آن‌ها جلوگیری کنیم یا صرفاً بازخورد یا واکنش را درباره احساس مشتری به دست دهد، داشتن یک فرم اختصاصی برای مستند کردن شکایت‌ها، مفید و سودمند است. این موضوع مفید و سودمند است چون که تضمین می‌کند که هیچ اطلاعات مفیدی گم نمی‌شود (ولی اجازه ندهید که چنین فرم‌هایی وسیله‌ای برای مقصر اعلام کردن تلقی گردد زیرا این کار مانع در کاربرد آن‌ها خواهد شد) چنین فرمی باید مطابق با هر سازمانی تنظیم گردد.

## همدردی کردن

باید کاری کنید که مردم احساس کنند شما واقعا علاقه‌مندید که آن‌ها باید این مکالمه را داشته باشند و این که دیدگاه آن‌ها را درک کرده و حقیقتاً می‌توانید خود را به جای آن‌ها بگذارید. صداقت درونی همیشه آشکار خواهد شد و از این رو باید توجه واقعی به موضوع کنید. نشان دهید که جر و بحثی نخواهد بود، نشان دهید که حرف شاکی را قطع نکرده و حداقل از وضع روحی او با جمله‌ی متاسفم که این جوری احساس می‌کنید پوزش می‌طلبید.

در نظر گرفتن تلفن به عنوان یک وقفه و مزاحمت خیلی آسان است. تلفن کردن بدون بررسی، فقط تلفن‌های دیگری را در بر خواهد داشت. با فرض وجود فکر و به کارگیری مهارت‌های درست، تلفن می‌تواند یک سرمایه واقعی به شمار آید، وسیله‌ای که به طور روزانه و مرتب و مکرر کار می‌کند تا اثر مثبتی را بر جای گذارد.