Zákaznícky servis a jeho zamestnanec :)

Služba zákazníkom spočívajúca v poskytovaní rád a riešení akýchkoľvek problémov alebo podnetov, ktoré zákazníci majú.

Zákaznícky servis by mala poskytovať každá dobrá spoločnosť, ktorá si chce svoju klientelu udržať.

Ak sa pre zriadenie takéhoto servisu rozhodnete a vyberiete si zamestnanca, ktorý ho bude mať na starosti, dbajte na to, aby ste zvolili správne.

Pri výbere správneho zamestnanca zákazníckeho servisu sa zamerajte na určité strategické body:

1. Dôležité vlastnosti zamestnanca zákazníckeho servisu

Je **dobrým poslucháčom**. Pozorne počúva, čo mu zákazníci hovoria, pýta sa ich pri každej nejasnosti a najmä ich nechá zhrnúť všetky požiadavky ešte raz. Zákazníci uvidia, že naozaj má záujem vypočuť si ich a dokonale zachytiť všetky požiadavky.

Vyznačovať by sa mal aj **pokojom** a **trpezlivosťou**. Nie je dôležité uplatňovať ich len pri rozčúlených zákazníkoch, aj keď na nich by to malo platiť dvakrát. Trpezlivé zaobchádzanie si zaslúži každý jeden klient. Vráťme sa však na chvíľu k tým viac rozčúleným. Pri nich by si mal zamestnanec zákazníckeho servisu poradiť v prvom rade so svojimi emóciami, a tak dokáže spracovať aj emócie klienta. Ak sa kontroluje a zachováva rozvahu, zákazníci sa cítia byť rešpektovaní a komunikácia s nimi môže byť razom jednoduchšia.

2. Komunikácia ako neoddeliteľná súčasť

Neoddeliteľnou a najdôležitejšou súčasťou základných zručností pracovníka zákazníckeho servisu je **komunikácia s klientmi**. Zamestnanec sa dostáva do priameho kontaktu s klientom, preto by ste mali dbať na jeho rečové schopnosti. Je dôležité, aby používal vhodné slová. Takisto by mal vždy vedieť zhodnotiť situáciu a sám by mal najlepšie vedieť určiť, kedy môže zákazníkovi vstúpiť do monológu.

Mal by byť pozorný a chápavý, no zároveň musí byť výrečný a povedať všetko, čo je potrebné. Ak sa sám vie orientovať v slovnej zásobe a vie použiť správne slová, zákazník uvidí jeho **profesionalitu** a bude reagovať pokojnejšie, pretože si uvedomí, že je v dobrých rukách.

A popri komunikácii slovnej nezabúdajme aj na tú mimo slovnú – teda **reč tela**. Mimika a gestikulácia dokážu často odhaliť, čo si človek naozaj myslí. Nechcete predsa na zákazníkov pôsobiť odstrašujúco. Preto je dôležité kontrolovať svoju tvár a pohyby tela. Zákazníci zvyknú mávať rôzne pripomienky aj cez telefón, a preto je potrebné dbať aj na správny postup pri **komunikácii cez telefón**. Aj keď vás druhá strana nevidí, môže negatívne aspekty ľahko vycítiť. Takisto by si mal zamestnanec pri riešení dotazov dávať pozor na to, čo klientom **sľúbi**, pretože to si pamätajú najlepšie a ak od vás potom niečo očakávajú a váš „zodpovedný" zamestnanec na to zabudne, môžu sa poriadne nahnevať a vy môžete prísť o stálu klientelu.

Správna komunikácia spraví veľa, no najdôležitejšie sú vedomosti. Váš zamestnanec musí **byť expertom** a musí sa orientovať vo všetkých produktoch, ktoré vaša firma ponúka, teda predáva. Jedine tak dokážete zaručiť najlepší servis. Mal by sa zaujímať o **aktuálne dianie v spoločnosti**, aby vedel tie najnovšie informácie.

3. Správny prístup

Ak sa stane, že v niečom spraví chybu, nebuďte k nemu hneď krutý. Veď mýliť sa je ľudské a človek sa predsa najlepšie **učí zo svojich chýb**. Dôležité je si to priznať, hoci aj pred zákazníkom, a tým vám váš zamestnanec dokáže profesionalitu a najmä snahu a ochotu. Klienti zvyknú oceniť aj to, že si chybu uznal a že je ochotný na sebe zapracovať. Ale ak si stále nie je istý či podnikol dobré kroky, poraďte mu, nech **otestuje spokojnosť zákazníka** pred vyrieknutím verdiktu. Zamestnanec by sa mal spýtať klienta radšej dvakrát, aby zistil či je naozaj spokojný. Pýtaním sa na jeho názor mu dá pocítiť trocha dôležitosti.

4. Organizácia práce

Plánovanie času je pri starostlivosti o zákazníka veľmi dôležité. Každý pracovník si musí vyhradiť dostatok času pre riešenie každého problému a najmä nesmie zabudnúť na čakajúcich klientov. **Úlohy si rozdelí** podľa náročnosti od tých najjednoduchších po najkomplikovanejšie, pri ktorých musí stráviť viac času. S dobre organizovaným časom toho stihne určite veľa. Každý problém tak môže do detailov **analyzovať**. Snaží sa prinášať čo najúčinnejšie riešenia a **vcítiť sa do kože zákazníkov**, aby u nich dokázal bodovať hneď na prvý pokus. Ak nad riešením zaváhajú, presvedčí ich a poukáže na všetky výhody, ktoré tým môžu získať. Pri tvrdohlavejších a náročnejších klientoch sa snaží vydať cestou **kompromisov**. To niekedy zaberie viac ako

Copyright © 2013 - 2026 Encyklopédia poznania

strácanie času s neoblomnými ľuďmi.

Po celom náročnom procese ste konečne našli riešenie, ktoré vyhovuje obom stranám či už cestou kompromisov alebo ponúknutím tak výborných návrhov, že prešli hneď. Na záver riešenia sťažnosti alebo iného problému je najdôležitejšia **spokojnosť zákazníka**. Ak dôjde k takémuto záveru, môžete byť na seba pyšný a môžete si povedať, že ste si vybrali dobrého zamestnanca zákazníckeho servisu, ktorý svoju prácu dokonale zvládol.

Zdroje

Prevzaté a upravené z:

- **https://www.podnikajte.sk/marketing/zakaznicky-servis.**

Copyright © 2013 - 2026 Encyklopédia poznania