

Тамара Воротынцева

УСТРАНЯЙ КОНФЛИКТЫ!

Переписка с клиентом по-человечески
Четвертый принцип



12+

Тамара Леонидовна Воротынцева
Устраняй конфликты!
Переписка с клиентом
по-человечески.
Четвертый принцип

*http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=63577751
SelfPub; 2020*

Аннотация

Книга входит в серию "Переписка с клиентом по-человечески", состоящую из 4-х книг. Книги данной серии – практическое пособие для специалистов, работающих с клиентами. Они богаты практическими примерами, иллюстрациями, алгоритмами, помогающими понять, как грамотно вести переписку с клиентом в простых и сложных ситуациях. Советы из данных 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. Данная книга поможет уверенно и спокойно работать с адресатами в конфликтных ситуациях.

Содержание

О книге	4
Отзывы	6
Предисловие	7
Чего хотят клиенты?	9
Принцип 4. В трудных ситуациях будь человеком	15
Из писем клиентов	17
1. Работа с отказом (клиент просит нас о чем-либо, а мы не можем эту просьбу выполнить)	20
1.1. Формируйте у себя грамотную внутреннюю установку для успешной работы с отказом	22
1.2. В письме-отказе придерживайтесь следующего алгоритма	23
2. Работа с несправедливой претензией (клиент выражает недовольство ситуацией, в которой нет вашей вины)	30
Конец ознакомительного фрагмента.	32

Тамара Воротынцева Устраняй конфликты! Переписка с клиентом по-человечески.

Четвертый принцип

Данная книга является четвертой в серии «Переписка с клиентом по-человечески». В ней вы найдете инструменты, которые помогут легко, уверенно и спокойно работать с адресатом в конфликтных ситуациях.

О книге

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

Книги этой серии – практическое пособие для специалистов, работающих с клиентами. Книги богаты практически-ми 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 Pazolini, 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, выдер-

живание 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 ней 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

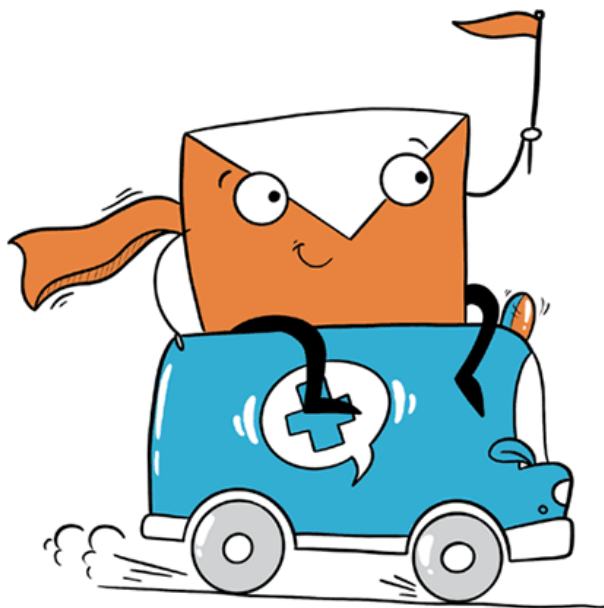


Принцип 4. В трудных ситуациях будь человеком



В этой книге вы найдете инструменты, которые помогут легко, уверенно и спокойно работать с клиентом в конфликтных ситуациях.

Принцип 4. В трудных ситуациях будь человеком



Если в вашей жизни нет конфликтов, проверьте, есть ли у вас пульс.

Чарльз Ликсон

Во-первых, нужно стараться предотвращать жалобы и конфликтные ситуации, во-вторых, нужно быть готовым к жалобам. Вот и все. Исходя из этих двух принципов и нужно строить свою работу.

Джон Шоул

Мы никогда не считаем ошибку проблемой, мы скорее рассматриваем ее как задачу и возможность. Можно установить очень крепкие отношения, когда вы оправитесь от ошибки и превзойдете ожидания... Вот почему когда мы спотыкаемся на чем-то, то очень усердно работаем над тем, чтобы все исправить... [Клиент] ... запомнит любую вашу оплошность. Но лучшие всего он запомнит, что вы сделали для того, чтобы компенсировать ущерб. Вот почему мы говорим, что любим ошибки. Причина проста. Во-первых, никто не совершенен. И во-вторых, зачастую только ошибки могут подвигнуть нас на героические поступки.

Джек Митчелл

Из писем клиентов

«Вашей жадности уже нет предела!!!!!!!!!!!! Опять с 1000 рублей кэш 30 рублей????????!!!!!!!!!! Перестая покупать через вас, вы тоже теперь ХРЕН чего получите!!!!!!!!!»

«Ваша бюрократическая компания меня не интересует! Она еще раз подтверждает вашу незаинтересованность в клиентах и их нуждах! Ответа не жду!»

«Знаете, уже 2 месяца прошло, что-то я устал показывать да доказывать... На Вашей совести. Впредь подумаю, прежде чем воспользоваться вашим сервисом»

«Мы реально поражены отношением и коррупцией в вашей компании! Мы понимаем, что понесем убытки, но, видимо, будем вынуждены обратиться в какие-нибудь органы и распространить эту информацию о вас среди других клиентов!»

«Вы водите меня за нос! Верните деньги, а потом разбирайтесь дальше в ваших косяках!»

«Спасибо, что показали оборотную сторону вашей

работы с клиентами!»

«Тупые и мошенники – это самые нежные слова, которыми называют вашу контору!!!!!!!!!!!!!!»

«Может, мне еще сплясать и выложить ролик на ютюб? Какой пункт правил обязывает меня делать то, что вы предлагаете?»

Если вы сами сталкивались с подобной реакцией клиентов, значит, советы ниже для вас. Они помогут проработать четыре самые распространенные сложные ситуации:

- отказ;
- ответ на несправедливую претензию;
- ответ на справедливую претензию;
- ответ на письма клиентов, использующих нецензурную и оскорбительную лексику.

*** * ***

Трудные письма – неотъемлемая часть общения с клиентами. И эту часть работы надо делать грамотно и добротнo, как бы сложно порой это ни было

А еще при работе с трудными письмами помните следующее:

- часть трудных писем мы создаем сами;
- в любом трудном письме важно проявлять уважение к

клиенту и к его просьбе;

- не все просьбы клиента могут быть удовлетворены;
- во всяком трудном письме есть вопросы, требующие решения, и есть эмоции, сопровождающие вопрос. Важно отличать их друг от друга.

Для написания любого трудного письма есть проверенные практикой алгоритмы. О них и пойдет речь далее.

* * *

1. Работа с отказом (клиент просит нас о чем-либо, а мы не можем эту просьбу выполнить)

Письмо клиента

From: Андрей Петров

To: Михаил Михайлов

Subject: Просьба

Добрый день, Михаил!

Обращаюсь к Вам с просьбой.

Наша компания занимается продажей и техническим обслуживанием грузовой и строительной техники, а также поставкой запасных частей. С 2007 года мы являемся вашими постоянными клиентами и деловыми партнерами.

В связи со сложной ситуацией на рынке грузовой и строительной техники и сокращением бюджета на проведение рекламных кампаний мы обращаемся к Вам с просьбой предоставить нам скидку 20 % при размещении рекламы.

Заранее благодарим вас за понимание и поддержку.

С уважением,

Андрей Петров

В чем обычно заключается трудность отказа?

- Мы по объективным причинам не можем пойти на уступки адресату.
- Нам неприятно отвечать ему отказом.
- Нам важно сохранить благорасположение и лояльность адресата.

Как эту трудность преодолеть?

- Важно иметь четкую внутреннюю установку.
- Надо знать алгоритм корректного отказа.

1.1. Формируйте у себя грамотную внутреннюю установку для успешной работы с отказом

Чтобы написать отказ и не испытывать при этом внутреннего напряжения, советую осознать вот что.

- Вы работаете в бизнесе, а бизнес – это сфера взаимодействия, где у каждой стороны есть свои интересы.
- Интересы и желания клиента порой могут не совпадать с вашими возможностями, но вы в этом виноваты.
- Отказ – это не обязательно конец общения. Возможно, это очередной этап диалога.
- Необходимость ответить отказом – это не конец света, а штатная рабочая ситуация.

1.2. В письме-отказе придерживайтесь следующего алгоритма

- Обязательно используйте персональное обращение.
- Дайте адресату понять, что уделили время и внимание его просьбе.
- Если уместно, привнесите в письмо позитивные ноты.
- Выразите понимание, что просьба действительно важна.
- Изложите конкретные причины, не позволяющие вам выполнить просьбу. Используйте при этом цифры, даты, сроки и др.
- По возможности предложите клиенту альтернативное решение. Если альтернативу найти нельзя, аккуратно напомните о тех ситуациях, когда вы шли навстречу просьбам адресата.
- Выразите надежду на продолжение сотрудничества, если это уместно.

Пример грамотного письма-отказа

From: Михаил Михайлов

To: Андрей Петров

Уважаемый Андрей Иванович!

Мы благодарны Вам за длительное сотрудничество с нами и очень ценим Вас как нашего давнего клиента и делового партнера.

Что касается Вашего вопроса о возможности скидки, то скидки у нас являются накопительными и рассчитываются от совокупного объема услуг, оказанных и оплаченных за последние 365 дней (12 месяцев). Шкала скидок едина для всех наших клиентов и партнеров. Высылаю Вам ее в приложении.

На текущий момент скидка для Вашей компании составляет 15 %: за последние 12 месяцев Ваша компания заказала услуг на сумму xxxxxxxx руб. Следующий порог скидки – xxxxxxxx руб. Для него начнет действовать скидка 20 %. При достижении этого порога ваша скидка автоматически увеличится.

Мы понимаем, что сейчас во многих отраслях экономики существуют некоторые сложности. Но, несмотря на это, мы продолжаем предоставлять нашим клиентам и партнерам такую услугу, как отсрочка платежа. Она позволяет воспользоваться услугами практически сразу, а оплачивать их в течение последующих 20 дней.

На данный момент сумма беспроцентного кредита для Вашей компании составляет xxxxxx руб.

Если Вы решите воспользоваться услугой отсрочки платежа, сообщите мне об этом, и я оперативно решу все вопросы.

Очень надеемся на понимание и продолжение сотрудничества.

*С уважением,
Михаил Михайлов*

Разберем это письмо на составляющие части.

Пример грамотного письма-отказа

Персональное обращение:

Уважаемый Андрей Иванович!

Проявление внимания:

Мы благодарны Вам за длительное сотрудничество с нами и очень ценим Вас как нашего давнего клиента и делового партнера.

Персональное внимание к ситуации клиента, наличие фактической информации о ней. Пояснение причин отказа и варианта развития ситуации:

Что касается Вашего вопроса о возможности скидки, то скидки у нас являются накопительными и рассчитываются от совокупного объема услуг, оказанных и оплаченных за последние 365 дней (12 месяцев). Шкала скидок едина для всех наших клиентов и партнеров. Высылаю Вам ее в приложении.

На текущий момент скидка для Вашей компании составляет 15 %: за последние 12 месяцев Ваша компания заказала услуг на сумму xxxxxxxx руб. Следующий порог скидки –

xxxxxxx руб. Для него начнет действовать скидка 20 %. При достижении этого порога Ваша скидка автоматически увеличится.

Понимание ситуации клиента:

Мы понимаем, что сейчас во многих отраслях экономики существуют некоторые сложности.

Альтернатива:

Но, несмотря на это, мы продолжаем предоставлять нашим клиентам и партнерам такую услугу, как отсрочка платежа. Она позволяет воспользоваться услугами практически сразу, а оплачивать их в течение последующих 20 дней. На данный момент сумма беспроцентного кредита для вашей компании составляет xxxxxx руб.

Если Вы решите воспользоваться услугой отсрочки платежа, сообщите мне об этом, и я оперативно решу все вопросы.

Позитивное завершение. Уместность этикетной фразы:

Очень надеемся на понимание и продолжение сотрудничества.

Еще один пример работы в ситуации отказа

Просьба клиента

От: Алена

Кому: Тамара

Тамара, добрый день!

Меня зовут Алена Иванова, я работаю в компании ХХХ, и я принимала участие в Вашем тренинге по деловой переписке.

В первую очередь я хотела бы выразить Вам свою благодарность за обучение и за Ваш вклад в развитие моих навыков по общению с клиентами в письмах.

Мы с коллегами благодарны Вам за доходчивость, интересную подачу информации и за те материалы, которые у нас остались после тренинга.

Сейчас пишу по поводу рабочей тетради, которую Вы нам раздали на тренинге.

Тамара, могли бы Вы, пожалуйста, уточнить, есть ли у Вас возможность прислать мне электронную версию рабочей тетради?

Буду признательна за Ваш ответ.

С уважением,

Письмо-отказ

Персональное обращение:

Добрый день, Алена!

Доброжелательность. Позитивные эмоции:

Спасибо за Ваше письмо и за добрые слова. Они приятны))

В структуре Вашего письма вижу применение информации, звучавшей на тренинге. Это тоже приятно. Письмо грамотное и добротное. Спасибо!

Объяснение причин отказа:

По поводу электронной версии рабочей тетради: корпоративные правила не позволяют нам отсылать электронные версии тренинговых материалов.

Альтернатива. Понимание важности просьбы для клиента. Доброжелательность:

При этом мне хочется Вам помочь. Напишите, пожа луйста, какая часть тетради (какая информация) и для каких целей Вам необходима.

Я подумаю, что могу сделать для Вас.

С уважением,

ОБРАТИТЕ ВНИМАНИЕ. ЭТО ВАЖНО!

1. Фраза «к сожалению» совсем не обязательна в письмах-отказах. Напротив, к ней следует прибегать очень выборочно. Не используйте ее в сочетаниях, подобных этим:

- «К сожалению, у нас изменились процедуры...»;
- «К сожалению, этот тариф временно не доступен»;
- «К сожалению, эта карта изъята из обращения...»;
- «К сожалению, мы не выполняем такие виды работ».

Сожаление должно относиться к факту отказа, а не к обстоятельствам, с которыми он связан. Ведь обстоятельства – это сфера вашего бизнеса, и жалеть о том, что он так устроен, не вполне разумно.

2. Не нужно перебарщивать с извинениями. Иначе у адресата сложится ощущение, что вы и в самом деле виноваты.

3. Заканчивайте письмо-отказ фразой «Надеемся на ваше понимание» или «Благодарим за ваше понимание», только если отказ связан с изменениями условий, которые были оговорены с клиентом ранее.

* * *

2. Работа с несправедливой претензией (клиент выражает недовольство ситуацией, в которой нет вашей вины)

Письмо клиента с несправедливой претензией

От: Светлана

Кому: Тренинговая компания

Здравствуйте!

В прошлом месяце (25–26 февраля) у нас в компании проходил корпоративный тренинг «Эффективный руководитель» (вел ваш тренер Иван Иванов). При выдаче сертификатов обнаружилось, что для трех человек их не оказалось: Елисеева Любовь, Лопатин Андрей, Журавлева Елена. Тренер обещал, что вы их вышлете по почте. Мы их до сих пор не получили. При этом у нас уже начинаются проблемы с бухгалтерией по закрывающим документам.

С уважением,

Светлана Алексеева

Специалист по обучению

СОВЕТЫ

1. Расценивайте подобные письма как просьбу клиента исправить ситуацию, которая развивается не по задуманному сценарию.
2. Соглашайтесь с тем, что проблема действительно существует.

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.