

Тамара Воротынцева

НЕ КРАДИ ВРЕМЯ!

Переписка с клиентом по-человечески
Второй принцип



12+

Тамара Воротынцева

Не кради время!
Переписка с клиентом по-
человечески. Второй принцип

«ЛитРес: Самиздат»

2020

Воротынцева Т. Л.

Не кради время! Переписка с клиентом по-человечески. Второй принцип / Т. Л. Воротынцева — «ЛитРес: Самиздат», 2020

Данная книга входит в серию "Переписка с клиентом по-человечески", состоящую из 4-х книг. Книги данной серии - практическое пособие для специалистов, работающих с клиентами. Книги богаты практическими примерами, иллюстрациями, алгоритмами, помогающими понять, как грамотно вести переписку с клиентом в простых и сложных ситуациях. Советы из этих книг могут быть положены в основу стандартов ведения переписки в любой компании, заботящейся о том, чтобы общаться с клиентами результативно, быстро и доброжелательно и при минимуме усилий достигать максимум результата.

© Воротынцева Т. Л., 2020

© ЛитРес: Самиздат, 2020

Содержание

О книге	5
Отзывы	6
Предисловие	7
Чего хотят клиенты?	8
Принцип 2. Не кради время адресата!	12
1. Отвечайте на письма в адекватные сроки, соответствующие стандартам вашей компании	13
2. Грамотно заполняйте поле «Тема»	14
Конец ознакомительного фрагмента.	15

О книге

Данная книга является второй в серии «Переписка с клиентом по-человечески».

Книги этой серии – практическое пособие для специалистов, работающих с клиентами. Книги богаты практическими примерами, иллюстрациями, алгоритмами, помогающими понять, как грамотно вести переписку с клиентом в простых и сложных ситуациях. Советы из этих книг могут быть положены в основу стандартов ведения деловой переписки в любой компании, заботящейся о том, чтобы общаться с клиентами результативно, быстро и доброжелательно и при минимуме усилий достигать максимум результата.

ОТЗЫВЫ

«Книги прекрасны в первую очередь максимальной практической пользой и концентрацией содержания. Рекомендую всем, кто работает в клиентском сервисе и часто общается с клиентом письменно»

Сергей Герштейн, CEO компании «Кнопка»

«Незаменимые книги для всех, кто ведет общение по e-mail. Применив на практике только половину предложенных инструментов, видишь результат: взаимопонимание наступает быстрее, больше нет километров переписки. Рекомендуем эти книги всем, кто занимается обучением сотрудников, кто общается с клиентами по электронной почте и в чатах, кому важно влиять на результат общения с помощью правильно составленных писем»

Елена Федосеева, руководитель отдела контроля качества HeadHunter

Анна Ланкина, и.о. руководителя направления поддержки работодателей HeadHunter

Предисловие

Уважаемый читатель!

Я автор данной книги, а также еще трех книг, вошедших в серию «Переписка с клиентом по-человечески». Я не журналист, не редактор, не копирайтер, не гуру документооборота. Я руководитель тренинговой компании и бизнес-тренер, ведущий ежедневную переписку с клиентами. У меня за плечами 15-летний опыт общения с клиентами и 10-летний опыт обучения других людей тонкостям этого общения. Это отличает меня от других современных авторов, пишущих о деловом письме.

С 2009 года я провела в России и в ближнем зарубежье более 250 корпоративных тренингов и мастер-классов по деловой e-mail переписке. В них приняли участие около 10 000 чел. Мне было приятно быть полезной таким компаниям, как Яндекс, ВТБ, Северсталь, KFC, Анкор, ТД Carlo Pазolini, ВНИИМС, BARKLY, БЕТА ПРЕСС, Swatch group, BBDO group, Clik.ru, Gedeon Richter, Takeda, Уралкалий, а также Департаменту информационных технологий г. Москвы.

В основе книг данной серии – реальные бизнес ситуации, опыт участников моих тренингов и личные наблюдения.

Мой опыт показывает, что переписка с клиентами – сфера, в которой очень важны оперативность, результат, выдерживание стандартов общения и способность при любом количестве писем, вопросов и просьб оставаться полезным и доброжелательным. А для этого нужны выверенные инструменты письменной коммуникации.

В моих книгах вы не встретите ироничных рассказов о клиентах, в них нет провокационной полемики и авторского стеба. Разговоров о фальшивости любых шаблонов в них тоже нет.

В книгах – набор практических советов для выработки грамотных стандартов деловой переписки. Стандартов, способных вывести бизнес переписку на уровень такого мастерства, когда при минимуме усилий получаешь максимальный результат.

Книги данной серии будут полезны специалистам и руководителям служб поддержки и сопровождения клиентов, менеджерам по продажам, менеджерам по работе с клиентами.

Довольный клиент и быстрая, уверенная, результативная переписка с ним – именно такого результата я от всей души вам желаю!

С уважением,
Тамара Воротынцева

Чего хотят клиенты?

Любой человек, оказавшись в роли клиента, хотел бы испытывать комфорт от общения с компанией, в которую он решил обратиться. По моим наблюдениям, компания способна обеспечить своим клиентам комфортное общение и человеческое отношение, если ее сотрудники соблюдают четыре важных принципа.

Принцип 1. Проявляй внимание и уважение к личности адресата



Принцип 2. Уважай время адресата



Принцип 3. Помогай в решении вопросов



Принцип 4. Оставайся человеком в конфликтных ситуациях



Далее вы узнаете о простых правилах, неукоснительное следование которым поможет вам легко следовать принципу № 2 и вести переписку с клиентом предельно оперативно, с достижением необходимого результата и гарантией клиентской удовлетворенности.

Принцип 2. Не кради время адресата!

Оперативность общения – важный показатель уровня клиентского сервиса, который влияет на удовлетворенность клиента. Оперативность – это не только время ответа на письмо. Это комплекс грамотной работы и с другими параметрами, сопутствующими ответу. Эти параметры и правила работы с ними вы найдете далее.



1. Отвечайте на письма в адекватные сроки, соответствующие стандартам вашей компании

Помните, что время ответа – один из важнейших способов обеспечить клиенту комфорт. Время, в течение которого вы отвечаете клиенту, – это показатель не только вашего к нему отношения, но и вашей готовности быть оперативным.

Современные правила делового этикета позволяют отвечать на электронное письмо в течение суток. Но на практике время комфортного ожидания ответа клиентом обычно составляет 2–3 часа. Именно в этот временной промежуток адресат должен получить от вас ответ.

СОВЕТЫ

1. Если нет возможности быстро ответить по существу заданного вопроса, сообщите адресату, что письмо получено, и укажите время, в течение которого ему поступит ответ. Это можно сделать, воспользовавшись функцией автоответа, либо вручную, используя примерно такой текст: «Добрый день (имя)! Я получила Ваше письмо. Постараюсь на него ответить до... включительно». Подобное письмо – проявление заботы и неравнодушия по отношению к адресату.

2. Если вы отвечаете клиенту за пределами тех сроков ожидания, которые вы ему обозначили, обязательно извинитесь.

*«Добрый день, Светлана!
Мы получили Ваше письмо. Спасибо за обращение к нам и примите извинения за неоперативный ответ.
Направляю Вам информацию о...»*

*«Добрый день, Александр!
Примите наши извинения за ожидание. Нам потребовалось больше времени, чем мы изначально предполагали.
Ниже информация о...»*

3. Если адресат запрашивает у вас автоматическое подтверждение получения его письма, обязательно подтвердите. Не думайте, что адресат желает вас контролировать, просто он хочет быть уверенным, что до вас дошло его письмо.

4. Если вы будете отсутствовать какое-то время на рабочем месте, например, собираетесь в отпуск, обязательно установите автоответ с информацией о периоде вашего отсутствия и с контактами коллег, к которым клиент может в этот период обратиться.

5. Если вы и есть тот самый сотрудник, которому переадресованы клиенты отсутствующего коллеги, при первом ответе не забудьте представиться.

*«Добрый день, Андрей!
Меня зовут Тамара Воротынцева. Я курирую корпоративные проекты и замещаю Ирину Иванову на время ее отпуска. Отвечаю на Ваши вопросы о...»*

2. Грамотно заполняйте поле «Тема»

Поверьте, это ощутимо влияет на комфорт и оперативность решения вопросов. Помните, что поле «Тема» должно решать две задачи:

- сообщать адресату, о чем конкретное письмо;
- давать возможность быстро найти письмо, если оно понадобится позже.

СОВЕТЫ

1. Размещайте в поле «Тема» ключевые слова, по которым можно легко найти данное письмо.

2. Заполняйте поле предельно конкретно, избегайте общих формулировок. Например, формулировка «Договор + счет» более информативна, чем просто «Документы», а в словах «Договор на согласование» больше конкретики, чем в слове «Договор».

3. Контролируйте количество знаков в поле «Тема». Вместе с пробелами их не должно быть больше пятидесяти.

4. Не помещайте в этом поле смайлы и восклицательные знаки. Они отражают эмоции, а в «Теме» это неуместно.

5. Заглавные буквы используйте строго по назначению. Слова, целиком написанные заглавными буквами, в переписке воспринимаются как крик, что тоже неуместно в теме письма.

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.