



Csordás Zsuzsanna

Személyesen az ügyfelek szolgálatában



A követelménymodul megnevezése:

Üzleti kommunikáció

A követelménymodul száma: 2567-06 A tartalomelem azonosító száma és célcsoportja: SZT-004-50



FELKÉSZÜLÉS A KAPCSOLATFELVÉTELRE, AZ ÜGYFÉLFOGADÁSRA

ESETFELVETÉS – MUNKAHELYZET

Játsszunk el a gondolattal, hogy amikor ügyünkkel felkeresünk egy személyes ügyfélszolgálati irodát, egymás mellett három ilyen irodát találunk.

- 1. Az első irodában minden koszos. Az ablakokon szinte nem lehet átlátni, körben foltos, szakadt kárpitú padok, a polcokon elszáradó félben lévő növények, a világítótestek fele nem működik, az eladók vasalatlan ruhában, ápolatlan külsővel fogadnak, rágógumit rágnak, észre sem veszik a betévedő ügyfelet, hisz szemmel láthatóan fontosabb számukra, hogy egymással beszélgetnek.*
- 2. A második helyiségen látszik, hogy rengeteg pénzt költöttek rá. Aranyozott kilincsek, nagyon finom bőr bevonat az ülőbútorokon, szikrázó fényesség, drága növények. Az ügyfélszolgálatos munkatársak méregdrága formaruhában, úgy tűnhet, akkor jöttek a fodrásztól, arcukon a széles mosoly nem tűnik őszintének.*
- 3. A harmadik iroda tiszta, berendezése nem hivalkodó, kényelmes, rend a polcokon, a világítás korszerű, praktikus, a növények gondozottak, szépen díszítenek. A munkatársak csinos, egyszerű formaruhában, ápolat külsővel, barátságos mosollyal fogadnak.*

Nem kérdés, melyik irodában érezzük jól magunkat, melyikben bízunk az ott dolgozó ügyfélszolgálatos munkatársban, hol hisszük el leginkább, hogy ügyünk jó kezekben van. Csak a harmadik iroda biztosítja mindezt számunkra, nem hiányzik a komfortérzet, mint az elsőnél, nem vagyunk feszélyezettek, mint a másodikban.

A személyes ügyfélfogadás első, meghatározó lépése az ügyfélfogadás előkészítése, felkészülés a minőségi ügyfélszolgálatra!



1. ábra. Impozáns, barátságos a Telekom Bolt ¹

SZAKMAI INFORMÁCIÓTARTALOM

AZ ELSŐ BENYOMÁS ²

Az első pillanatokban az ügyfelet többoldalú impulzus éri, ami jelentősen befolyásolhatja hozzánk és szervezetünkhöz való viszonyát, bizalmi szintjét. Az ügyfelet ért első hatások segíthetik, vagy nehezíthetik kölcsönös együttműködésünk kialakítását.

Amikor belép az ügyfél, már impulzusok sokasága éri: milyen a környezet, sokan vannak-e, kell-e várnia, fogadja-e valaki (köszön-e, rámosolyog-e, kap-e eligazítást), le tud-e ülni, ha akar, kiigazodik-e az ügyféltérben? Vagyis mire a munkatárshoz kerül, már van egy jó vagy rossz első benyomása.

A környezet

Mire figyelünk az ügyféltérben?

¹ Forrás: www.europark.hu

² Forrás: Személyes ügyfél-kommunikáció (Tankönyvpótló jegyzet). Humán Erőforrás Alapítvány, 2003. p. 100–104

Ügyfélszolgálati munkatársként közvetlenül általában nem mi alakítjuk ki az irodát. Abban viszont jelentős a felelősségünk, hogy megóvjuk állagát, tisztán tartsuk, és észrevegyük a hiányosságokat. Szóljunk, ha nem működik valami, tegyünk javaslatot változtatásra, ha az ügyfélszolgálat javítása érdekében szükségét érezzük! Folyamatosan **figyeljünk a**

- tisztaságra
- bútorokra
- elegendő ülőhelyre
- polcokra
- a kiállított eszközökre, termékekre
- világításra
- hőmérsékletre
- díszítésekre, növényekre
- kiegészítőkre (olvasnivaló, italautomata)!

A személyes megjelenés

Az ápoltság alapkövetelmény a személyes ügyfélszolgálatban. A frizura, a smink nem lehet hivalkodó, és összhangban kell lennie az iroda, a formaruha stílusával.

Az öltözködés a vállalat információ közvetítése ügyfelei felé. A konzervatív elegancia merőben más üzenetet hordoz (pl. hagyományos értékek, stabil alapok, kiforrott minőség) mint a könnyed, lendületes, esetleg extravagáns külső (pl. szabadság, életöröm, kreativitás).

Különösen erőteljes a munkatársak által kötelezően viselendő egyenruha (az anyag minősége, a szabás rafinériája, a mindenkinek jól áll-e, kényelmes-e) vagy szimbólum (pl. nyakkendő vagy sál, kitűző) üzenete: összetartozunk, s ezt szívesen ki is mutatjuk.

A formaruha önmagában nem elegendő, azt tudni kell viselni, az ügyfélnek látnia kell a célt, az összetartozást. Észre fogja venni, ha nem így van, ha eltakarjuk, átalakítjuk, nem ügyelünk eléggé a rendezettségére, hiszen nem fontos nekünk. Ezzel rosszabbat teszünk, mintha nem lenne formaruhánk. A vállalatnak fontos az is, hogy jelezzük vissza az ügyfelek észrevételeit az egyenruhával kapcsolatban.

Várakozás

A hosszú sorban állás, a várakozás, az esetleges türelmetlenkedők és „soron kívül besurranók” igen feszültté teszik az ügyfélszolgálati térben a hangulatot. A türelmetlenség és az elégedetlenség olykor futótűzként terjed, s az egyébként ráérő és nyugodt embereket is agresszívvá teheti.

Hogyan csökkentjük a várakozási időt?

Sorszámot, hívószámot adunk ki, a viták és az irreálisan hosszú (vagy értelmetlen – mert aznap már úgy sem kerülhet sorra) várakozások elkerülése végett. Az ügyfélnek nem kell figyelnie, ki után következik, ki előzi meg. Gondot leginkább az okoz, hogy a sorszámok nem egyenletes tempóban haladnak előre, mivel gyakran igen eltérő az ügyintézési idő, illetve az ügyfelek egy része megunja a várakozást, eldobja a sorszámát, vagy pedig „kiugrik vásárolni”, s amikor visszatér, már túlhaladták. Praktikus kiegészítője lehet a hívószám automatának, ha a sorszám szelvényre rányomtatja az ügýtípusnak megfelelő átlag ügyintézési idő alapján a várható sorra kerülés időpontját.

Remek kiegészítő módszer az **internetes, előzetes időpontra való bejelentkezés**. Jó megoldás mind az ügyfél, mind a szervezet számára. Lényegében nincs várakozás (türelmetlenség, idegeskedés) – várakoztatás (kapkodás, stressz), az ügyfél kiválaszt egy számára kedvező időpontot, s ekkor tudja kulturált körülmények közt, várakozás nélkül intézni ügyeit. Ez a módszer akkor népszerűsíthető, ha kiszolgáljuk az előre bejelentkezett ügyfeleinket a lefoglalt időpontban. Elkerülhetjük a problémákat, ha a várhatóan nagy forgalmú időszakokon kívüli időszakokat tesszük lefoglalhatóvá.

Előfordulhat, hogy mégis várakozni kell. Ilyenkor veszi elő **személyes eszközeit** az ügyfélszolgálati pultnál dolgozó munkatárs, egy barátságos tekintet, nyílt kommunikáció, néhány kedves, biztató szó. Minél feszültebb és hosszabb a várakozás, annál fontosabb, hogy **szánjunk időt és energiát ügyfeleink fogadására**.

Fogadókészség, bizalomszerzés

Ahhoz, hogy az ügyintézés gördülékeny, hatékony, minőségi legyen, meg kell szereznünk a kapcsolatfelvétel elején ügyfelünk **bizalmát**.

Üdvözljük! Felállás vagy csak egy biccentés (legyen ez, ha pult van előttünk), napszaknak megfelelő köszönés és bemutatkozás (még akkor is célszerű, ha kitűzőnkön vagy névtáblán kinn van a nevünk).

„Miben segíthetek?” – hangozzon el ez a kérdés, s kövesse, kedves, biztató, érdeklődő mosoly. Kivéve akkor, ha az ügyfél szemmel láthatóan igen feszült, esetleg ingerült. Ebben az esetben semmiképpen ne mosolyogjunk, inkább egy pillanatra komolyan, mélyen nézzünk a szemébe, s ha hosszú várakozás van mögötte, akkor mondjuk azt: „Sajnálom, hogy sokat kellett várnia. Miben segíthetek?”

A fogadásra szánt és ügyesen kihasznált egy-két perc megteremtheti számunkra azt az együttműködő hangulatot, amikor a legeredményesebben tudjuk ügyfeleinket meghallgatni, megérteni és kiszolgálni. **Sose sajnáljuk erre az időt!** Megtérül.

Összefoglalás

"Szerelem első látásra", vagy "örök harag"?

Készüljünk fel tisztességesen az ügyfél fogadására, és ha nem is szerelem, de egy jó hangulatú együttműködés vár ránk!

Legyünk tudatában annak, hogy ügyfelünk időt, energiát és költséget nem kímélve személyesen jött el hozzánk, mert számára fontos a találkozás, a gyors, szakszerű ügyintézés. Éljük bele magunkat az ő helyébe, lássuk magunkat, szervezetünket az ő szemével, s fogadjuk a tőlünk telhető legnagyobb tisztelettel és körültekintéssel! ³

³ Forrás: Személyes ügyfél-kommunikáció (Tankönyvpótló jegyzet). Humán Erőforrás Alapítvány, 2003. p. 123

TANULÁSIRÁNYÍTÓ

1. *Ügyfeleink számára meghatározó képet ad vállalatunkról az első benyomás, amit személyes ügyfélszolgálati irodánkban tapasztalnak. Milyen a tisztaság, a bútorzat, a világítás, a hőmérséklet, le tud-e ülni, mennyit kell várakoznia, milyen a megjelenése az ügyintézőnek, hogyan van felöltözve, hogyan viselkedik?*

Saját tapasztalatát felhasználva soroljon fel átélt személyes félfogadási helyzeteket! Vegye sorra a szempontokat, gondolja végig, és írja le, milyenek voltak! Emlékezzen vissza, melyik helyzetben hogyan érezte magát! Tapasztalatait ossza meg tanuló társaival!

MUNKANYAG

ÖNELLENŐRZŐ FELADATOK

1. feladat

Sorolja fel, milyen módszerekkel lehet csökkenteni a személyes ügyfélszolgálati irodákban a várakozási időt!

2. feladat

Ön egy személyes ügyfélszolgálati iroda ügyfélfogadó munkatársa. Sorolja fel lépésről lépésre, mit tesz műszak kezdéskor, attól kezdve, hogy belép munkahelye kapuján addig a pillanatig, amikor Ön elé lép az első ügyfél!

MEGOLDÁSOK

1. feladat

- Sorszám, hívószám alkalmazása.
- Internetes, vagy telefonos időpont foglalás, előzetes bejelentkezés.
- Az ügyintézési idő lehetséges kereten belüli csökkentése.

2. feladat

- Átöltözöm formaruhába az öltözőben.
- Ellenőrzöm öltözésem, frizurám, sminkem (hölgyek).
- Ellenőrzöm az irodában a rendet, a tisztaságot, a világítást, a hőmérsékletet, jelzem vezetőimnek, ha valamelyikben hibát látok.
- Ellenőrzöm, van-e papír a nyomtatóban, nyomtatványok, szóróanyagok megfelelő mennyiségben, kéznél vannak.
- Belépek a szükséges informatikai rendszerekbe.

Ekkor kezdődik a munkaidőm!

- Rámosolygok az ügyfélre, bemutatkozom, helyet kínálom, és megkérdezem:
- *Miben segíthetek?*

A SZEMÉLYES ÜGYFÉLKOMMUNIKÁCIÓ JELLEMZŐI, FOLYAMATA. MITŐL LESZ HITELES ÉS EREDMÉNYES A KISZOLGÁLÁS?

ESETFELVETÉS – MUNKAHELYZET

"Jól csak a szívével lát az ember" – mondja a kis herceg.

Az ügyfélszolgálat számára mindig az a legnehezebb része a munkának, hogy az egymás után érkező, eltérő módon viselkedő és kommunikáló, különböző intelligenciájú ügyfelekkel hogyan jusson eredményre, miként ismerje fel, kivel hogyan kell beszélnie, viselkednie.

Szerencsére, ahhoz, hogy a személyes ügyfélszolgálatban jól lássunk a szívünkkel, a tudatosan alkalmazott kommunikáció nagy segítségünkre lesz.

SZAKMAI INFORMÁCIÓTARTALOM

A SZEMÉLYES ÜGYFÉL KOMMUNIKÁCIÓ JELLEMZŐI⁴

A személyes találkozás a leghatékonyabb ügyfélkapcsolati forma, ugyanakkora a legnagyobb energia befektetést követeli meg mindkét fél részéről. A tárgyaló felek egymásra való hatása és ennek következtében befolyása a személyes megbeszélések során a legnagyobb.⁵

A személyes ügyélfogadás kommunikációja közvetlen (direkt) kommunikáció, a partnerek látó- és hallótávolságban vannak egymással.

Kommunikációs szint szempontjából ún. interperszonális kommunikáció, közvetlenül, két személy között zajlik. Lehetőségünk van az üzenetre azonnal reagálni, szinte azonnali ellenőrzést tesz lehetővé számunkra az üzenet fogadását illetően. Módunk van az ismétlésre, az esetleg szükséges korrekciók megítélésére is.

⁴ Forrás: Személyes ügyfél-kommunikáció (Tankönyvpótló jegyzet). Humán Erőforrás Alapítvány, 2003. p. 9-12

⁵ Forrás: Call Center ismeretek (Tankönyvpótló jegyzet). Humán Erőforrás Alapítvány, 2003. p. 13

Mint azt Buda Béla a Közvetlen emberi kommunikáció szabályszerűségei című nagysikerű könyvében leszögezte: *az emberiség az ősember óta nem talált még fel hatékonyabb módot ember és ember közötti információk átadására, mint ezt, vagyis a közvetlen és direkt kommunikációt, azaz az interperszonális kommunikációt.*⁶

Csatornák

A személyes kommunikáció olyan szituációt feltételez, ahol az információk cseréje *sok csatornás*, azaz a beszéd (szókincs, nyelvtani szabályok) mellett erőteljesen befolyásolják a következő tényezők:

A látvány: a partner figurája, testalkata, ruházatának stílusa, színhatása, rendezettsége, ápoltsága. Hogyan áll vagy jár az illető, milyen mozdulatainak dinamikája, milyen gesztusokat használ. Mimikája, tekintete érdeklődést vagy éppen elutasítást sugároz-e.

A tapintás: hányszor történik meg velünk, hogy egy kézfogás különösen jól esik, kellemes a másik bőrének tapintása, magával ragad a szorítás határozottsága, érezzük az erőt, a tettekézséget, biztonságot és bizalmat ígér a mozdulat, a felénk nyújtott kéz. Az is előfordul, hogy egy izgalmas beszélgetés vagy egy különösen hatásos előadás résztvevőjeként felforrósodik a bőrünk, vagy éppen ellenkezőleg, végig fut rajtunk a hideg, azaz saját hő érzékelésünk révén tájékozódunk.

A szaglás is adhat fontos információkat a kommunikátor számára. Néha ellenállhatatlan késztetést érzünk arra, hogy valakitől lehetőség szerint minél távolabb kerüljünk, mert ápolatlanág, mosdatlanság vagy pacsulis szag árad belőle. Nem ritka az sem, hogy valaki vagy valami illata különösen kedves, vonzó számunkra – gondoljunk csak Szindbádra, akit utazásai során illatok vittek messzi tájakra, s készítették újra és újra hazatérésekre, régi ismerősök felkeresésére.

Az ízlelés sem hagyható ki a sorból, különösen, ha ínycsemesterek remekei teszik teljessé az ünnepi fogadást, vagy pedig a sütemény és a habos kávé vagy forró csokoládé zamata segíti át a nehezen induló beszélgetés első perceit. Híres pincemesterek tanúsítják, hogy számos üzleti tárgyalás sikeréhez járult hozzá a jól megválasztott bor íze, zamata, vagy éppen ügyfeleink elégedettsége nő a pultra kitett cukorkától.

A mozgás, a mimika, a taglejtés, a testtartás, a hely- és helyzetváltoztatás. Egészen máshogyan viselkedünk, ha valaki feszes vigyázzállásban, vagy sportosan, "lazán" áll előttünk. Ha mimikájából éktelen harag árad, vagy végtelen nyugalom és kedvesség sugárzik.

⁶ Forrás: Üzleti kommunikáció (Tankönyvpótló jegyzet). Humán Erőforrás Alapítvány, 2003. p. 10–22

A hangélmény maga is összetett. Fontos szerepet játszik benne a kommunikátor hangszíne, nyelvezete, a hangerő és a hang terjedelme, a beszéd ritmusa, vivőereje, a szünetek gyakorisága. Kellemes, simogató hang odafordulásra, az éles, sipító beszéd elfordulásra készlet.

Amit hallunk vagy mondunk, azaz a verbális közlés tartalma csak ezekkel együtt vagy ezeket az egyéb információkat követve kerül be a kommunikációs csatornába.

Jellemzők

Totális benyomás, akusztikai, vizuális és egyéb csatornákon érkező információk sokaságát ötvözi.

Időben mulandó, pillanatnyi, szűkebb hatókörű, helyhez kötött. Egyszeri és megismételhetetlen. ("A szó elszáll...")

A hallgatónak többféle **visszajelzési lehetőséget** kínál (verbális és nem verbális módon).

Gyors gondolkodást, azonnali megfogalmazást igényel.

A **közlés minden eszköze** szerepet kaphat a gondolatcserében, sokcsatornás a kommunikáció.

Ösztönösebb a nyelvi viselkedés, a **normáktól** kisebb-nagyobb mértékű eltérés, **szabálytalanabb** mondatszerkesztés, hosszabb mondatok jellemzik.

A SZEMÉLYES ÜGYFÉL KOMMUNIKÁCIÓ FOLYAMATA⁷

Hétköznapi kommunikációnk során valószínűleg eszünkbe sem jut, hogy a beszélgetés, amelyet barátainkkal folytatunk, egy kommunikációs folyamat. Egy kötetlen csevegésnél nincs is ennek akkora jelentősége, mint az ügyfélkiszolgálásban. A személyes ügyfél kommunikációt az ügyfél kiszolgálása érdekében tudatosan nekünk kell irányítanunk, így pillanatról pillanatra tudnunk kell, hol tartunk, mi van még előttünk, meg kell terveznünk a beszélgetéseket.

A személyes ügyfél kommunikáció lépései

- köszönés
- bemutatkozás
- beszélgetés indítása
- problémafeltárás, pontosítás
- problémamegoldás
- beszélgetés zárása

⁷ Forrás: Személyes ügyfél-kommunikáció (Tankönyvpótló jegyzet). Humán Erőforrás Alapítvány, 2003. p. 71–100; 123

- elköszönés

Köszönés, bemutatkozás

Minden kommunikációs folyamatnak egyértelműen meghatározható legalább egy pontja, a kommunikáció eleje. A személyes ügyfélkapcsolatokban, ahogy a mindennapokban is általában, *köszönéssel*, majd az azt követő *bemutatkozással* indítjuk a beszélgetést. A köszönés, de különösen a bemutatkozás, éppen mert sok esetben az ismeretség kezdete, "névjegy", így alapvető fontosságú az emberi kapcsolatokban.

Ne felejtsük el, hogy első benyomást csak egyszer tehetünk!

Köszönés mindig az alkalomnak megfelelő, udvarias, általános:

- *Jó reggelt kívánok!*
- *Jó napot kívánok!*
- *Jó estét kívánok!*
- *Üdvözlöm!*

Ha van rá lehetőségünk, kínáljuk helyet az ügyfelet:

- *Kérem, foglaljon helyet!*
- *Helyezze kényelembe magát!*
- *Kérem, üljön le!*
- *Üljön le, úgy kényelmesebb!*

Bemutatkozás során fontos, hogy a nevet mindig világosan, érthetően mondjuk és nevünk mindkét részére hangsúlyt helyezünk. Nem szerencsés, ha a formálódó ügyfélkapcsolat a későbbiekben azért akadozik, mert valamilyen Kovácsot keresnek, de persze még nehezebb a helyzet, ha egy bizonyos József után nyomoznak. Személyes ügyfélszolgálatokon gyakran található névtábla az asztalon, de ekkor is minden esetben mutatkozzunk be. Egy kedves, határozott bemutatkozással megalapozhatunk egy olyan bizalmi légkört, mely a későbbiekben jelentősen könnyítheti munkánkat.

Beszélgetés indítása, segítség felajánlása

Ha sikeresen túljutottunk a köszönésen és a bemutatkozáson, mi indítjuk a beszélgetést az első mondatral. Várhatóan – erre válaszként – az ügyfél el fogja mondani, miért jött. Mindig várjuk meg, míg az ügyfél leül, vagy míg befejezi a keresgélést a táskájában, s csak azután tegyük fel az indító kérdést.

Az első mondat adja meg a beszélgetés alaphangját. Fontos, hogy a beszédünk hangsúlyában érződjön a **valós érdeklődés és figyelem**.

- *Parancsoljon, mondja el...*
- *Mivel szolgálhatok?*
- *Kérem, mondja el, mi a kérdése!*

- *Kérem, mondja el, miért kerestek fel minket!*

Probléma megértése, pontosítás

Mit akar az ügyfél?

Mindig ennek felderítésével kezdjük! Megkerestek bennünket, időt és fáradságot, olykor költséget nem kímélve eljött hozzánk, tehát egész biztosan akart valamit. Az már korántsem biztos, hogy ezt összefüggően, pontosan (a „Miben segíthetek?” kérdésre adott válaszként) közölni is tudja velünk. Lehet, hogy csak kapott tőlünk egy levelet, s erre reagált, vagy valamilyen bejelenteni vagy reklamálnivalója van, vagy egyszerűen csak új igénye kezd körvonalazódni, s tájékozódni jött. Igen gyakran nekünk magunknak kell kérdésekkel, illetve aktív figyelemmel feltárni a tényleges okot, okokat. Célzott, pontos kérdések győzik meg az ügyfelet arról, hogy tudjuk, miről van szó.

A neveket, számokat, időpontokat, fontos részleteket ismételjük vissza, ellenőrizzük, hogy jól értettük-e. Próbáljuk meg időnként összefoglalni az elhangzottakat, ekkor lehetőleg használjuk az ügyfél saját szavait. Sokan már azzal elégedettek, hogy viszonylag rövid idő alatt megértették a gondjukat, és segíteni akarnak nekik.

Ha bennünk már összeállt a kép (megértettük és beazonosítottuk), röviden foglaljuk össze – megerősítést vagy további kiegészítést, pontosítást várva – a probléma lényegét.

Megoldás

Mire van szüksége ügyfelünknek?

A skála igen széles, a meghallgatástól egészen a kompenzációig terjed. Ügyfélszolgálatról, terméktől, szolgáltatástól és kampányoktól függően igen változó, hogy potenciális vagy valós ügyfelek keresik-e fel többen és milyen céllal az ügyfélszolgálati irodát. Leggyakrabban ezek a következők:

- Tájékozódás – információkérés (pl. új termékek, szolgáltatások megismerése)
- Tanácsadás igénybevétele (pl. műszaki jellegű)
- Módosítás (pl. szolgáltatási csomag; ügyfeladatok)
- Vásárlás, megrendelés
- Reklamációk

Az ügyfél felkészültségünket, szakmai tudásunkat mindig azon méri le, hogy a kérdésére tudtuk-e a választ, mégpedig azt a választ, amit ő is megért. A **tájékoztatásnak**, információadásnak mindig személyre szabottnak kell lennie. Nem darálható le mindenkinek ugyanaz a sablon szöveg, mert mindenki mást és mást érthet ki egy adott mondatból. Fel kell ismernünk az ügyfél "nyelvét", azon kell hozzá szólnunk, kommunikációnknál ezen kívül a lelkiállapotához is igazodnunk kell.

A szakzsargonok és a túl sok – nem általánosan ismert és használt – szakkifejezés használata nem helyettesíti a szakszerűséget! Lehetőség szerint kerülnünk kell ezeket. Ha muszáj olyan szakkifejezést használni, melynek értelme nem biztos, hogy az ügyfél számára is tökéletesen ismert, minden esetben egy-egy mondatnál magyarázzuk meg a kifejezést.

Miután válaszoltunk az ügyfél kérdésére, könnyen meggyőződhetünk arról, hogy az ügyfél megértette-e az elhangzottakat. Ez a non-verbális jelekből is kivehető, de érdemes időnként visszakérdezni is. Ez az együttműködés a közös hullámhossz fenntartását is segíti.

- *Kielégítő volt Önnek az információ?*
- *Érthetően mondtam el?*

Bizonyos szolgáltatásokhoz, termékekhez tájékoztató anyagok is kapcsolódhatnak. Az átadandó anyagok, nyomtatványok köre meghatározott. Egyes ügyeknél – ahol nincs kötelező nyomtatvány – eldönthetjük, szükséges-e, és ha igen, milyen és mennyi anyagot kell átadni. Az anyagok elsősorban kiegészítő, tájékoztató szerepet töltenek be, de nem helyettesítik a szóbeli segítségnyújtást. Mindig meg kell mondani, hogy milyen anyagot adunk át és miért, és csak azt a nyomtatott tájékoztatót kell átadni, ami valóban segíti az ügyfél döntését, megértését!

Amennyiben az ügyfél valamilyen módon jelzi felénk, hogy az elhangzottakat nem értette, vagy a kérdésére még nem kapott kielégítő választ, ismételjük meg, egészítsük ki mondanivalónkat. Ismétlés során igyekezzünk más fogalmakat használni, más mondatokban megfogalmazni a lényeget, mert a begyakorolt mondatok ismételtetése nem segíti a megértést. Az ilyen jellegű szituáció magas fokú empátiát és türelmet igényel.

Az ügyfélkapcsolatok során normál esetben az ügyfélszolgálatos rendelkezik a vállalatára, szolgáltatásokra, termékre vonatkozó információval, nem az ügyfél. Az ügyfélszolgálatos ismeri az összefüggéseket, a kikapukat, a szerződés részleteit, az apró betűs részeket. Nekünk kell segítenünk az ügyfelet! **Tanácsot kell adnunk** – ha szükségét érezzük – hogy a helyes, számára kedvező döntést meghozhassa! Személyes ügyfélszolgálatnál ebben rengeteget segít a non-verbális kommunikáció. Fel kell ismernünk, ügyének mely részében igényel segítséget, részletesebb magyarázatot. Ügyelnünk kell, hogy ne legyünk kioktatóak, ügyfelünk is segítségként élje meg tanácsainkat!

A beszélgetés zárása

A beszélgetés lezárása az ügyfél kommunikáció folyamatának egy igen lényeges eleme. Ez az a pont, amikor lehetőségünk nyílik felmérni munkánk közvetlen hatását.

Az ügyintézés végén **össze kell foglalnunk** az elhangzottakat, az elvégzett tevékenységeket és az esetleges további teendőket. Ez néha feleslegesnek tűnhet, hiszen mindkét fél jelen volt az ügyintézés során, ügyfél és ügyfélszolgálatos is hallotta, értette a beszélgetést, ám a történetek összefoglalása minden esetben szükséges. Az összefoglalással, mintegy keretet adunk az ügyintézésnek. Egy hosszabb beszélgetés során többféle lehetőség is felvetődhet. A tárgyalás végén az összefoglalással mindkettőnk számára egyértelműen rögzítjük azt, amihez a következőkben igazodnunk kell. Ezáltal az ügyfél megnyugszik szakmai magabiztosságunktól, meggyőződik arról, hogy értjük, átlátjuk a problémát.

A beszélgetés zárása lehetőséget teremt, hogy felmérjük, az ügyfél mennyire **elégedett az ügyintézéssel**, megkapta-e szükséges mennyiségben, illetve részletességben az információkat, megértette-e az elhangzottakat. Adjunk visszajelzést a módosítások elvégzéséről és ismételjük el a további lépéseket! Kérdezzük meg, kér-e esetleg másban is segítséget!

Igyekezzünk minden ügyfélkontaktust arra is felhasználni, hogy kontrolláljuk, hogy az **ügyféladatokban nincs-e változás**. Különösen az (új, több csatornás) elérhetőség fontos számunkra: telefonszám, e-mail, lakcím.

Kérdezzük meg ügyfeleinket termékeinkkel, szolgáltatásainkkal, reklámjainkkal, ügyfélszolgálatunk működésével stb. kapcsolatban! **Gyűjtsünk be minél több információt** a termék- és szolgáltatásfejlesztés, logisztika, marketing, számlázás számára.

Ha lehetőségünk van rá **apró ajándékokkal** is kedveskedhetünk a hozzánk betérő ügyfeleknek, hogy

- örömet szerezzünk,
- kipróbálhassák új termékeinket,
- erősítsük kötődésüket, márkahűségüket,
- jó hírünket keltsék,
- „reklámozzanak bennünket”.

Ha rendeztük ügyfelünknek azt a problémáját amellyel felkeresett és ezzel elértük elégedettségét, felhívhatjuk figyelmét egyéb számára hasznos termékeinkre, szolgáltatásainkra.

Ajánljuk figyelmébe új termékeinket, szolgáltatásainkat - azaz tájékoztassuk újdonságainkról, akcióinkról, ügyféltörténete ismeretében az ő fogyasztási szokásaihoz legjobban illő megoldásainkról.

Törekedjünk **keresztértékesítés kezdeményezésére** minden olyan esetben, amikor az ügyfélnek is előnye származhat a vásárlásból, megrendelésből (pl. az általa használt termék elavult, új verziója már gazdaságosabban használható; típushiba vagy termékváltás miatt a cég kedvezményekkel preferálja a cserét; törzsügyfélként különleges kedvezmények illetik meg)!

A beszélgetés zárásához kapcsolódó kiegészítő tevékenységeket csak akkor szabad végezni, ha van rá idő. Az ügyfél is ráér, és az üzletben sem várakoznak kigyózó sorokban az emberek.

Elköszönés

A beszélgetést az elköszönéssel zárjuk. Ez az üdvözlő köszönéshez hasonlóan egyszerű, udvarias.

- *Viszontlátásra!*
- *Viszontlátásra, további szép napot Önnek!*
- *Viszontlátásra, legközelebb is szeretettel várjuk!*

A személyes ügyfél kommunikáció eszközei

Ügyfélszolgálati asszisztensként szerepünk, hogy szervezetünk nevében legjobb tudásunk szerint kiszolgáljuk ügyfeleinket. Érdekes és embert próbáló szerep, hiszen minden ügyfél más és más, s a „végszavak” is igen sokfélék. A folyamatszabályozás, a scriptek, a nagyjából szöveggönyv, de itt nemcsak lehet, hanem kell is rögtönözni! Méghozzá itt és most, naponta akár 100-szor is. Szerencsére jobb esetben van sűgó (csoportvezetőnk személyében, s a rendelkezésünkre álló adatbázisok, írásos anyagok formájában), de többnyire önállóan kell azonnali válaszokat és megoldásokat találnunk, ettől is változatos, szép ez a munka!

Milyen eszközök segítenek bennünket ebben?

Hozzá kell jutnunk az ügyintézéshez szükséges információkhoz. Ehhez ötvöznünk kell, és a helyzethez igazítanunk a **kérdéstechnikát** és az **értő figyelem** alkalmazását.

Szóbeli üzeneteink a személyes kommunikációnknak csak kis részét alkotják. Számos társas helyzetben a viszonyulások és az érzelmek kommunikációja szempontjából a **metakommunikáció** értelmezése és a **nem-verbális jelek** fontosabbak, mint a szavak elsődleges jelentése. Az információknak alig 7 %-át közvetíti a beszéd (a szó), 38%-át a hozzá kapcsolódó hangélmény (pl. hangunk kedvessége), s az összes többi, azaz több mint a fele (55%) a testbeszédén keresztül jut el partnerünkhöz.

Általában a nem-verbális üzeneteket kevésbé tudatosan értelmezzük, mint a nyelvet, ugyanakkor információtartalma felbecsülhetetlen segítséget jelent az ügyfélszolgálatás folyamatában. Tegyük fel magunknak a kérdést, mi a fontosabb, amit mondunk, vagy ahogy mondjuk? Gyakran sokkal inkább a kommunikáció mikéntje határozza meg a partnerben kiváltott hatást, mint a szavak jelentése. Minden apró rezdülésnek, gesztusnak súlya van, ami azt is jelenti egyben, hogy a rosszul alkalmazott nem verbális közléseinkkel nagyon sok mindent el is ronthatunk. Oda kell figyelniük a **térközszabályozásra, a testtartásra, a gesztusainkra, a mimikai kifejezéseinkre, a tekintetünkre, hangunk jelzéseire.**

Ügyfélszolgálatosként tudnunk kell, hogy a nyelv komoly korlátokkal rendelkezik, ezért non-verbális kommunikációs jelekkel folyamatosan közölni kell segítő szándékunkat, bizalmunkat és mindemellett folyamatosan érzékelni és értelmezni kell az ügyfél jelzéseit. Mindez nélkülözhetetlen a bizalmi légkör megteremtésében és fenntartásában.

(A kommunikáció különböző formáival részletesebben foglalkozik a 2567_001 SZT elem.)

Az ügyféllel történő személyes találkozás sikere szoros összefüggésben van felkészültségünkkel. Biztosítanunk kell, hogy minden **szükséges információ** rendelkezésünkre álljon!

Az ügyfélszolgálatok jelentős részénél többféle **segédanyag** áll a munkatársak rendelkezésére. Ezek egy részét a beszélgetés során mi magunk készíthetjük el, míg vannak előre szerkesztett anyagok, amelyeket csupán oda kell adnunk az ügyfélnek, hogy töltsen ki, vagy mi töltjük ki. A felhasználható anyagok másik része háttér információt tartalmaz és az ügyintézését segíti.

Az **ügyfél adatbázis** alapján tudjuk, hogy kik az ügyfeleink (azonosítás, visszakereshetőség, ügyféltörténet), milyen módon szegmentálhatók (ügyfélérték, ügyfél-élettartam, érdeklődési kör, fogyasztói szokások, egyéb statisztikai mutatók, lekérdezések).

Az általában belső intraneten elérhető **tudásbázis** óriási segítség az ügyintéző számára. Gyorsan megtalálja a termékleírásokat, szolgáltatás ismertetőket, díjakat, akciókat. Az ügyfélkiszolgálás során folytatott kommunikációkhoz nagy segítséget nyújt a vállalati **folyamatszabályozás**. Az összes folyamat, munkafázis lépésről lépésre történő szabályozása, hogy ezáltal biztosítható legyen az ügyfeleknek a kiszolgáló munkatárs személyétől függetlenül egyforma magas színvonalon történő kiszolgálása. A jó folyamatleírásban minden teendő benne van, és az intranetes tudásbázisban könnyen megtalálható, így gyorsan használható az ügyfél kommunikációban. A-tól Z-ig következetesen végig kell vinni a folyamatot, felderíteni az ügyfél problémáját, kérését, elvárásait, s megtalálni a számára kedvező és elfogadható megoldást, választ, ajánlatot. S közben szemkontaktust tartani, verbális és nem verbális visszajelzéseket adni és értelmezni, kezelni a felmerülő konfliktusokat, kifogásokat.

A **tájékoztató és promóciós anyagok** adatokkal, információkkal állnak ügyfeleink rendelkezésére, megteremtik az alapos tájékoztatás-tájékozódás, kipróbálás (kóstolás, szimulálás) lehetőségét. Tegyük termékeinket, szolgáltatásainkat, ajánlatunkat minél láthatóbbá, elérhetőbbé, segítsük az összehasonlítást a konkurens termékekkel, szolgáltatásokkal, akciókkal (pl. prospektusok, szakmai folyóiratokban megjelent cikkek, elemzések, termékminták, mintadarabok, makettek, szimulátorok...)

Sokat segít rajtunk, ha ügyesen **gazdálkodunk az idővel**. A jó ügyfélkiszolgálásnál nagyon sok dologra kell figyelni, ezek jó részére érdemes is a kellő időt rászánni. Vannak azonban olyan helyzetek, amikor a megnövekedett forgalom miatt erre maradéktalanul nincs lehetőség. Ilyenkor fontos, hogy megtaláljuk az egyensúlyt a szükséges és a rendelkezésre álló idő között.

MITŐL LESZ HITELES ÉS EREDMÉNYES A KISZOLGÁLÁS?⁸

- Igyekezzünk megteremteni és fenntartani a zavartalan kommunikáció feltételeit (pl. ültessük le az ügyfelet, ne várakoztassuk feleslegesen, csak vele foglalkozunk, ne vegyük fel közben a telefont)!
- Ne csak arra figyeljünk, amit az ügyfél mond, hanem arra is, hogy hogyan mondja! Igyekezzünk minél pontosabban értelmezni a nem verbális üzeneteket is!
- Értő figyelemmel hallgassuk ügyfeleinket, tegyünk fel kérdéseket, s adjunk visszajelzéseket, hogy pontosan megértettük közlésüket!
- Legyünk kedvesek, figyelmesek, megértőek! Viseltesünk kellő empátiával ügyfeleink iránt, fogadjuk el, hogy különböző viselkedési attitűddel rendelkeznek, alkalmazkodjunk hozzájuk!
- Mondandónkat fogalmazzuk meg pontosan, szakszerűen, de érthetően, egyértelműen!
- Győződjünk meg arról, hogy ügyfeleink teljes egészében megértették-e mondandónkat! Kérjünk megerősítést, visszacsatolást!
- Ügyeljünk hangunkra, testbeszédünkre! Kontrolláljuk érzelmeinket, viselkedésünket!
- Alkalmazkodjunk az ügyfél kommunikációs igényeihez!
- Ne fojtsuk az ügyfélbe a szót, ne vágjunk közbe! Hadd beszélje ki magát – néha a tárgyhoz alig tartozó részletekben bújik meg a lényeg.
- Ismerjük meg erősségeinket (pl. helyes levegővétel, megnyerő mosoly, szép testtartás) és gyenge pontjainkat (pl. artikulációs hibák)!
- Becsüljük és őrizzük meg, illetve használjuk ki értékeinket (pl. bársonyos hang, gazdag szókincs, harmonikus gesztusok)!
- Tegyünk szert kellő önbizalomra és kitartásra, hogy meglévő adottságainkat képesek legyünk fejleszteni és interperszonális kapcsolatainkban sikerrel kamatoztatni!

TIPIKUS KOMMUNIKÁCIÓS HELYZETEK

Értékalapú ügyfélkezelés

Ha ügyfeleink különböző értéket jelentenek számunkra, eltérő módon kell bánnunk velük. A legfontosabb ügyfeleinknek nyújtott megkülönböztetett bánásmód kiszolgálásuk színvonalában jelent változást.

A személyes ügyfélkiszolgálásban a legnehezebb ezt megvalósítani. A reklamációkezelés mellett itt is nagy jelentősége van annak, hogy nem kettesben vagyunk ügyfelünkkel az irodában. Látványosan semmiképpen nem bánhatunk vele másként, mint a többiekkel, viszont hosszú távú gazdasági érdekünk mégis ezt kívánja.

⁸ Forrás: Személyes ügyfél-kommunikáció (Tankönyvpótló jegyzet). Humán Erőforrás Alapítvány, 2003. p. 16

Amennyiben külsőségekben is megnyilvánul kitüntetett ügyfelünk kiszolgálása, mindenképpen célszerű a bolt külön helyiségébe, irodájába kísérni, és ott tárgyalni vele.

Reklamáció kezelés⁹

Az ügyfélszolgálaton dolgozók számára a többitől eltérő kommunikációt igényel a reklamáló ügyfél kiszolgálása. Személyes találkozás esetén már a megjelenéséből, testtartásából, nézéséből érezhető, hogy indulatok dolgoznak benne.

Tudomásul kell vennünk, hogy nem tudjuk, és nem is dolgunk megváltoztatni a reklamáló ügyfeleket. Ellenben az ügyfélszolgálatok munkatársai képezhetők, és az egyik legfontosabb dolog, amit tudniuk kell, hogy felismerjék, mikor, mitől és milyen lelkiállapotban van a reklamáló ügyfél, és ilyenkor mit lehet, mit kell és mit nem szabad tenni. A legfontosabb, hogy képesek legyünk megnyugtatni az ügyfelet. Ha tudunk úgy viselkedni, ami az adott helyzetben megnyugtatóan hat, sikeressé tehetjük a kommunikációt, ami azt jelenti, hogy higgadtan, az ügyfél együttműködését elnyerve tudjuk megoldani a problémát.

Talán a reklamáció kezelésnél van a legnagyobb jelentősége annak, hogy viselkedésünk nem csak az éppen soron lévő ügyfél kiszolgálása miatt fontos. Tevékenységünket az irodában várakozó többi ügyfél is látja, hallja. Ha nem sikerül megnyugtatnunk az ügyfelet, a felesleges szóváltással negatív irányba befolyásolhatjuk más ügyfelek "első benyomását". Amikor minden erőfeszítésünk ellenére látható, hallható vitával folytatódik a beszélgetést, célszerű elvonulni az ügyféllel a közös ügyféltérből, és ott (esetleg vezetővel) folytatni a megoldás keresést.

A beszélgetés elején tehát ne gondolkozzunk azon, hogy igaza van-e az ügyfélnek. Ráérünk azzal foglalkozni, hogy reklamációja jogos, vagy megalapozatlan. Egyelőre az a fontos, hogy Ő úgy érzi, hogy sérelem érte. Kérjünk ezért elnézést, ezt megtehetjük attól függetlenül, hogy hibáztunk, vagy sem. Ha a beszélgetés során azt látjuk, mi (a cégen belül valaki) tévedtünk, ne habozzunk bocsánatot kérni a hibáért.

Kifogáskezelés¹⁰

Az ügyfelek nem mindig, vagy nem azonnal fogadják el javaslatainkat, vagyis ezek vonatkozásában kifogásokkal élnek.

Miért merülnek fel kifogások az ügyfélben? Melyek a kifogások kiváltó okai?

Rossz tapasztalatokkal/előítéletekkel rendelkezik (a kettő nem ugyanaz, de gyakran igen szorosan összefügg, egymást erősíti)

- a termékkel,
- a kapcsolódó szolgáltatással,

⁹ Forrás: Személyes ügyfél-kommunikáció (Tankönyvpótló jegyzet). Humán Erőforrás Alapítvány, 2003. p. 44-52

¹⁰ Forrás: Személyes ügyfél-kommunikáció (Tankönyvpótló jegyzet). Humán Erőforrás Alapítvány, 2003. p. 119

- a márkával,
- a cégpolitikával kapcsolatban,
- a kommunikációs csatornával (pl. utálja a telefonos megkereséseket),
- az ügyfélszolgálattal, mint szervezeti egységgel,
- a munkatárssal, akivel kapcsolatba került.
- Kevés / hiányos / téves / felszínes információval bír.
- Nem ér rá.
- Nem érdekli a dolog.
- Elköteleződött más cég / termék / szolgáltatás mellett.
- Érzelmileg nincs ráhangolva, mert feszült, ideges, mert megbántva érzi magát.
- Nincs rá anyagi fedezete.

A kifogáskezelés tanulható, a várható kifogásokra fel kell készülni! Dolgozzunk ki kifogásonként **több alternatívát!**

Dolgozzunk ki valós választási, döntési alternatívákat, s készüljünk fel ezek bemutatására (**előnyök, hátrányok** csokorba gyűjtése)!

Egyszerre csak két-három, **egymástól lényegesen eltérő alternatívát** mutassunk be, s ha ezek közül valamelyik felkelti ügyfelünk érdeklődését, akkor ennek mentén továbbmenve, **finomítsuk** az ő igényei és a mi lehetőségeink szerint. A szimpatikus alternatívákat szemléltessük, rögzítsük, hogy könnyedén azonosíthassuk (és félretegyük) az elfogadható részeit, s arra koncentráljunk, amit még kifogásol ügyfelünk.

Pontosan határozzuk meg, hogy kitűzött célunk elérése érdekében milyen **engedményeket** tehetünk, s milyen **kompromisszumokat** köthetünk.

Képzeld magunkat az ő helyébe! Próbáljuk **az ő szemével nézni** ajánlatunkat, kövessük gondolatmenetét (ügyféltörténet, referenciacsoportjának jellegzetességei), tegyük magunkévá érdekeit, érezzük át lelkiállapotát!

Nyitott és zárt kérdéseket alkalmazunk attól függően, hogy éppen mely fázisban tartunk. Ha még az elfogadható alternatívák, igények feltérképezése van soron, akkor inkább a nyitott kérdéseket alkalmazzuk (hadd beszéljen szabadon ügyfelünk), ha pedig már a megoldás felé közelítünk, vagy az ügyfél nincs tisztában a lehetséges választásokkal, akkor inkább többféle választ rejtő zárt kérdéseket tegyünk fel. Az eldöntendő (igen/nem) kérdések „felpörgetik” a disputát, de az idejekorán kategorikusan kimondott „nem”-eket igyekezzünk megelőzni (ne tegyük fel korán a kérdést!).

Érveink legyenek

- valóságok,
- tárgyyszerűek, tényekkel, adatokkal, dokumentumokkal alátámasztottak,
- kontrollálhatók, legyen mód az ellenőrzésükre (pl. kutatási eredményekbe, tanulmányokba, gazdasági számításokba való betekintésre),
- összehasonlíthatók (konkurens cégek eredményeivel),
- értelmezhetőek (komolyabb szakmai tudás nélkül is érthetőek),

- érzelmekre is hatók!

Összefoglalás

A jó személyes ügyfélszolgálat kulcsa a jó kommunikátor, aki képes arra, hogy megjelenítse és hitelesítse a megtanult gondolatmenetet, azaz szabadon, szakszerűen és lényegre törően beszél, ha kell, kérdez vagy hallgat, tud bánni a hangjával, szemkontaktust tart, s gesztusai összhangban vannak mondandójával. Képes arra, hogy közben figyelemmel kísérelje partnere minden szavát, rezdülését, s ehhez alkalmazkodva tartsa kézben a tárgyalást.

TANULÁSIRÁNYÍTÓ

1. Az ügyfélszolgálat számára mindig az a legnehezebb része a munkának, hogy az egymás után érkező, eltérő módon viselkedő és kommunikáló, különböző intelligenciájú ügyfelekkel hogyan jusson eredményre, miként ismerje fel, kivel hogyan kell beszélnie, viselkednie.

Ehhez a munkához szükséges a tudatos kommunikáció!

Gyakoroljuk a tudatos kommunikációt! A gyakorlatban az egész csoport vegyen részt! Készítsenek "ügyfél", "ügyintéző" és "szituáció" feladatkártyákat! Az "ügyfél feladatkártyákra írjanak különböző ügyfél tulajdonságokat (intelligencia, hozzáállás, vérmérséklet), az "ügyintézői" kártyákra ügyintézői jó és rossz jellemzőket, a "szituáció" kártyára pedig tipikus ügyélfogadási helyzeteket!

Példa az "ügyfél" kártyára: Középkorú, jól öltözött férfi ügyfél, 15 perce várakozik, látszik rajta, hogy türelmetlen, fel-alá járkál, idegessége szembetűnő.

Példa az "ügyintéző" kártyára: Ápolt, tökéletes formaruhába öltözött fiatal lány, energikus, mosolyog.

Példa a "szituáció" kártyára: Az ügyfél egy most reklámozott új készülékről kér információkat. Értékesítés, kifogáskezelés.

Alkossanak párokat, az egyik résztvevő az "ügyfél", a másik az "ügyintéző", húzzanak a három csoportba gyűjtött feladatkártyákból! Az egész csoport előtt játsszák el az így összevariált ügyélfogadási szituációkat! A jelenet végén beszéljék meg a csoporttal, hogyan élték meg a szituációkat a résztvevők, hogyan látta a csoport! Hasonlítsák össze az azonos szituációkat a különböző típusú résztvevőkkel lejátszott jelenetekben! Elemezzék a verbális és nem-verbális kommunikációt is!

2. feladat

Ismertesse a személyes ügyfél kommunikáció folyamati lépéseit, és minden lépéshez írjon egy gyakorlati példát is!

MUNDTANANYAG

3. feladat

Ismertesse a nem-verbális kommunikáció szerepét a személyes ügyfélkiszolgálásban! Megállapításaihoz írjon gyakorlati példákat!

MUNDTANANYAG

MEGOLDÁSOK

1. feladat

- Igyekezzünk megteremteni és fenntartani a zavartalan kommunikáció feltételeit! *Pl. ültessük le az ügyfelet, ne várakoztassuk feleslegesen, csak vele foglalkozunk, ne vegyük fel közben a telefont!*
- Ne csak arra figyeljünk, amit az ügyfél mond, hanem arra is, hogy hogyan mondja! Igyekezzünk minél pontosabban értelmezni a nem verbális üzeneteket is! *Pl. ha beszélgető partnerünk lazán áll, szemünkbe néz, mosolyog, nyugodtan beszél, következtethetünk arra, hogy pozitív a hozzáállása, könnyebb lesz vele a megoldást megtalálni.*
- Értő figyelemmel hallgassuk ügyfeleinket, tegyünk fel kérdéseket, s adjunk visszajelzéseket, hogy pontosan megértettük közlésüket! *Pl. akkor máris hozom az új, XY 203 típusú, fekete készüléket.*
- Legyünk kedvesek, figyelmesek, megértőek! Viseltesünk kellő empátiával ügyfeleink iránt, fogadjuk el, hogy különböző viselkedési attitűddel rendelkeznek, alkalmazkodjunk hozzájuk! *Pl. ha látjuk ügyfelünkön az elkeseredettséget, amiért nem tudta időben befizetni a számlát, semmiképpen ne azzal kezdjük a kommunikációt, hogy ezt hogy képzelte, hanem nyugtassuk meg Őt.*
- Mondandónkat fogalmazzuk meg pontosan, szakszerűen, de érthetően, egyértelműen! *Pl. ne azt mondjuk egy gyengébb műszaki érzékű vevőnek, hogy az indító- és a biztonsági kapcsoló együttes elindítása eredményezi a készülék működésbe hozatalát, hanem mutassuk meg, melyik két gombot kell megnyomni, hogy berregjen a fűnyíró.*
- Győződjünk meg arról, hogy ügyfeleink teljes egészében megértették-e mondandónkat! Kérjünk megerősítést, visszacsatolást. *Pl. sikerült úgy elmondanom a készülék menürendszerét, hogy tudja majd használni?*
- Ügyeljünk hangunkra, testbeszédünkre! Kontrolláljuk érzelmeinket, viselkedésünket! *Pl. semmiképpen ne kiabáljunk az ügyféllel, akkor sem, ha Ő kiabál velünk, nyugtassuk meg inkább!*
- Alkalmazkodjunk az ügyfél kommunikációs igényeihez! *Pl. beszéljünk hangosabban, ha észleljük, hogy rosszul hall!*
- Ne fojtsuk az ügyfélbe a szót, ne vágjunk közbe! Hadd beszélje ki magát – néha a tárgyhoz alig tartozó részletekben bújik meg a lényeg. *Pl. ha azzal kezdi mondandóját, hogy hol és hogyan ejtette vízbe mobiltelefonját, ne figyelmeztessük, hogy minket csak az érdekel, mi a hibajelenség.*
- Ismerjük meg erősségeinket! *(Pl. helyes levegővétel, megnyerő mosoly, szép testtartás)* és gyenge pontjainkat *(Pl. artikulációs hibák)!*
- Becsüljük és őrizzük meg, illetve használjuk ki értékeinket! *Pl. bársonyos hang, gazdag szókincs, harmonikus gesztusok!*
- Tegyünk szert kellő önbizalomra és kitartásra, hogy meglévő adottságainkat képesek legyünk fejleszteni és interperszonális kapcsolatainkban sikerrel kamatoztatni!

2. feladat

- köszönés – *Jó napot kívánok!*
- bemutatkozás – *Kiss Tünde vagyok.*
- beszélgetés indítása – *Miben segíthetek?*
- problémafeltárás, pontosítás – *A mobiltelefon beleesett a vízbe, nem működik, Ön pedig azt szeretné, nézzük meg, hogy javítható-e és várhatóan mennyibe fog kerülni a javítás.*
- Problémamegoldás – *Szervizünk meg fogja nézni a készüléket, előbb azonban meg kell várni, hogy kiszáradjon. Ez várhatóan 1-2 nap, értesítjük telefonon, ha elkészültünk a hiba felméréssel. Van cserekészüléke, ezen a számon el tudjuk érni?*
- beszélgetés zárása – *Akkor mielőbb jelentkezünk, megmondjuk, javítható-e a készülék, s ha igen, árajánlatot adunk, rendben? (az elégedettség mérését, keresztértékesítést akkor végezzük, ha visszajön a telefonért)*
- elköszönés – *Viszontlátásra, további szép napot kívánok!*

3. feladat

Ügyfélszolgálatosként tudnunk kell, hogy a nyelv komoly korlátokkal rendelkezik, ezért non-verbális kommunikációs jelekkel folyamatosan közölni kell segítő szándékunkat, bizalmunkat és mindemellett folyamatosan érzékelnünk és értelmeznünk kell az ügyfél jelzéseit. Mindez nélkülözhetetlen a bizalmi légkör megteremtésében és fenntartásában.

Pl. amikor közöljük kétségbeesett ügyfelünkkel, hogy csak akkor tudjuk visszakapcsolni az áramszolgáltatást, ha a teljes hátralékot kifizeti, látnia kell, hogy együtt érzünk vele, ebben a szituációban ne legyünk vidámak, ne mosolyogjunk, arckifejezésünk legyen inkább szomorú, együtt érző.

IRODALOMJEGYZÉK

FELHASZNÁLT IRODALOM

- Személyes ügyfél-kommunikáció (Tankönyvpótló jegyzet). Humán Erőforrás Alapítvány, 2003.
- Call Center ismeretek (Tankönyvpótló jegyzet). Humán Erőforrás Alapítvány, 2003.
- Üzleti kommunikáció (Tankönyvpótló jegyzet). Humán Erőforrás Alapítvány, 2003.

AJÁNLOTT IRODALOM

- Bohonné Keleti Katalin: Elégedett az ügyfél? PublicPress Kft., 2005.
- Arany Ferenc: Panaszügyek hatékony megoldása. Gold Invest Tanácsadó Kft., 2000.
- Telefonos ügyfél-kommunikáció (Tankönyvpótló jegyzet). Humán Erőforrás Alapítvány, 2003.
- Személyes ügyfél-kommunikáció (Tankönyvpótló jegyzet). Humán Erőforrás Alapítvány, 2003.
- Call Center ismeretek (Tankönyvpótló jegyzet). Humán Erőforrás Alapítvány, 2003.
- Üzleti kommunikáció (Tankönyvpótló jegyzet). Humán Erőforrás Alapítvány, 2003.

A(z) 2567-06 modul 004-es szakmai tankönyvi tartalomeleme felhasználható az alábbi szakképesítésekhez:

A szakképesítés OKJ azonosító száma:	A szakképesítés megnevezése
52 347 03 0100 31 02	Telefonkezelő, ügyféltájékoztató
52 347 03 0100 52 01	Telemarketing asszisztens
52 347 02 0000 00 00	Személyes ügyfélszolgálati asszisztens
52 347 03 0000 00 00	Telefonos és elektronikus ügyfélkapcsolati asszisztens

A szakmai tankönyvi tartalomelem feldolgozásához ajánlott óraszám:

15 óra

MUNKANYELVI

MUNKANYAG

A kiadvány az Új Magyarország Fejlesztési Terv
TÁMOP 2.2.1 08/1-2008-0002 „A képzés minőségének és tartalmának
fejlesztése” keretében készült.

A projekt az Európai Unió támogatásával, az Európai Szociális Alap
társfinanszírozásával valósul meg.

Kiadja a Nemzeti Szakképzési és Felnőttképzési Intézet
1085 Budapest, Baross u. 52.

Telefon: (1) 210-1065, Fax: (1) 210-1063

Felelős kiadó:
Nagy László főigazgató