RECEVENT Sp. z o.o.

materiały prasowe

**5 sposobów na budowanie dobrych relacji z klientem**

Katarzyna Półtorak

*Head od Client Service*

Obraz zawierający tekst

Opis wygenerowany automatycznie

**Żadna to rewelacja, że klienta łatwiej zdobyć niż utrzymać. Budowanie długofalowych relacji biznesowych w oparciu o konglomerat takich cech obsługi jak profesjonalizm doradcy, terminowość realizacji plus domieszka osobistego zaangażowania to piękna idea, tylko jak właściwie to zrobić?**

Jak mówi zasada Pareta, 20% stałych klientów generuje w branży usługowej aż 80% przychodów firmy, czyli stanowią oni podstawę zysków, a zdobycie nowego klienta może kosztować nawet 7 razy tyle co utrzymanie obecnego. Te statystyki z pewnością przekonują nie tylko managerów, ale też accountów, że warto inwestować energię w budowanie lojalności klientów.

Sztuka pracy w roli accounta polega w dużej mierze na umiejętnościach komunikacyjnych. Kiedy mamy do przekazania dobre wieści, obsługa klienta to sama przyjemność, ale jak poinformować, że zlecenie zostanie zrealizowane z opóźnieniem? Jak rozmawiać, żeby klient otrzymywał od nas te dane, które z jego perspektywy są najważniejsze?

1. **Nie szukaj uniwersalnej recepty.**

Nie łudź się, że istnieje zestaw formuł, które możesz odczytać w danej sytuacji jak ze skryptu telemarketera. Każdy jest inny, do tego miewa dobry i zły humor, dobry czy zły dzień. Dlatego przede wszystkim rozmawiaj, **wykaż się empatią**. Dostosuj komunikację do charakteru odbiorcy. Jeśli klient wymaga od Ciebie przede wszystkim deklaracji terminu, w pierwszej kolejności podawaj mu tę informację, ale pamiętaj, że inna osoba może uznać ten komunikat w pierwszym zdaniu za oschłe, przedmiotowe traktowanie i warto rozpocząć rozmowę od grzecznościowego wprowadzenia dotyczącego choćby samopoczucia czy hobby.

1. **Patrz do przodu.**

Przekazujesz klientowi wiadomość, że zlecenie nie zostanie wykonane zgodnie z pierwotnymi założeniami. Co należy powiedzieć? Nie tłumacz się, nie zrzucaj winy na czynniki niezależne od ciebie, zamiast tego miej w rękawie gotowe rozwiązanie i wychodź z inicjatywą, bo ostatecznie najważniejsze jest, **jak osiągnąć cel mimo trudności.**

1. **Zapracuj na lojalność i zaufanie.**

Lepsza zła prawda niż obietnica bez pokrycia. Długofalowa dobra relacja może być budowana tylko na szczerości i poczuciu bezpieczeństwa. Spraw, by klient ci zaufał. Nie mydl mu oczu, nie obiecuj niewykonalnego, informuj o napotkanych problemach i przedstawiaj możliwe rozwiązania. A do tego zawsze **bądź słowny!**

1. **Buduj więź emocjonalną.**

Nie każdy lubi się dzielić prywatnymi sprawami, a jednak osobista sympatia do danej osoby w wielu przypadkach może przeważyć nad atrakcyjnością oferty konkurencji. Również z tego powodu tak ważne jest indywidualne podejście do klientów. Czasy, kiedy decyzja zakupowa zależała głównie od ceny produktu czy usługi, już dawno minęły. Klient oczekuje od firmy **wartości dodanej**, a tą w dużej mierze jest właśnie jakość obsługi.

1. **Nie bój się pytać.**

Kto najlepiej wie, jak częstego kontaktu oczekuje klient albo jaką jego formę preferuje? Tak, tak, dobrze myślisz. Wie to tylko klient, dlatego nie bój się go o to zapytać. Dopytuj o wszystkie aspekty zlecenia, które budzą twoje wątpliwości. Nie projektuj, co klient miał na myśli, nie podejmuj decyzji samodzielnie, nie udawaj mądrzejszego. Nie ma głupich pytań, a każde z nich prowadzi do zwiększenia precyzji w realizacji zlecenia. Pomyśl, ile **możesz zyskać, jeśli po prostu zapytasz** i nie będziesz się domyślać, strzelać w ciemno.

Choć nie istnieje gotowy przepis na zadowolonego klienta, warto znać i wdrażać **zestaw dobrych praktyk**, które podnoszą jakość obsługi, a w dalszej perspektywie umożliwiają budowanie relacji interpersonalnych opartych na lojalności i zaufaniu. Koniec końców to człowiek rozmawia z człowiekiem. Pamiętaj, że za silnymi markami stoi profesjonalizm i zaangażowanie osób, które je tworzą.