



УСПЕХ В ПРОДАЖАХ

МОДУЛЬ 15

Превосходное обслуживание клиента

ВВЕДЕНИЕ

МОДУЛЬ 15

Превосходное обслуживание клиента

Вне зависимости от того, каковы ваши функции в компании, ваша должность называется “Решатель Проблем”, а ваша функция - “Удовлетворение Клиента”. Ваш клиент - некто, от кого зависит ваш успех и перспективы в карьере. Ваш клиент также некто, чей успех и перспективы зависят от вас.

Лучшие специалисты и лучшие компании одержимы обслуживанием клиентов. Покупатель - это человек, занимающий все их мысли. Все их действия направлены на все лучшее удовлетворение покупателей.

Как сказал Сэм Уолтон, “Настоящий хозяин - всегда клиент.

Он может в любой момент уволить нас, просто решив потратить деньги на что-нибудь другое”.

Ваше умение создавать и поддерживать репутацию поставщика с высоким уровнем сервиса - вот ключ к успеху вашей компании и вашей карьеры.

В этой сессии вы узнаете:

- Четыре уровня клиентского сервиса
- Четыре уровня восприятия продукта
- Как разработать стратегию для клиентского сервиса
- Как определить ваше место на рынке по качеству обслуживания

Если уровень

изменений за

пределами фирмы

превышает уровень

изменений внутри,

то конец близок” -

Джек Уэлч

ПРЕВОСХОДНОЕ ОБСЛУЖИВАНИЕ КЛИЕНТА

1. В чем заключается ваша работа? Привлекать и удерживать покупателя!
 - а. Обычные компании получают жалобы лишь от __% клиентов.
 - б. Остальные __% уходят молча. 91% никогда не _____;
 - в. Недовольный покупатель _____ о вас 8-10 людям;
 - г. __% купит у вас снова, если вы решите их проблему;
 - д. 95% купит снова, если их _____ будет решена немедленно!
 - е. Приобретение нового клиента обходится в __ раз дороже удержания старого!

2. Успех вашего дела определяется качеством оценки вашего места на рынке:
 - а. Качество не только товара, но и всех сопутствующих услуг.
 - б. Какова оценка качества вашей продукции? Выясните это!
 - в. Решите улучшить ваше положение на рынке;
 - г. Чем лучше ваше положение на рынке, тем больше денег компания может требовать за свою продукцию, тем больше будет прибыль и быстрее рост.

3. Есть четыре стандартных уровня обслуживания покупателя:
- а. _____ покупателя - минимальное требование для выживания на рынке;
 - б. _____ ожиданий покупателя - минимальное требование для роста;
 - в. _____ покупателя! Главная цель лучших специалистов и лучших компаний!
 - г. _____ покупателя! В этом секрет стремительного роста и высокой рентабельности.
4. Стандарты обслуживания Disney Corporation - одни из лучших в мире. Курорты Диснея используют акроним ВКДПВ (Впечатления от курортов Диснея просто волшебны).

Вопрос: А как вы можете приблизиться к уровню “волшебства”?

5. С точки зрения покупателя, все товары и услуги находятся на одном из четырех уровней:
- а. _____ продукт - товар или услуга делает ровно то, что должен;
 - б. _____ товар или услуга - желаем покупателем и необходим для удовлетворения его потребностей;
 - в. _____ товар или услуга - когда дополнительная добавленная стоимость превосходит ожидания покупателя;
 - г. _____ товар или услуга - ограничивается только вашим воображением!
- д. Правило: “Ваш успех в жизни (и работе) будет прямо

пропорционален тому, что вы делаете _____ того, как сделали то, что должны были”.

6. Моменты истины - возникают всякий раз, когда покупатель общается с вами или вашей компанией:
 - а. _____ момент истины - ваш офис, парковка, рекламные материалы;
 - б. _____ моменты истины - манера телефонного разговора, теплота, отзывчивость;
 - в. “Вы!” - каждый контакт с покупателем, в любой форме;
 - г. Правило: “Все имеет _____!”
7. Главный вопрос таков: Как вам бы хотелось, чтобы ваши клиенты описывали вас?
8. Этапы разработки стратегии обслуживания:
 - а. Кто ваши _____ ключевые клиенты? Кто будет вашими ключевыми клиентами в будущем?
 - б. Что они ожидают от _____?
 - в. Установите для себя и компании минимальные _____ сервиса:
 - г. Примеры стратегий сервиса лучших компаний;
 - 1) Domino’s Pizza — доставка в течение 30 минут;
 - 2) Nordstrom, L. L. Bean - гарантия 100%-го удовлетворения;

3) Многие компании практикуют выполнение заказов в течение 24 часов;

4) Популярной стратегией является гарантия полной исправности товаров;

5) Federal Express — “Абсолютно. Позитивно. Стремительно”;

д. Установите стандарты, которым можете _____;
настройте всех на соответствие этим стандартам;

е. Расскажите покупателям о ваших стандартах качества обслуживания и _____ их!

9. Чего хочет покупатель? Того же, что и вы!

а. Дружелюбного, веселого _____;

б. _____ - обслуживания, доставки, оформления документов;

в. _____ проведения операций и удобства;

г. Быстрых _____ на проблемы, жалобы;

д. Быть _____, признанными, чувствовать себя важными;

10. Кто определяет ваши стандарты качества обслуживания?

Ответ: Ваши _____! Их уровень - это ваш минимум, который необходимо превзойти, чтобы заполнить покупателей.

11. Жалобы, неудовлетворенность покупателей? “Моменты истины!”

а. Жалобы покупателей _____. А ваши реакции могут быть разными;

б. Жалобы покупателя - это возможность добиться _____ покупателя;

в. Стратегия. Полностью выслушайте жалобу. Не защищайтесь.

г. Скажите: “Я _____, как вы себя чувствуете. Если бы я был на вашем месте, то чувствовал бы то же”.

ж. Извинитесь, скажите: “Мне очень _____!” или “Нам очень _____”

з. Предложите _____ решение проблемы

и. Повысьте качество - сделайте что-то _____ для покупателя

12. Непрерывно улучшающаяся стратегия обслуживания - постоянно задавайте клиентам такие вопросы:

а. Все ли _____?

б. Что можно _____?

в. Чего вы от нас _____?

г. Как мы можем _____ ценность нашего обслуживания прямо сейчас?

Будьте готовы предоставлять только самый лучший сервис. Решите, каким будет ваш превосходный сервис и начните работать над ним!

Задайте себе следующие вопросы:

1. Какие есть три способа ответить на жалобу клиента?

2. Что такое качество для моих покупателей?

3. Какие мои действия по отношению к покупателям они ценят больше всего?

4. Как можно использовать концепцию "Превосходного Клиентского Обслуживания" для дифференциации моей компании, товара или услуги?

5. Что я делаю или могу сделать, чтобы восхитить или поразить покупателей?

6. Каковы наиболее важные “моменты истины” в моих отношениях с покупателями?

7. Как бы мне хотелось, чтобы мои покупатели описывали меня моим потенциальным покупателям?

Какое одно действие я предприму прямо сейчас по результатам этой сессии?
