



Bohné Keleti Katalin

## Ügyfélszolgálati feladatok, konfliktuskezelés



A követelménymodul megnevezése:

Ügyviteli, irodatechnikai, kommunikációs ismeretek

A követelménymodul száma: 0061-06 A tartalomlelem azonosító száma és célcsoportja: SzT-017-50

## ÜGYFÉLKAPCSOLATOK

### ESETFELVETÉS – MUNKAHELYZET

A XXI. századra alapvetően megváltoztak a gazdasági körülmények. A cégek számára a növekedés lehetőségei erősen beszűkültek, a legtöbb piacon éles versenyhelyzet alakult ki, a vevők pedig egyre tudatosabbak lettek, egyre inkább érvényesíteni akarják jogaikat. A megnövekedett kommunikációs lehetőségek, a globalizáció eredményeként az információcsere is felgyorsult, így a vevők is egyre inkább tudják, milyen lehetőségek közül választhatnak. Valamely termék fejlesztése, új termékek piacra hozatala egyre magasabb költségekkel járt, és egyre rövidebb ideig élvezhette az új terméket piacra dobó cég az elsőségéből fakadó üzleti előnyöket. Ez a helyzet felértékelte a cégek számára korábban kialakított ügyfélkörüket, valamint a figyelmet az ügyfelekkel való kapcsolattartásra, a kiszolgálására, kommunikációra irányította. Egyértelművé vált, hogy az egymáshoz nagyon hasonló termékek közötti választás egyik nagyon fontos szempontja a kapcsolattartás, az ügyfélkiszolgálás, ügyfélkapcsolatok minősége lesz.



*1. ábra. Legyünk közeli kapcsolatban!!*

---

<sup>1</sup> Forrás: <http://office.microsoft.com/hu-images/uzletielet900438509>, 2010.07.26.

## SZAKMAI INFORMÁCIÓTARTALOM

**Clienting** – a XXI. század elejére megjelent a marketing módosított, kiegészített formája, a clienting, vagy kapcsolat marketing, Ennek lényege, "az ügyfelem egyre közelebb hozzám" – filozófia megvalósítása, azaz: valós ügyfélközpontúság létrehozása az ügyfelek minél jobb megismerésén, részükre egyedi ajánlattételen keresztül. Amíg a marketing egyre nagyobb mennyiségben kívánta értékesíteni a kialakított terméket, a clienting célja, hogy a megszerzett vevők számára egyre nagyobb mennyiségben értékesítsen, és az ő igényeiket elégítse ki, esetenként szélesebb, az adott vevőkör számára kifejlesztett termékkel.

**Ügyfélkapcsolatok** – az ügyfélkapcsolatok fogalomkör egy állandó, vagy rendszeres interakciót jelent a cég és ügyfelei között. Ez lehet a cég által kezdeményezett, de lehet az ügyfelek által kezdeményezett kommunikáció is. Az ügyfélkapcsolatok felértékelődése a cég filozófiájában, kultúrájában, az ügyfelek kiszolgálásában jelentkezik. Az ügyfélkapcsolatok fejlesztésének egyik formája az ügyfélszolgálatok kialakítása, működtetése.

**Ügyfélközpontúság** – lényege az ügyfelek megismerése, és részükre ennek alapján egyedi személyre szabott ajánlatok tétele. Csak akkor valósítható meg, ha a cég figyelmet fordít ügyfeleire, a "tömeges testre szabás" megvalósítására. Kulcs: ügyfélmegismerés és a megfelelő munkatársak alkalmazása. Törekedni kell arra, hogy miközben a cég megtartja a gazdaságos sorozatnagyságból fakadó előnyöket, ezeket olyan módon tudja variálni, hogy az egyes ügyfélcsoportoknak egyedi megoldásokat kínálhasson. (Gondoljunk például a nagy autógyártó cégek fúzióira, ahol a sok, különféle autó pl.: azonos alapra épül.) Az ügyfélközpontúság valós kulcsa a munkatársakban rejlik. A cég vezetésének el kell érnie, hogy az ügyfelekkel kapcsolatba kerülő munkatársai tisztában legyenek az ügyfélkapcsolatok fontosságával, és megfelelően képviseljék is azt.

### Összefoglalás

A XXI. században megváltozott gazdasági helyzet felértékelte a cégek számára meglévő ügyfeleiket. A piaci siker érdekében fontossá vált az ügyfélkapcsolatok új alapokra helyezése, és a valós ügyfélközpontúság megvalósítása. Az erre adott szakmai, elméleti választ a kapcsolat marketing jelenti, míg a gyakorlati választ az egyre szélesebb körben terjedő, ügyfélközpontú szemlélet, gondolkodás és viselkedés, a sokszínű és sokszintű ügyfélszolgálatok kialakulása, működése mutatja.

## TANULÁSIRÁNYÍTÓ

1. Gondolják végig, hogyan jelenik meg az ügyfélközpontúság pl. az állami szervezetek részéről. Ismerkedjenek meg a szolgáltató állam filozófiájával, és beszéljék meg a elektronikus ügyfélkapu bevezetésének kérdését is.

" A „szolgáltató állam” filozófiája

„A Magyar Köztársaság közigazgatását, kormányzati tevékenységét, közszolgálatait és igazságszolgáltatását korszerű elveken alapuló, hatékony és az állampolgárok igényeit a középpontba állító működésnek kell jellemeznie. Ez jobb minőségű szolgáltatásokat jelent, a rendelkezésre álló erőforrások ésszerűbb felhasználásával. Példája és kisugárzása folytán a korszerűen működő közigazgatás és kormányzat a társadalom modernizációjának húzóerejévé válhat, és a demokrácia kiteljesítésének ígéretét hordozza.”

A kormányprogramban is megfogalmazódott a Szolgáltató Állam megvalósításának szükségessége, az alábbiak szerint:

A bürokratikus állam visszaszorítása és a kooperatív állam felépítése.

Közvetlenebb állampolgári kapcsolatok kialakítása.

Olcsóbb és hatékonyabb közigazgatás kialakítása.

Az átláthatóbb állam megteremtése.

Az állam-állampolgár kapcsolat újradefiniálása.

Az állampolgár, mint felhasználó növekvő elvárásai miatt az eddigi intézmény-centrikus állami hozzáállás helyébe folyamatosan a szolgáltatás / ügyfél központú megközelítés lép.<sup>2</sup>

Olvassák el figyelmesen fenti anyagot, értelmezzék és fogalmazzák meg, miért fontos az ügyfélközpontú közigazgatás megvalósítása, és milyen előnyökkel jár ez a hétköznapi életben.

---

<sup>2</sup> Forrás: e-kormányzat, MEH portál, 2008. január, a 2004. évi CXL törvényhez kapcsolódóan

## ÖNELLENŐRZŐ FELADATOK

### 1. feladat

Határozza meg, mit jelent a valós ügyfélközpontúság!

---

---

---

## MEGOLDÁSOK

1.feladat – A valós ügyfélközpontúság azt a viselkedést jelenti, amelyben a cég figyel ügyfeleire, folyamatosan vizsgálja azok viselkedését, elvárásait változásait, és igyekszik azokat megfelelően befolyásolni és kielégíteni. A lényeg, hogy hosszú távú, kölcsönös előnyökön alapuló ügyfélkapcsolatokra törekszik, amelyben a partnerség, a bizalom kialakítása az elsődleges. Természetesen a profitorientált működés nem szorul háttérbe, csak azt hosszabb távon, stabilabb ügyfélkapcsolatok kialakításán keresztül igyekszik megvalósítani.

MUNKANYELV

## ÜGYFÉLSZOLGÁLATI FELADATOK

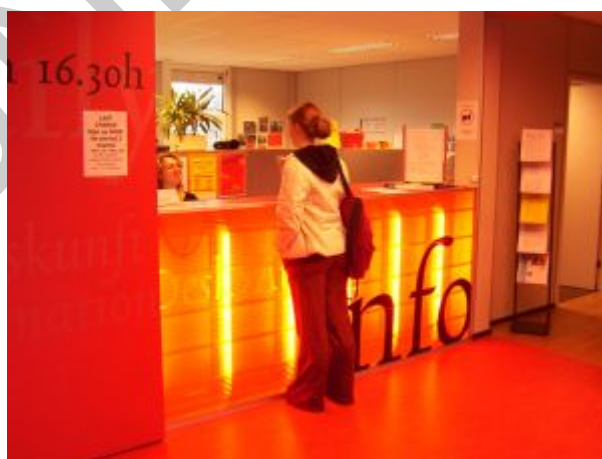
### ESETFELVETÉS – MUNKAHELYZET

#### Tisztelt Ügyfélszolgálat!

Nemrég költöztem a városba, és az új otthonomat szeretném valamennyi telekommunikációs szolgáltatással felszerelni. Szükségem lenne Internet elérésre – széles sávon –, hagyományos, vonalas telefonra, kábeltelevíziós szolgáltatásra, a lehető legjobb áron. Korábban is volt előfizetésem a másik városban, azokat pedig szeretném most felmondani, vagy áthelyezni, amelyik a kedvezőbb. Kérem, mielőbb tájékoztassanak, hogy milyen lehetőségek közül választhatok, és mi a következő lépés. A gyorsabb válasz érdekében megadom az e-mail és a mobil elérhetőségemet is. Természetesen a régi szolgáltatásokért már nem kívánok fizetni.

Üdvözlettel: X.Y. ügyfél (adatok)

Ilyen, és ehhez hasonló levelek, személyes és telefonos megkeresések naponta többször érkeznek az ügyfélszolgálatokra, természetesen nem csak a telekommunikáció területén. Az ügyfelek kérdéseire, kéréseire adott válasz alaptervékenység az ügyfélszolgálatoknál, amelyeknek – mint a fenti levélből is látszik –, igen komplex tudással kell rendelkezniük. Az ügyfélszolgálat kapocs, híd az ügyfél és a cég között, a leginkább "front office" tevékenység.



2. ábra. Várunk egy felkészült emberre<sup>3</sup>

<sup>3</sup> Forrás: <http://www.sxc.hu/photo/430031>, 2010. 07.26.

## SZAKMAI INFORMÁCIÓTARTALOM

**Ügyfélszolgálat** – a három részből álló szó már önmagában is sokat elárul erről az összetett munkaköréről.

**Ügy** – az embereknek azon ügyes-bajos dolga, amelyet szeretne elintézni, ezért kapcsolatba lép az illetékes ügyfélszolgálattal.

**Fél** – ketten együtt alkotnak egy egészet az ügy megoldása során. Ez a szó utal az egyenjogúságra is. Az ügyfelekkel, akikkel valamilyen üzleti, jogi, társadalmi, stb. kapcsolatban állunk –, partnerként kell bánnunk.

**Szolgálat** – segítségnyújtás, szolgáltatás, támogatás, olyan tevékenység, amely a közösség érdekeit szolgálja.

Ügyfélszolgálat természetesen nem létezik ügyfél nélkül.<sup>4</sup>

Az ügyfélszolgálatok tevékenysége sok szempontból csoportosítható. Alapvetően két formában kerülnek kapcsolatba az ügyfelekkel:

- bejövő ügyfélmegkereséseinek fogadása
- kimenő ügyfélmegkeresések kezdeményezése

Az ügyfélszolgálat az ügyfél és a szolgáltató találkozási pontja, akár ténylegesen, fizikailag is, akár csak átvitt értelemben. Jelentősége a sikeres kommunikációban meghatározó.

**Bejövő ügyfélmegkeresések fogadása** – az ügyfelek által indított, kezdeményezett tranzakcióról, kapcsolatfelvételtől van szó. Ez sokféle tartalommal és formában jelentkezhet. Az ügyfelek legfontosabb elvárása, hogy minél előbb és minél könnyebben választ kapjanak. Éppen ezért a cégeknek arra kell törekedniük, hogy többféle elérési utat, több ügyfélszolgálati csatornát tartsanak fent.

---

<sup>4</sup> Forrás: Ügyfélszolgálati ismeretek – Humán Erőforrás Alapítvány, 2004.





3. ábra. Kérem, mondja el, mi a problémája<sup>5</sup>

**Az ügyfélszolgálat feladatai – bejövő megkeresések esetén:**

- információadás, általános tájékoztatás
- konkrét ügyintézési indítása
- tanácsadás
- megrendelések regisztrálása, továbbítása
- reklamációs ügyintézés
- ajánlattétel
- javaslatok fogadása
- szerviz /help desk tevékenység ellátása
- esetlegesen hatósági feladatok

**Az ügyfélszolgálat feladatai – kimenő megkeresések esetén:**

- információadás, tájékoztatás
- ajánlattétel
- értékesítés, keresztértékesítés (nem minden esetben tartozik az ügyfélszolgálathoz)
- információgyűjtés, piackutatás (nem minden esetben tartozik az ügyfélszolgálathoz)
- "lemorzsolódás" megakadályozása
- "ügyfélápolás"

**Ügyfél kommunikáció az ügyfelektől érkező megkeresések esetén**

A bejövő ügyfél megkeresések fogadásának néhány szabálya

---

<sup>5</sup> Forrás: <http://www.sxc.hu/photo/1196019>, 2010. 07. 26.

- Arra válaszoljunk, amit az érdeklődő, az ügyfél kérdez, és ne azt mondjuk, amit tudunk. Gyakran szükséges kiegészítő információk nyújtása, nem elfogadható indok az ügyfél felé, hogy „nem kérdezte”.
- Amennyiben nem tudunk valamit, vagy nem vagyunk benne biztosak, inkább kérdezzünk, nézzünk utána, semmint rossz információt adjunk.
- A jó információ udvariatlan köntösben rosszá válhat!
- Az ügyfél problémája, érdeklődése számára egyedi jelentőséggel bír, kezeljük ezért ennek megfelelően!
- A gyors válaszadási idő a jó minőségű ügyfélkezelés alapja főleg telefonos megkeresés esetén.
- Valamennyi ügyfélkezelési csatorna az intézményt képviseli, nem térhetnek el a válaszok, megoldások csatornánként, ügyintézőnként!
- Írásos megkeresésre írásban kell válaszolni.
- Elhúzódó ügyfélkezelés során folyamatosan tájékoztassuk az ügyfelet, hogy „hol tart az ügye”. Az ügyfélszolgálat egyik angol elnevezése: „Customer Care” (ügyféllel való törődés, óvás). Az ügyfél még a megkésett, esetleg rész vagy hibás információt is megbocsátja, ha úgy érzi, hogy megfelelően törődtek, foglalkoztak vele.
- Az írás megmarad, a hang rögzítésre kerül. Minden kimondott, leírt szónak súlya van.



4. ábra Higgye el, megtaláljuk a megoldást<sup>6</sup>

## Ügyfelek felé irányuló megkeresések

---

<sup>6</sup> Forrás: <http://office.microsoft.com/hu-images/uzletielet900401966>, 2010. 07. 26.

"Az ügyfélszolgálati munka során nem csak az ügyfelek keresik meg kérdéseikkel, problémáikkal a céget, hanem ez fordítva is megtörténik. A kimenő hívások kezdeményezésének több oka is lehet:

- Előfordul, hogy az ügyintézés során olyan problémával találkozunk, amit nem tudunk azonnal megoldani, így az ügyfélnek visszahívást kell ígérnünk. Lehetőség szerint annak kell visszahívni az ügyfelet, aki az első hívást kezelte. Ha az ügy bonyolulttá válik, a megfelelő szakember bevonása és felkérése szükséges az ügyfél visszahívásához. Az ügy alakulását azonban ekkor is figyelemmel kell kísérnünk.
- Bár Magyarországon még nem gyakori, de mi magunk is kezdeményezhetjük ügyfeleink folyamatos – proaktív (megelőző) – megkeresését. Ezzel a tevékenységgel elsődleges célunk az ügyfelek megtartásának elősegítése egyrészt azzal, hogy felmérjük elégedettségüket szolgáltatásainkkal kapcsolatban, másrészt „megelőzzük”, hogy ők hívjanak bennünket kérdéseikkel, esetleges panaszukkal. A proaktív jellegű beszélgetések lényegesen hosszabbak, mint a hagyományos bejövő hívások, hiszen a rövidebb elégedettségi kutatást követően, – vagy akár annak folyamán – hagyjuk az ügyfelet visszakérdezni, ezáltal szabadon beszélni.
- A proaktív ügyfélápolási tevékenység tehát kifizetődő a cég számára, hiszen lényegesen olcsóbb és egyszerűbb egy meglévő ügyfelet megtartani, mint újat szerezni. Egy elveszített ügyfél nem csak a céget gyengíti, hanem nagy valószínűséggel a konkurenciát fogja erősíteni.
- A kimenő hívásos értékesítés esetében rendelkezniünk kell a célcsoportot képező ügyfélkör adataival. A szükséges adatokat számítástechnikai alkalmazásból vagy egyéb úton (például nyomtatott listákból) érhetjük el. Ezen listák tartalmazzák az ügyfél nevét, telefonszámát és minden olyan adatot, amelyre szükségünk lehet a kimenő hívásos értékesítési beszélgetés lebonyolítása során.
- Kereszt-értékesítés során olyan ügyfelek számára kínálunk további terméket vagy szolgáltatást, akik már cégünk valamely termékét vagy szolgáltatását igénybe vették vagy veszik, azaz jelenleg is ügyfeleink. Ezekben az esetekben a cél az ügyfél szolgáltatási portfóliójának (az általa igénybe vett szolgáltatások körének) bővítése, ezáltal az ügyfél értékének növelése.
- A kereszt-értékesítés során mód nyílik arra, hogy az ügyintéző – akár bevezetesként – röviden felmérje az ügyfél elégedettségét a jelenlegi szolgáltatásokkal, és ezt dokumentálja. Ez a tevékenység azt az üzenetet hordozza, hogy cégünknek értékes a kapott visszajelzés, számít az ügyfelek véleménye. Ez megalapozhatja a beszélgetés pozitív hangulatát, ami szükséges ahhoz, hogy rátérhessünk hívásunk eredeti céljára, az értékesítésre.
- A kimenő hívás indítása esetén számolnunk kell azzal, hogy a keresett ügyfél olyan helyen tartózkodik, ahol nem alkalmas számára a beszélgetés. Ebben az esetben egyeztetjük vele a számára is alkalmas időpontot és visszahívást ígérünk."<sup>7</sup>

---

<sup>7</sup> Forrás: Ügyfélszolgálati ismeretek – Humán Erőforrás Alapítvány, 2003.

- Kimenő hívást indíthatunk információgyűjtési, piackutatási céllal is. Ez megelőzheti valamely új termék piaci bevezetését, kifejlesztését is, de lehet a célja az ügyfelek ismereteinek felmérése is. A telefonos megkérdezések egyik kedvelt célja az ügyfelek elégedettségének felmérése.



5. ábra. Ilyen automatának képzeled, aki Önt hívja?<sup>8</sup>

### Összefoglalás

Az ügyfélszolgálatok az összekötő szerepet jelentenek a cég és ügyfelei között. A legtöbb kérdés, kérés, probléma az egyes ügyfélszolgálatokon jelentkezik. A kapcsolat alapvetően két módon jöhet létre, vagy a cég kezdeményezi, vagy az ügyfél. Mindkét esetben más-más a cél. A legfontosabb elvárás a közös elégedettség elérése, egyetértés kialakítása. Ennek érdekében a kommunikációs eszközöket tudatosan kell alkalmazni.

### TANULÁSIRÁNYÍTÓ

"Két ember között a legrövidebb út egy mosoly" Grafitit

- 1.feladat. Értelmezzék a fenti grafitit az ügyfélkapcsolatok, ügyfélszolgálat vonatkozásában!
- 2.feladat. Fogalmazzák meg az esetfelvetésben leírt helyzetre vonatkozó válaszukat! Szedjék össze, milyen információkat adott át az ügyfél, és ennek alapján milyen intézkedésekre lehet szükség.

<sup>8</sup> Forrás: <http://www.sxc.hu/photo/456956>, 2010. 07.25.

3.feladat. Gondolják végig – elméletben – milyen lépéseken keresztül valósítható meg az ügyfél kérése. (azonosítás, a jelenlegi szerződéseinek felülvizsgálata, esetleges hűségidők megléte, a telepítési lehetőségek, műszaki feltételek az új helyszínen, az ügyfélkapcsolat hossza, az ügyfél értéke, a korábbi viselkedése, fizetési fegyelem, stb., új szerződések megkötése, lehetséges kedvezmények a több szolgáltatás igénybevétele alapján). Ennek alapján készítsék el az intézkedési tervet és fogalmazzák meg a válasz legfontosabb gondolatait.

## ÖNELLENŐRZŐ FELADATOK

### 1. feladat

Szedje össze és rendszerezze, milyen szakmai és emberi elvárásoknak kell megfelelnie egy jó ügyfélszolgálati munkatársnak!

<hr/> <hr/> <hr/>
-------------------

MUNKANYAG

## MEGOLDÁSOK

1.feladat– Szakmai elvárások: felkészültség, magas szintű szakmai tudás, szintetizáló képesség, a háttér adatbázisok profi ismerete és használata, a belső elírások, lehetőségek ismerete, precíz és pontos adminisztrálás.

2.feladat. Emberileg: nyugodt, kiegyensúlyozott személyiség, higgadt, udvarias viselkedés, jó kapcsolatteremtő és kommunikációs képesség, probléma megoldási készség, komplex gondolkodás, együttműködési készség.

## ÜGYFÉLSZOLGÁLATI FORMÁK

### ESETFELVETÉS – MUNKAHELYZET

A fent bemutatott esetben az ügyfél levelet írt. Ezt megtehetette postai úton, vagy akár elektronikus levélben is. Kérését, bejelentését azonban továbbíthatta volna a cég felé akár személyesen, vagy éppen telefonon keresztül is. Az egyes ügyfélszolgálati formák feladata jellemzően azonos, azonban mindegyik egyedi előnyökkel és kockázatokkal bír. A sokcsatornás ügyfélkezelés célja, hogy az ügyfél mindenkor kiválasszhassa a maga számára legmegfelelőbb formát. Kutatások és tapasztalat bizonyítja, hogy az ügyfelek nem azonos súllyal kezelik az egyes ügyfélszolgálati formákat. Azok az ügyfelek, akik könnyen jutnak elektronikus levelezési lehetőséghez, elsőként ezzel próbálkoznak. Akik könnyen elérnek egy személyes ügyfélszolgálatot, elsősorban oda mennek. Abban általában mindenki egyetért, hogy az írott, postai úton elküldött leveleknek nagyobb a "súlyuk", a legtöbb ügyfél akkor választja ezt a megoldást, ha más módon nem sikerült a célt elérnie. A telefonos ügyfélszolgálatokkal kapcsolatban sok az ellenérzés. Míg ezek gyors megoldást ígérnek, a nehézkes menü-rendszer sok esetben elriasztja az ügyfeleket.

### SZAKMAI INFORMÁCIÓTARTALOM

**Ügyfélszolgálati formák** – az ügyfelek elvárása, hogy minél könnyebben és gyorsabban elérhessék az adott cég/szolgáltató ügyfélszolgálatát. Ezért a legtöbb cég valamennyi lehetséges ügyfélszolgálati formát kiépíti.

- személyes
- telefonos
- írásbeli
- online
- SMS

**Személyes ügyfélszolgálat** – ("face to face) –Ügyfél és ügyintéző személyesen találkozik. A kapcsolat a cég által működtetett ügyfélszolgálati irodában jön létre. A helyzet jellemzője, hogy az ügyintéző „otthon” van, helyismerettel rendelkezik, jellemzően ül, általában számítógép van közte és az ügyfél között. Az ügyfél számára a terep ismeretlen, a körülmények sokszor zavaróak (például nem alakulhat ki intimitás), kényelmetlen, például nem tud leülni. Éppen ezért olyan körülményeket kell teremteni, amelyek az ügyfél számára megnyugtatóak, s biztosítják az egyenrangúság érzését.



### Fontos tényezők:

- az iroda megközelíthetősége,
- az iroda felismerhetősége,
- a cég arculatához illő kialakítás,
- a megfelelő körülmények (várakozás, székek, fogas, ügyfélhívó rendszer, stb.),
- az ügyintézési folyamat átláthatósága.

Mivel személyes kapcsolatfelvételtől van szó, így a verbális kommunikáció mellett a non-verbális kommunikáció is kiemelt szerephez jut. A szemkontaktus, a mosoly, az ügyfél felé fordulás, a figyelem minden kifejezése kedvező lehet. Nem elég a gyors, pontos és udvarias kiszolgálás, az is fontos, hogy az ügyintéző tájékoztassa az ügyfelet arról, hogy éppen mit csinál, mi miért történik.<sup>9</sup> A személyes ügyfélszolgálatokon a megjelenésnek, öltözködésnek is kommunikatív szerepe van. A cégek többsége éppen ezért az ügyfélszolgálatokon dolgozókat általában ellátja formaruhával. A formaruha az egységesítés és az arculat megjelenítése mellett elősegíti a munkatársak céghez kötődését, a cég képviselőjének erősítését is.

**Telefonos ügyfélszolgálat** – "csak a hangok „találkoznak”. A telefonos kommunikáció esetében a kérdező „csak” a hangjában bízhat, metakommunikációs eszközöket nem tud használni. Ilyen megkérdezések esetén azt a tényt kell szem előtt tartani, hogy minden kommunikációs esetben húsz százalékot ér a tartalom, és nyolcvan a stílus. Az „amit mondunk”-hál nagyobb súllyal esik latba, az „ahogyan mondjuk”, azaz a válaszadás sikere a telefonálási stílustól függ. Az ügyintézőnek a rendelkezésére álló háttéradatbázist a beszélgetés ideje alatt, profi módon kell kezelnie, miközben a beszélgetést is fenntartja.

### Javaslatok a helyes viselkedésre:

- maximum öt csengetésig várni,
- helyes testtartás (a hang közvetíti a közérzetet),
- mosoly (a mosoly a hangot is barátságossá teszi),
- „verbális kézfogás” (ez a köszönéssel és a kölcsönös bemutatkozással jön létre),
- megfelelő hangszín, ritmus használata,
- a hangerősség olyan megválasztása, amely nem sérti a befogadót, de jól érthető,
- jó kifejezőképesség,
- szakzsargon kerülése,
- a magyar nyelv megfelelő használata, (a beszéd- és nyelvtani hibák a telefonban „felerősödnek”),
- érdeklődő figyelem tanúsítása,
- az esetleges szünetek megfelelő kezelése,
- jó hírnév erősítése,
- felmerülő kérdések megfelelő kezelése,

---

<sup>9</sup> Forrás: Bohnné Keleti Katalin: Elégedett az ügyfél? – PublicPress, 2005.

- fontos: hangszín, hangsúly, a beszéd üteme, a lélegzetvétel."<sup>10</sup>

A telefonos ügyfélszolgálatoknál az ügyfelek először az automata menü-rendszerrel találkoznak. Ennek célja, hogy irányítsa az ügyfeleket, mintegy előszűrőként működik. Ez abban az esetben, ha az ügyfél pontosan tudja, mit akar, és/vagy egyszerű feladról van szó ( egyenleg lekérdezése, díjcsomag változtatás, stb.) jelentősen meggyorsítja a folyamatot, és leegyszerűsíti. A nehézséget az okozza, ha az ügyfél mindenképpen ügyintézővel kíván beszélni, mert az sokszor valóban csak hosszú várakozás után érhető el.



6. ábra. Valójában ő ül a telefontól!<sup>11</sup>

**Írásbeli ügyfélszolgálat** – levelezés A téma legjellemzőbb vonása, hogy a levél megmarad. Általában az az ügyfél küld levelet, aki komolyan vesz dolgokat, nem elégszik meg a telefontal, súlyt, nyomtatékot akar adni véleményének, szeretné, ha annak nyoma maradna.

**Elvárások az ügyfeleknek írt levelekkel szemben:**

- érthetőség,
- gyors válaszadás,
- egyszerű fogalmazás,
- szakszavak mellőzése, ill. ha feltétlenül szükséges a használatuk, akkor rövid magyarázatukat, értelmezésüket is meg kell adni,
- áttekinthető forma,
- udvariasság
- koncentrált válaszadás a kérdésre,
- összefoglalása, „visszaigazolása" annak, mit is írt az ügyfél.

<sup>10</sup> Forrás: Bohonné Keleti Katalin: Elégedett az ügyfél? – PublicPress, 2005.

<sup>11</sup> Forrás: <http://www.sxc.hu/photo/494545>, 2010. 07.25.

Az e-mailek, elektronikusan érkezett levelek esetében elmondható, hogy az ügyfél könnyebben, gyorsabban "szánja rá magát" a megírásra, mint a papír alapú levelek esetén. E-mailt írni már szinte egyszerűbb, mint telefonálni. Természetesen ez csak arra az ügyfélkörre vonatkozik, aki nap-mint nap használja az elektronikus levelezést. Az alkalmazott stílus lazább, könnyedebb, egyszerűbb, így az ügyfél számára elfogadható a válasz is ebben a könnyedebb formában. A e-mailt előnyben részesítő ügyfélkör – általában a nyitottabb, az újdonságra fogékonyabb, rugalmasabb ügyfélkör. A levelek rövidebbek, kevésbé formálisak, mint a papír alapúaknál. Ilyen esetekben elsődleges a válasz gyorsasága. Az e-mail válaszlevelek rövidebbek, célratörőbbek és kevésbé formálisak, mint a papíron leírtak.



7. ábra. Még mindig van, aki levelet ír...<sup>12</sup>

**Online ügyfélszolgálat** – cég honlapján keresztül – általában csak meghatározott ügyek intézhetők ebben a formában. Ezek jellemzően az egyszerűbb, formális megoldások. Az online ügyintézés egyre nagyobb teret nyer, és érdekessége, hogy gyakorlatilag ügyintéző nélkül működik, azaz: mondhatjuk kis túlzással, hogy "önkiszolgáló ügyfélszolgálatról" van szó.

**SMS ügyfélszolgálat** – az online ügyfélszolgálatához hasonló módon működik, bizonyos automatizálható szolgáltatásokra.

### ELVÁRÁSOK AZ ÜGYFÉLSZOLGÁLATI MUNKÁTÓL

- kézben tartani és megoldani az ügyet
- az ügyintéző megfelelően képviselje a céget
- pontos adminisztráció
- háttér adatbázisok és rendszerek biztonságos kezelése
- jegyzőkönyvek, szerződések, adminisztráció
- érthetőség
- egyértelműség

---

<sup>12</sup> Forrás: <http://www.sxc.hu/photo1094969>, 2010.07.26.

- udvariasság
- türelem
- személyre szabottság
- kommunikáció
- viselkedés
- az egyes ügyintézők felkészültsége közelítsen egymáshoz, legyen azonos.

### Összefoglalás

Az ügyfélszolgálatok több formában is működhetnek. Az egyes formáknak egyedi jellemzőik, előnyök és kockázataik vannak. Az ügyfelek viselkedésétől, az ügyfelek jellegétől függ, hogy mikor, melyik mód igénybevétele a leginkább célravezető.

## TANULÁSIRÁNYÍTÓ

1.feladat Gondolják végig az egyes ügyfélszolgálati formák eddig megismert jellemzőit! Modellezzék, mely esetben melyik formát választhatják az ügyfelek! Gondolják végig, a téma, az ügyfél státusza, esetleg életkora befolyásolhatja-e, és ha igen, hogyan az ügyfélszolgálati csatorna választását.

2.feladat Végezzenek próbakérdéseket egyes ügyfélszolgálatoknál, és értékeljék a tapasztalatokat a megkapott válaszok szakmai tartalma és stílusa, ügyfélközpontúsága alapján.

3.feladat Fogalmazzák meg ügyfél elvárásait, ha egy piaci versenyben lévő szolgáltató, ill. ha egy kormányzati intézmény ügyfélszolgálatához fordulnak! Ha tapasztalnak eltérést az elvárásokban, beszéljék meg, mi lehet az oka.

Egy ügyfélszolgálati beszélgetés folyamata:

- felkészülés a kapcsolatfelvételre
- köszönés, bemutatkozás
- a téma, probléma azonosítása, pontosítása
- a kért válasz, megoldás megadása (pozitív, vagy negatív egyaránt)
- döntések meghozatala
- a beszélgetés lezárása
- elköszönés

Beszéljék meg az egyes lépések tartalmát, a lehetséges helyzeteket.

## ÖNELLENŐRZŐ FELADATOK

### 1. feladat

Mutassa be és írja le az egyes ügyfélszolgálati formák előnyeit és kockázatait!

---

---

---

## MEGOLDÁSOK

3.feladat –

### **Személyes ügyfélszolgálat**

Előny: a közvetlen kommunikáció, azonnali döntés lehetősége.

Kockázat: az esetleges távolság, nyitva tartás, ill. a várakozási idő.

### **Telefonos ügyfélszolgálat**

Előny: a gyorsaság, a jellemzően 24 órán keresztüli elérhetőség.

Kockázat: a megkapott információk nem lesznek teljes körűek, vagy nem pontosan érthetők, ill. hogy esetleg nehéz ügyintézőhöz jutni, és az elhangzottakat nem lehet bizonyítani. (van, amikor lehet, ha a cég rögzíti a beszélgetéseket)

### **Írásos ügyfélszolgálat**

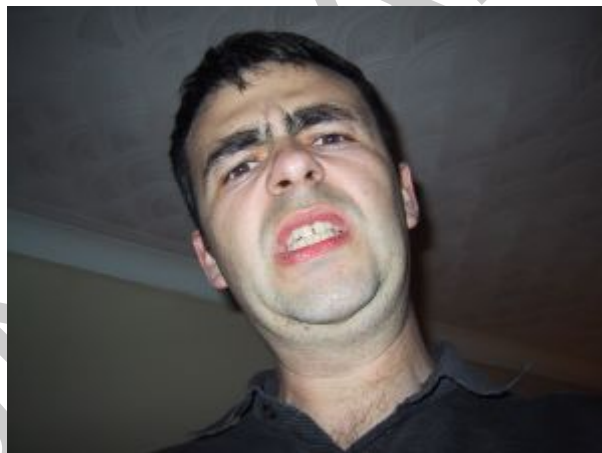
Előny: hogy az ügy részletesen leírható, az ügyintézőnek lehetősége van alapos kivizsgálásra, háttér információk beszerzésére.

Kockázat: a válaszadási idő hosszú, a visszakérdezés lehetősége nehézkes, csak újabb levélváltással valósulhat meg.

## KONFLIKTUSKEZELÉS

### ESETFELVETÉS–MUNKAHELYZET

Ügyfél bejelentkezik a megadott ügyfélszolgálaton, és elmondja, hogy többszöri kérése ellenére sem sikerült módosítani a szerződés bizonyos részeit. A módosítás elmaradása miatt késve kapja meg a számlákat, így fizetési késedelem is bekövetkezik. Véleménye szerint ez nem az ő hibája, hanem a nem megfelelő ügyintézés következménye. Annak igazolása, hogy ő bejelentette korábban kérését, megvan, ezt tudja igazolni. Gyors ügyintézés és kompenzációt szeretne. Hivatkozik korábbi, problémamentes ügyfél státuszára. Ezek naponta többször előforduló helyzetek. Az ügyfelek többsége nyugodtan, higgadtan kezeli ezeket a helyzeteket, ám vannak erőszakos, türelmetlen, sőt gromba ügyfelek is. A helyzet megoldása során velük is meg kell találni a megfelelő hangot és stílust.



8. ábra. Kicsit ideges, türelmetlen az ügyfél<sup>13</sup>

### SZAKMAI INFORMÁCIÓTARTALOM

**Kifogás** – annak a megjelenítése, elmondása, hogy az ügyfél valami hibát talált a termékben, szolgáltatásban, kiszolgálásban, stb. A kifogás a felmerült probléma jelzésének legegyszerűbb és legenyhébb formája, sokszor azonnal orvosolható.

---

<sup>13</sup> Forrás: <http://www.sxc.hu/potod519789>, 2010.07.25.

**Reklamáció** – "A reklamáció, ügyfélpanasz nem más, mint hibák, hiányosságok, tévedések feltárására szolgáló természetes emberi megnyilvánulás, mely megjelenhet szóban, írásban, vagy testbeszéd formájában. A reklamáció tartalmazza mindazt, amit az ügyfél a neki nyújtandó szolgáltatásainkról a rendelkezésére álló adatok alapján elképzelt, ám a valóságban nem kapott meg. Természetesen nem mindegyik reklamációra igaz ez a megállapítás, hanem a reklamációk tömegére általában. A panaszban kódolt üzenet így hangzik: ha képes volnál teljesíteni azt, amit elvárok tőled, elégedett lennék veled!"<sup>14</sup> A lényeg, hogy az ügyfél kifejezi, hogy valami nem úgy történt, ahogyan ő azt várta, nem azt kapta, amit elvárt.

**A reklamációkezelés ajánlott lépései**– a legtöbb cégnél, különösen ott, ahol valamilyen minőségbiztosítási rendszert bevezettek és alkalmaznak, pontosan meghatározott lépések sorozatán keresztül kell intézni a reklamációkat. Általában véve az alábbi lépések javasoltak a reklamációs ügyek kezelésére, elintézésére:

- A probléma azonnali elfogadása (érezkeltetni, hogy amit a vevő mond, fontos.)
- A probléma meghallgatása és megértése (együttérzés)
- Nyitottság és ígéretteljes viselkedés (mit gondol a vevő, milyen reakciót vár el.)
- A probléma azonosítása (az elhangzottak visszaigazolása.)
- Megoldási alternatívák körvonalazása (több lehetőség is felmerülhet ...)
- Cselekvési terv készítése (ígéret a végrehajtás ellenőrzésére.)
- A probléma megoldásának, a vevő elégedettségének ismételt ellenőrzése (follow up)

**Kompenzáció fogalma, értéke, megítélése** – előfordulhat, hogy az ügyfél panasza jogos, nagyon régi, fontos ügyfélről van szó, vagy bármilyen egyéb okból valamilyen kompenzációra van szükség az ügy megoldásához, a reklamáció rendezéséhez. "A kompenzáció nem jár, semmilyen törvény, vagy rendelet nem írja elő. Ez nem más, mint az ügyfélnek kárt, kellemetlenséget, kényelmetlenséget okozó cég önkéntesen adható "ajándéka", amelynek célja: visszaállítani az ügyfél megingott bizalmát, elnyerni bocsánatát, végső soron megakadályozni elvesztését. A jól alkalmazott kompenzációval egy esetleges kártérítési per, vagy az elégedetlen, sértett ügyfél aktivizálódása is megelőzhető. Ne várjuk meg, hogy az ügyfél követelje, önként ajánljunk fel kompenzációt! A "jó" kompenzációt:

- elfogadható értékűnek tűnik
  - a cégnek nem kerül sokba
  - fogyasztásösztönző"<sup>15</sup>
- és: az ügyfelek elégedettségét is elősegíti.

**Ügyféltípusok** – az ügyfelek nem egyformák sem fontosságuk alapján, sem viselkedésük alapján.

<sup>14</sup> Forrás: Arany Ferenc: Panaszügyek hatékony megoldása, GoldInvest, 2000.

<sup>15</sup> Forrás: Arany Ferenc: Panaszügyek hatékony megoldása, GoldInvest, 2000.



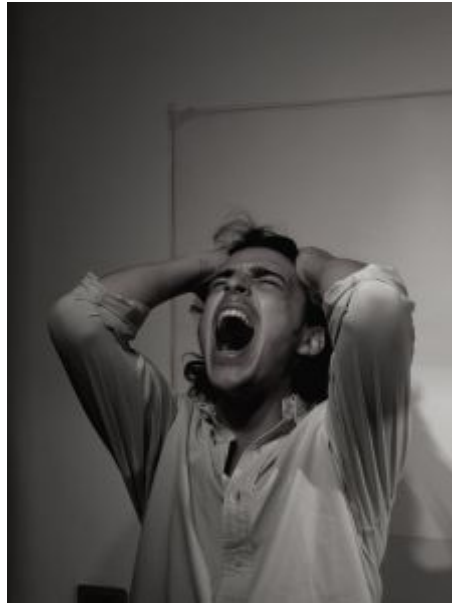
## ÜGYFÉLTÍPUSOK A CÉGHEZ VALÓ VISZONYUK ALAPJÁN

- potenciális ügyfél – helyzetéből fakadóan szüksége lehet a cég termékeire, szolgáltatásaira, de még nincs kapcsolatban az adott céggel
- visszatérő, rendszeres ügyfél – a céggel folyamatos kapcsolatban van, vásárlásai ismétlődőek, előfizetése folyamatos
- törzsügyfél – a cég számára meghatározó fontosságú ügyfél, jellemzően elégedett, a céghez hűséges. Az általa generált forgalom a cég számára fontos, elvesztését lehetőleg meg kell akadályozni.
- elvesztett ügyfél – elégedetlen volt, ezért átpártolt a konkurenciához. Visszaszerzése jelentős nehézségekbe ütközik.
- VIP ügyfél – a cég számára kiemelten fontos ügyfél. Ez lehet a legnagyobb forgalmat bonyolító törzsügyfél, de lehet más szempontból (pl.: döntéshozó, sajtó, stb.) kiemelt ügyfél.

Fenti felsorolás a külső ügyfeleket csoportosítja. Nem feledkezhetünk meg azonban arról sem, hogy fontos ügyfelek saját unkatársaink, kollegáink, akikkel közvetlenebbül, de legalább olyan tisztelettel kell bánnunk, mint a külső ügyfelekkel.

**Ügyféltípusok a viselkedésük alapján** – viselkedési szempontból ahány ügyfél, annyiféle ember. Ez persze így túlzás, hiszen jól meghatározható személyiségtípusokról beszélhetünk. Három típust mutatunk be, csak tájékoztatásként, mivel ezek a leginkább jellemző típusok.

- **agresszív ügyfél** – ideges, kötekedő, türelmetlen, támadó, goromba, sokszor saját fontosságát hangoztatja. Az ilyen ügyféllel nyugodtan, gyorsan és pontosan kell bánni, az agresszivitásra semmiképpen sem szabad hasonló módon reagálni. A személyes sértéseket vissza kell utasítani határozott, de udvarias formában. (pl.: kérem, szorítkozzon a probléma meghatározására, a beszélgetésben pedig kövessék a megszokott formákat.)
- **tájékozatlan ügyfél** – bizonytalan, sokszor zavarban is van, kérdései is kissé tétovák. Fontos, hogy a válaszadásnál éreztessük a segítőkészséget, és a beszélgetés folyamán megbizonyosodjunk arról, hogy mi is a valós probléma pontosan.
- **bőbeszédű ügyfél** – általában ráér, és mesél, nem feltétlenül a témához kapcsolódóan. A válaszadásnál célirányos kérdésekkel kell irányítani a beszélgetést, ezzel gyorsítani a folyamatot. Vigyázni kell, hogy semmiképpen se érezze az ügyfél a sürgetést, mert ez a típus könnyen megsértődik.



9. ábra. Hát ilyen egyszerűen nincs!!!!<sup>16</sup>

**Kommunikációs megoldások** – a legtöbb helyzetben lehetséges a megfelelő kommunikációval áthidalni a nehézségeket. Pl.: egy panaszáradat megszakításaként beszélhetünk másról, arról, miért is vette igénybe a szolgáltatást, és máris könnyebb a továbblépés. Ugyancsak jó hatású lehet, ha időnként egyetértésünket fejezzük ki, mondjuk így: Önnek igaza van, azért kérem, segítsen nekem a megoldás mielőbbi megtalálásában, hogy mindkettőnk számára megnyugtatóan rendezhessük az ügyet.

**Rossz hírek, elutasítás közlése** – az ügyfélszolgálatokon dolgozók gyakran kerülnek abba a helyzetbe, hogy rossz híreket, vagy elutasítást kell közölniük. Ez nem könnyű kommunikációs feladat. Olyan kiegyensúlyozott kommunikációra van szükség, amely megfelelően képviseli a cég érdekeit, de megértést mutat az ügyfél irányába is. Nem fordulhat elő, hogy az ügyintéző elhárítja magától a felelősséget arra hivatkozva, hogy ő éppen szabadságon volt, vagy hogy nem ő hozza a döntéseket a cégnél. Az sem engedhető meg, hogy együttérzését azzal fejezze ki, hogy a cég belső életéből hoz olyan példákat, amelyeket ő felháborítónak, vagy rossznak tart. Az elutasításnál a szilárdság, következetesség fontos, valamint az udvarias, korrekt megfogalmazás.

**Ügyfél-elégedettség** – valamennyi cég számára fontos, hogy ügyfelei elégedettek legyenek. Az elégedett ügyfélkör biztonságot jelent a cég számára, erre az ügyfélkörre építhet, mind anyagilag, mind presztízs szempontokból. Azonban tisztában kell lenni azzal, hogy az ügyfelek elégedettsége mindig egy adott időpillanatra vonatkozik, és könnyen megváltozhat. Ezért folyamatosan mérni, ellenőrizni szükséges, és ha a helyzet azt hozza, be kell avatkozni. Természetesen a tökéletes helyzet nem áll elő, nem valószínű, hogy minden ügyfél mindennel elégedett, de ha a meghatározó ügyfelek a számukra fontos tényezőkkel elégedettek, akkor az jó helyzet.

<sup>16</sup> Forrás: <http://www.sxc.hu/photo/920955>, 2010.07.26.

**Hatóságok**– Magyarországon a fogyasztók védelme felett több hatóság is őrködik, így a Fogyasztóvédelmi Felügyelőség, a Versenyhivatal, az adott cég működését felügyelő minisztérium, vagy más kormányzati, önkormányzati szerv, egyéb civil csoportok is. Minden vevő számára rendelkezésre állnak ezek a panasz-bejelentés tételi lehetőségek. A nyilvános üzletekben, ügyfélszolgálati irodákban pedig kell lennie vevők könyvének, amelybe a panaszok, megjegyzések, vagy éppen dicséretet bejegyezhetők. Ezek kezeléséről, az ügyintézésről törvény rendelkezik.



10. ábra. *Nincs más hátra, a hatóságokhoz kell fordulnom...*<sup>17</sup>

### Összefoglalás

Az ügyfélszolgálaton dolgozó munkatárs mindenkor a céget képviseli, ezért arra kell törekedni, hogy az ügyek megnyugtató módon rendeződjenek. Az ügyfélszolgálati munka igen megterhelő, folyamatos koncentrációt és rugalmas alkalmazkodást kíván, az ügyfelenként változó helyzethez. A legtöbb ügy és ügyfél a normál, megszokott napi rutinban elintézhető, de időnként előfordulnak bonyolult esetek, vagy nehezen kezelhető ügyfelek. Az ügyintézőknek ilyenkor is megfelelő szakmai tudással és empátiával, felkészültséggel kell eljárniuk és rendezniük a helyzetet.

<sup>17</sup> Forrás: <http://office.microsoft.com/hu-images/uzletielet900401567>, 2010.07.26.



11. ábra. Egy vásárlók könyve?<sup>18</sup>

## TANULÁSIRÁNYÍTÓ

1.feladat. Beszéljék meg mi a különbség a konfliktus, kifogás és reklamáció között

2.feladat. Beszéljék meg, és mi a különbség (pl.: státuszban, kiszolgálási komplexitásban, ügyféltől függésben, ügyfél elégedettségi kérdésben) az alábbi ügyfélszolgálatok között: adóhatóság, közszolgáltatók, kereskedelem, üzleti szolgáltatók.

3.feladat. Ügyfelekkel foglalkozik pl. egy banki ügyintéző, vagy utazási iroda képviselője is, mégsem mondjuk ügyfélszolgálatnak. Miért?



12. ábra. Mindenki az ügyfélszolgálatra igyekszik...<sup>19</sup>

<sup>18</sup> Forrás: <http://www.sxc.hu/photo/1209717>, 2010.07.26.

## ÖNELLENŐRZŐ FELADATOK

### 1. feladat

Ellenőrizze az esetfelvetésben bemutatott helyzetben az ügyfél állításait, pontosan derítse fel, mi a helyzet és orvosolja a problémát.

---

---

## MEGOLDÁSOK

1.feladat – A nyilvántartásban ellenőrizni kell az ügyfél állításait, valamint a reklamációkezelés előírásai alapján rögzíteni a bejelentést, és elvégezni a módosításokat. A feladat elvégzéséhez szükség van az ügyfél különféle, érvényes, azonosító adataira is.

MUNKANYELV

## IRODALOMJEGYZÉK

### FELHASZNÁLT IRODALOM

Arany Ferenc: Panaszügyek hatékony kezelése – Goldinvest, 2000.

Bohnné Keleti Katalin: Elégedett az ügyfél? PublicPress, 2005.

Ügyfélszolgálati ismeretek – Humán Erőforrás Alapítvány, 2003.

Személyes ügyfél-kommunikáció – Humán Erőforrás Alapítvány, 2004.

A(z) 0061-06 modul 017-es szakmai tankönyvi tartalomeleme felhasználható az alábbi szakképesítésekhez:

A szakképesítés OKJ azonosító száma:	A szakképesítés megnevezése
55 345 02 0010 55 01	Logisztikai műszaki menedzserasszisztens
55 345 02 0010 55 02	Terméktervező műszaki menedzserasszisztens
52 341 04 1000 00 00	Kereskedelmi ügyintéző
54 345 02 0000 00 00	Logisztikai ügyintéző
52 342 01 0000 00 00	Marketing- és reklámügyintéző
52 342 01 0100 52 01	Hirdetési ügyintéző
52 342 02 0000 00 00	PR ügyintéző
54 341 01 0000 00 00	Külkereskedelmi üzletkötő

A szakmai tankönyvi tartalomelem feldolgozásához ajánlott óraszám:

12 óra



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