**Самоучитель по работе с претензиями. Как эффективно построить разговор с недовольными клиентами, на примере технической поддержки Интернет-провайдера**

*Написала: Дарья Кузнецова*

Если вы работаете в отделе сопровождения клиентов, например, в call-центре, справочной или технической поддержке, то периодически вам точно приходится работать с негативом клиентов.

Работа с претензиями — это самая болезненная тема для сотрудников сервиса

Давайте рассмотрим, как эффективно построить разговор с недовольными клиентами, на примере технической поддержки Интернет-провайдера. Предложенные здесь правила работы с претензиями универсальны. Они будут полезны в любой сфере бизнеса, где работа с клиентами не ограничивается единичной продажей, а требует дальнейшего сопровождения и взаимодействия с покупателем.



Каждый оператор или инженер скажет, что, выбрав работу в техподдержке, вы периодически будете слышать в ответ на свое приветствие недовольный, а иногда даже истеричный голос:

*— Сколько можно? Опять интернет не работает!*
*— Где же Ваши инженеры? Уже двенадцать часов!!! Я из-за Вас на работу не пошел!*
*— Вы что там, с ума посходили? Обещали запустить интернет через два часа, а уже прошло пять!!!*
Бывают и такое, правда, реже:

*— Сегодня приходили работники вашей компании, что-то там сверлили в подъезде и после этого у меня не работает телефон. Я требую, чтобы мне сегодня же восстановили телефон!*
Если обещания не выполнены, а услуга предоставляется некачественно, конечно, клиенты имеют полное право на недовольство и жалобы. Однако они зачастую «приправляют» свою речь оскорблениями, грубыми словами и даже угрозами.

Когда технические неполадки возникают сразу в нескольких домах, кварталах, микрорайонах, то подобные звонки просто сыплются на вас. И вы рискуете утонуть в негативе, проблемах и эмоциях.

Чтобы избежать эмоционального выгорания и сохранить способность работать с клиентами на позитиве, предлагаю несколько правил поведения в подобных ситуациях.

**Правило 1. Следите за тем, чтобы не принимать оскорбления и негатив на себя.**

Учитывайте, что претензии обращены не лично к вам, а к компании, которую вы на данный момент представляете. Заботьтесь о своем эмоциональном состоянии, научитесь ставить образные барьеры между собой и клиентом.

А если клиент криком кричит и кроет вас матом? Во многих компаниях есть регламент, который позволяет сотрудникам прекратить разговор, предварительно предупредив клиента, что будет вынужден положить трубку, если тот не прекратит грубить.

**Правило 2. Если претензии клиента адекватны и компания, действительно, виновата, вам следует принести извинения.**

И лучше сделать это сразу, несмотря на то, что вы можете услышать в ответ: «Не нужны мне твои извинения».

Я знаю, что у многих операторов есть психологический барьер перед извинениями. Мне кажется, что у нас часто извинение означает унижение. Извинился – значит, прогнулся, проиграл.

Чтобы снять этот барьер, достаточно осознать, что вы приносите извинения не от себя лично, а от лица компании. Вы же не виноваты в том, что «интернета нет» по техническим причинам или кто-то из коллег неверно проконсультировал клиента. Вы лично несете ответственность за то, чтобы грамотно проинформировать клиента о ситуации и успокоить. Бесперебойная работа оборудования, как правило, входит в обязанности другого отдела.

**Правило 3. Никогда не отзывайтесь плохо о сотрудниках Вашей компании.**

Иногда так и подмывает сказать: «Я ничего не могу сделать — это ремонтная бригада во всем виновата» или «Я Вам ничего такого не говорила! Это был другой оператор. Как ее звали? Света? Она у нас новенькая».

Тем самым вы буквально разрушаете репутацию компании и демонстрируете свою некомпетентность.

Можно сказать примерно следующее:

*— Приношу извинения за то, что вам дали неверную информацию. Давайте разберемся…*
*— Я приношу извинения за то, что наши техники до сих пор к Вам не пришли. Возможно у них объективные причины. Я сейчас узнаю и обязательно перезвоню.*

**По теме:**[**Работа с конфликтами. Ошибка№1- если клиент предъявляет претензию**](http://hr-media.ru/rabota-s-konfliktami-oshibka-1-esli-klient-predyavlyaet-pretenziyu/)

**Правило 4. Выполняйте обещания и не заставляйте клиентов ждать.**

Если вы обещали перезвонить клиенту в течение определенного времени, обязательно выполните обещание, даже если у вас нет четкой информации. Клиент должен знать, что вы занимаетесь его вопросом. Ваша обязательность и заинтересованность в клиенте повышают его лояльность компании.

В этом правиле есть еще один момент. Даже если Вы устали или не в настроении, всегда сразу принимайте звонок клиента. Не заставляйте его висеть на телефоне в ожидании ответа. Время ожидания дает возможность клиенту накрутить себя, а это вам точно не нужно.

**Правило 5. Никогда не говорите клиенту: «Я не знаю».**

Вы опять ставите под сомнение компетентность компании и свою собственную. Всегда есть возможность уточнить информацию у коллег, вашего руководителя, у сотрудников смежных подразделений. Возьмите паузу, пусть клиент подождет немного (не более 1-2 минут) или перезвоните ему через некоторое время, когда выясните ответ на его вопрос.

**По теме:**[**Любит — не любит: Как провести оценку удовлетворенности клиентов Часть 2**](http://hr-media.ru/lyubit-ne-lyubit-kak-provesti-ocenku-udovletvorennosti-klientov-chast-2/)

**Правило 6. Если клиент разговаривает с Вами эмоционально, задавайте вопросы по сути, переключайте на факты.**

Когда вы спрашиваете что-либо, клиент начинает думать и переходит с эмоций на конструктив. Следует помнить, что если задавать вопросы, на которые клиенту сложно ответить, это его может раззадорить, и он снова переключиться на негатив.

**Правило 7. Говорите на языке клиента!**

Ваш язык специфичен. И для большинства клиентов он сложен. Не надо заблуждаться, что клиент обязан знать все технические термины. Он просто пользуется Интернетом. И если он вас не понимает, то начинает нервничать, потому что чувствует себя некомфортно. Как будто вы относитесь к нему свысока или надменно. А практически в 100% случаев — свежий конфликт с накалом страстей.

В заключение скажу, что существует целый ряд типовых претензий, с которыми приходится работать сотрудникам в компаниях разного профиля. Моя задача как тренера и консультанта — сформировать у операторов, инженеров и менеджеров «привычку» управлять конфликтными ситуациями и не провоцировать их. Для этого полезно прописать речевые модули и алгоритм поведения в случаях типовых и нестандартных претензий со стороны разных клиентов.

Однако все эти способы будут работать при одном условии – претензии клиента должны быть рассмотрены и разрешены в кратчайшие сроки. Иначе никакие правильные слова и адекватные действия сотрудников по сопровождению клиентов не спасут репутацию компании, которой будет сложно избежать финансовых убытков

Автор публикации

**Дарья Кузнецова**