

Работа с жалобами и претензиями



1. Фиксация жалоб клиентов

Работа с жалобами клиентов предполагает их обязательную фиксацию. Эта функция должна выполняться менеджером по работе с клиентами (директором по качеству либо маркетологом). Фиксируются жалобы, чтобы в дальнейшем выявить способы устранения недостатков в работе и услугах. Регулярно нужно проводить обсуждение поступающих претензий, рассматривая и суть претензии, и оперативность устранения проблемы.



2. Как реагировать на жалобы клиентов?

Каждая претензия требует тщательного разбора в компании. Коллектив компании должен заняться определенным внутренним расследованием. Оптимальный вариант – когда реагировать на жалобы клиентов удастся максимально быстро, в идеале – сразу в день поступления претензии. Лишь в таком случае клиент будет уверен в заботе со стороны компании. При выявлении вины со стороны сотрудников – нужно предоставить клиенту извинения, избавившись от выявленных недостатков. Опыт подтверждает, что сначала от мелких претензий лучше избавиться, а лишь затем выявлять причины и виновников сбоя в работе компании.



3. Налаженная обратная связь

Для бизнеса в условиях современной конкуренции просто необходима надежная и стабильная обратная связь с клиентами. Научите своих работников, как работать с жалобами клиентов, как прислушиваться к целевой аудитории. Сотрудникам необходимо осознать – жалобы являются нормальным явлением в работе любой компании, а не обязательно признаком чьей-то некомпетентности. При работе с клиентом можно улучшить работу своей компании и донести заботу о потребителях, которую целевая аудитория обязательно оценит.



4. Что предпринять при необоснованной жалобе

В случае, когда вины компании в возникшей проблеме нет, объясните клиенту, что вы со своими обязательствами справились. Но настоятельно рекомендуем не бросать клиента со своей проблемой одного – постарайтесь предложить ему выход из конкретной ситуации. Данное условие особенно актуально для сектора b2b.



Как недовольство клиентов подсказывает верные пути развития

Недовольные клиенты вполне естественно приводят к дополнительным хлопотам, но для компании они становятся серьезным ресурсом. При грамотном отношении, понимая – как работать с жалобами клиентов, в результате удастся повысить качество услуг и расширить их ассортимент. Бояться жалоб со стороны клиентов не нужно – ведь они указывают на недоработки компании и возможности дальнейшего прогресса.



Основные причины жалоб клиентов

Основные причины жалоб клиентов:

- несоблюдение сроков выполнения заказа
- низкое качество его выполнения,
- грубость обслуживающего персонала.

Жалобы – это всегда разрывы нормальных органичных связей между подсистемами (аспектами) культуры обслуживания. Данные разрывы вызваны сбоями, браком в работе предприятия сервиса и его партнеров-смежников.



Рекомендации

Разбирая жалобы и претензии клиентов, следует придерживаться следующих рекомендаций:

- поставить себя в положение заявителя;
- сохранять спокойствие;
- оставаться вежливым;
- при невозможности самому разрешить жалобу (претензию) поставить об этом в известность старшего по должности.



Немного статистики

Итак, на что же чаще всего жалуются клиенты?

- ✓ 60% претензий относятся к перевозке. В основном это касается задержек рейсов и связанное с этим сокращение времени отдыха.
- ✓ 20% претензий связано с заменой отеля на другой отель.
- ✓ 14% - несостоявшаяся поездка по той или иной причине. Например, болезнь туриста, отказ в визе, ошибки турагента при оформлении, стихийное бедствие в стране, куда хочет поехать турист.
- ✓ 5% - неполная информация об отеле и связанные с этим некачественные услуги или несоответствие состава услуг.
- ✓ 0.5% изменение состава экскурсий.
- ✓ 0,5% вынужденная повторная оплата услуг туристом. Например, приобретение билетов на другой рейс при задержке вылета.

