

ŠTO JE CUSTOMER SERVICE



Andrea Baljak

Na primjer, iskusni kupac može zahtijevati manje pažnje prije same kupnje nego neki neiskusni kupac. U svakom slučaju *customer service* ima važniju ulogu kada je povezan s uslugom, a ne sa samim proizvodom.

U današnjem se svijetu dosta raspravlja upravo o tome kako je kvaliteta kao i sam nivo *customer servicea* prilično pao zadnjih godina i to najviše zahvaljujući pomanjkanju podrške i razumijevanja od strane voditelja prodaje, managera i vlasnika poduzeća.

8 PRAVILA DOBROG CUSTOMER SERVICEA

Dobar *customer service* je krovotok uspješnog poslovanja. Možete nuditi raznorazne promocije, možete smanjivati cijene koliko je god moguće, ali dok ne steknete kupce koji se rado vraćaju upravo vama, vaše se poslovanje neće uspješno razvijati.

Povratak kupaca je najbolji primjer *customer servicea*. Kad jednom kupac ode od vas sretan i zadovoljan, on će jednostavno proširiti dobru riječ o vama. Kao što svi znamo, dobar se glas daleko čuje. Slušajući priče o fenomenalnoj usluzi ti će isti ljudi poželjeti isprobati vaše proizvode ili usluge i uvjeriti se da je vaš *customer service* zaista na visokom nivou. Riječ se polako širi dalje, a vi ćete na taj način početi stjecati zadovoljne kupce koji će se uvijek rado vraćati vama.

Ako ste prodavač, prodat ćete vaš proizvod samo jednom tom istom kupcu. Ali, upravo će vaš pristup dobrom *customer serviceu* biti taj odlučujući korak hoće li se taj isti kupac vratiti vama u potrazi za nekim drugim proizvodom iz vaše ponude.

Bit dobrog *customer servicea* je upravo u tome da izgradite vezu sa vašim kupcima – takvu vezu da svaki vaš individualan kupac ima osjećaj da ju je vrijedno održati.

Kako stvoriti takvu vezu? Odgovor je

Customer service je pružanje usluga kupcu prije, za vrijeme i nakon prodaje. Važnost *customer servicea* ovisi o proizvodu, industriji i kupcu.



prilično jednostavan - staro pravilo dobrog *customer servicea* jest:

“Bit ćete suđeni po onome što radite, ne po onome što govorite.”

Možda to ponekad i izgleda teže no što jest, ali pružanje dobrog *customer servicea* je zapravo jednostavna i laka stvar.

UVJETI VRHUNSKOG CUSTOMER SERVICEA

Ako zaista želite pružiti vrhunski *customer service*, jednostavno se morate pobrinuti da vaše poduzeće konstantno ispunjava sljedeće uvjete:

1 Odgovarajte na telefonske pozive

Ako vas nema u uredu obavezno uključite telefonsku sekretaricu. Ili zaposlite nekoga tko će to raditi umjesto vas. Svakako se potrudite imati nekoga tko će odgovarati na pozive prema vašem poduzeću (kad kažemo nekoga neka to radije bude živo biće nego automat, jer ljudi još uvijek radije pričaju s pravom osobom nego s “robotima”).

2 Ne pružajte obećanja koja ne možete održati

Ne planirajte ih održati – održite ih! Pouzdanost je jedan od ključnih faktora za dobru vezu, i *customer service* nije iznimka. Ako vašem kupcu kažete da ćete dostaviti novu kuhinju (koju je upravo kupio) u četvrtak, budite sigurni da ćete je dostaviti u četvrtak. Ako niste sigurni radije ne obeća-

Povratak kupaca je najbolji primjer *customer servicea*. Kad jednom kupac ode od vas sretan i zadovoljan, on će jednostavno proširiti dobru riječ o vama.

vajte ništa. Isto pravilo vrijedi za sastanke s potencijalnim kupcima - ako ste dogovorili sastanak u 10 ujutro onda i budite u 10 na mjestu sastanka (čak i koju minutu prije).

3

Slušajte vaše kupce

Ljuti li vas kad pričate nekome što želite, kako se osjećate ili koji su vaši problemi i onda otkrijete da vas ta osoba uopće nije slušala i onda morate sve prepričavati ispočetka? Sada samo zamislite kako se osjeća vaš potencijalni kupac u toj situaciji. Pustite vašeg kupca neka govori i onda mu pokažite da ga slušate tako da mu dajete prave odgovore, ili mu ponudite rješenje za njegove probleme.

4

Znajte kako postupiti sa prigovorima

Nitko ne voli slušati prigovore i svi smo mi razvili u sebi obrambeni mehanizam tipa "Pa ne mogu udovoljiti svima u isto vrijeme". Možda i ne možete, ali ako obratite pažnju na prigovore onda ćete i biti u stanju pomoći svakome - i na taj ćete način stvoriti ugled poduzeća koje pruža vrhunski *customer service*.

5

Pomognite - i onda kad nimate zaradu tog istog trenutka

Evo primjera: nedavno sam izgubila onaj mali vijak na svojim sunčanim naočalama i otišla u najbliži dućan koji prodaje sunčane naočale. Objasnila sam prodavaču što se dogodilo i on mi je nadomjestio

vijak i kad sam ga upitala za cijenu rekao je da je u redu, da mu ništa ne dugujem. Što mislite, gdje ću kupiti sljedeće sunčane naočale?

6

Trenirajte svoje zaposlenike da UVIJEK pomognu, da su UVIJEK ljubazni i da poznaju proizvod

Učinite to sami ili zaposlite nekoga tko će to učiniti. Razgovarajte sa svojim zaposlenicima o *customer serviceu*, što je to, a što nije i što tražite od njih. Najvažnije od svega je da svakom svom zaposleniku date dovoljno informacija i ujedno da im date dovoljno slobode da mogu donijeti jednostavnije odluke i rješavati one laganije probleme u vezi kupaca bez vaše prisutnosti, tako da se ne nađu u situaciji da moraju reći nešto kao "Šefa nema, a ja vam na žalost ne mogu pomoći. Dođite sutra...", a da nemaju pravi odgovor. A što da umjesto: "Ja vam ne mogu pomoći, a šefa nema, vratite se sutra" radije kažu nešto poput: "Da, u potpunosti vas razumijem. Dozvolite mi da pogledam u čemu je problem i kako vam mogu pomoći".

7

Napravite korak više

Evo idealnog primjera za "korak više": kupac uđe u vaš dućan i upita vas gdje može naći određeni proizvod. Umjesto da mu samo kratko odgovorite da će taj proizvod naći u trećem redu s lijeve strane, odvedite ga do tog proizvođača sami. Još bolje, pričekajte da vidite ima li još kakvih pitanja u vezi tog proizvoda. Što god bio taj korak više, ako želite pružiti vrhunski *customer service*, učinite ga. Možda vam sam kupac neće ništa reći, ali vjerujte

Savjeti Poslovnog savjetnika


- Bit dobrog *customer servicea* je u tome da izgradite vezu sa vašim kupcima - takvu vezu da svaki vaš kupac ima osjećaj da ju je vrijedno održati.
- Ako vas nema u uredu obavezno uključite telefonsku sekretaricu kako bi odgovarala na pozive, ili zaposlite nekoga tko će to raditi umjesto vas.
- Mali poklon koji dodate kupljenom proizvodu bit će jako cijenjen od strane kupca.

da će primijetiti i da će biti pun hvale za vas pred svojim prijateljima i poznanicima.

8

Dodajte nešto svakoj vašoj prodaji

Bez obzira bio to neki kupon za sniženje za buduću kupnju ili više informacija o proizvodu i kako ga koristiti, ili samo mali osmijeh, znajte da su ljudi uvijek zadovoljniji kad dobiju više od očekivanog. I ne mislite kako morate učiniti nešto veliko kako bi ljudi to cijenili. Ako recimo radite u parfumeriji dodajte uzorak novog parfema na tržištu kao mali znak pažnje. Mala stvar koja će biti jako cijenjena od strane kupca.

Ako koristite ovih 8 pravila konstantno, vaše će poduzeće postati poznato kao jedno od onih koji pruža vrhunski *customer service*. Najbolje od svega? Vrhunski će vam *customer service* donijeti više kupaca s vremenom nego bilo kakva promocija ili bilo kakvo snižavanje cijena. 

Staro pravilo dobrog *customer servicea* jest: "Bit ćete suđeni po onome što radite, ne po onome što govorite."

Riješeno.

Odaberite iskusnog partnera koji će primjenom pouzdanih, brzih i kvalitetnijih računovodstvenih procesa Vaše zagonetke pretvoriti u jasna rješenja. Konačno se možete posvetiti razvoju svog poslovanja!

PBK partneri

Rješenja za konkurentnost.

www.pbkpartneri.hr