

جملات ممنوعه در تجارت تلفنی

آیا می دانید که کارمندان شما چگونه پاسخگوی تماس های تلفنی شرکت تان هستند؟ نحوه ی پاسخگویی به تلفن همواره دارای اهمیت بوده است، با این حال برخی از شرکت ها هیچ تلاشی برای آموزش آداب پاسخگویی تلفنی به کارمندان، از خود نشان نمی دهند. در قرن بیست و یکم به سر می بریم. این بی توجهی ها در بیش تر مواقع نتیجه ای جز شکست در تجارت، آزار مشتریان و از دست دادن فرصت های تازه نخواهد داشت. در این نوشتار سعی شده است به مواردی که بیش ترین تاثیر نامطلوب را بر تجارت تلفنی می گذارند، اشاره شود. این موارد براساس تجربیات موسسه ی “دکتر تلفنی” واقع در بخش مرکزی شهر “سن لویس” در طول دو دهه فعالیت این موسسه به دست آمده است.

پیش از پرداختن به این موارد یادآوری این نکته ضروری است که نزدیک به ۹۴ درصد مشتریان شیوه ی پاسخگویی ماشینی (منشی تلفنی) را بسیار نامطلوب و حتی گاه نامحترمانه می خوانند. در زیر به ۱۰ مورد از پاسخگویی های مخرب در تجارت تلفنی اشاره می شود؛ البته پاسخگویی به شکل “نه! نه! گوشی را نگه دارید”، در دسته ی این گونه پاسخگویی ها قرار می گیرد. به یاد داشته باشید که رعایت ادب در پاسخگویی به تلفن، همانند رعایت دیگر موارد اخلاقی به طور چشم گیری افکار عمومی را نسبت به شما تغییر می دهد. آن گونه که شخصیت اخلاقی شما اجازه می دهد با دیگران رفتار کنید. بنابراین اگر خواهان حفظ و افزایش مشتریان خود هستید، به کارمندان تان گوشزد کنید، از موارد زیر در پاسخگویی به مشتریان پرهیز کنند:

(۱) سیاست ما این نیست؛

این بهانه که متأسفانه در بیش تر موقعیت ها شنیده می شود بیش تر برای رفع تکلیف در برابر شکایات و نیازمندی هاست؛ که نه تنها یک ضعف اخلاقی به شمار می آید، بلکه مسئول سیاست های یک مجموعه را نیز زیر سوال می برد. حال قضاوت کنید ناخرسندی مشتریان را در برابر سیاست یک موسسه چه گونه می توان توجیه کرد؟ اگر کارمندی نمی تواند پاسخگوی نیاز مشتریان باشد یا این که به شکایتی رسیدگی کند باید ضمن مشورت با مافوق خود بهره گیری از نصایح و تجربیات او به بینشی مناسب دست یابد تا بتواند مشتری ناراضی خود خوشحال و راضی نگه دارد. در این صورت می توان در هر مرحله از تجارت آگاهی های لازم را در اختیار مشتری قرار داد.

(۲) از حوزه ی اختیارات من خارج است و یا کار من نیست؛

همان گونه که می دانیم تک تک افراد مشغول به کار در یک موسسه، باید همیشه آماده ی پاسخگویی به نیازهای مراجعان باشند یا دست کم اطلاعات اندکی درمورد نیازهای یک مشتری داشته باشند. برای این کار می توانید نخست شماره تماس مشتری را از وی دریافت کنید، سپس با مدیر مربوط در مورد موضوع مشورت کنید و پس از یافتن راه حل در زودترین هنگام با مشتری تماس بگیرید.

(۳) ممکن است در زمان بهتری تماس بگیرید؟ الان به هیچ وجه وقت ندارم؛

این جمله می تواند به شدت در تجارت کاستی ایجاد کند. اما کارکنان بیش از آن که فکرش را بکنید از آن استفاده می کنند. این گفته همیشه مثل تلنگری به ذهن مشتری است تا از خود بپرسد: “مشغول به چه کاری بوده اند؟ یا “آیا من در زمان صرف غذا تماس گرفته ام؟” مطمئن شوید که هیچ یک از کارکنان شما چنین جمله ای یا حتی جملات مشابه آن را به کار نمی برند.

۴) کامپیوتر من از کار افتاده است یا سرورهای ما دچار مشکل شده اند.

در واقع این مشکل نه تنها مشکل مشتریان نیست بلکه دلیلی برای معلق کردن خدمات نیز به شمار نمی آید. تجارت چه با نظارت افراد آگاه چه بدون آن، راه خود را پیش می گیرد. اما به هر صورت اگر مشکلی با کامپیوتر خود دارید باید از مشتری خود عذرخواهی کنید و ناتوانی خود را از کمک به آن ها ابراز کنید، سپس شماره تماس مشتری را یادداشت کنید و به محض رفع شدن مشکل با او تماس بگیرید و به او کمک کنید.

۵) پیام من را دریافت نکردید؟

آن زمان که تلفن ها را خود اشخاص جواب می دادند و فناوری عرصه ی ارتباطات را قبضه نکرده بود، اشخاص همیشه به نحوی می توانستند ادعا کنند که پیامی به دست شان نرسیده است. اما امروزه با پیشرفت فناوری و با وجود دستگاه هایی که این پیام ها را نمایش می دهند، این امر امکان پذیر نیست. همچنین نمی توان در آن هنگام که پیامی وجود ندارد تظاهر به پاسخگویی به یک پیام کرد. اگر نمی توانید به پیامی به موقع و مودبانه پاسخ دهید، شایسته ترین کار عذرخواهی است. این روش بیش تر در مورد کسانی صادق است که عادت دارند در هنگامی که افراد به شبکه متصل نیستند مانند ساعت ۷ صبح و هنگام ناهار و ساعت ۱۰ شب؛ آن هنگام که احتمال حضور نداشتن فرد در شبکه زیاد است، پیام بفرستند. اما صحبت کردن از پیامی که هرگز ارسال نشده است، بسیار باورنکردنی است؛ چرا که دستگاه پیام نما همه ی پیام ها را به نمایش می گذارد.

۶) قبل از تماس با شما در انتظار به دست آوردن اطلاعات بیش تر بودم.

این جمله بهانه ای آشکار بیش نیست. همه می دانند که این هم شیوه ای برای گمراه کردن مشتری است. اگر قصد شما در واقع جمع آوری اطلاعات بیش تر باشد، حتما پیام الکترونیکی یا پیام صوتی فوری در این باره برای شخص ارسال خواهید کرد. این همان کاری است که هر کارمند باتجربه آن را انجام خواهد داد. با این بیانیه شما به گونه ای به مشتری خود توهین کرده و به او ناخواسته فهمانده اید که یا طرح و برنامه ی وی را در اولویت کاری قرار نداده اید و یا شما فردی شایسته برای انجام این کار نبوده اید. به هر حال اگر قصد پرهیز از پاسخگویی به شخصی را دارید در این کار خلاقیت بیش تری به خرج دهید.

۷) سلام "پت" یا "سم" یا "مورگان" یا "تایلر" تشریف دارند؟

"کریس تسیر" (Chris Tessier) مدیر روابط عمومی شرکت "پیتنی بوز" در استانفورد می گوید: "امروزه اسامی مشترک بین زن و مرد زیاد شده است. "سم" خلاصه ی اسم "سمانتا" است. اگر شما به اشتباه با شخصی تماس بگیرید که او نیز "سم" باشد، در مدت زمان کوتاهی متوجه می شود که تماس، به اشتباه برقرار شده است. پیش از برقراری این گونه تماس ها باید در صفحه ی وب شرکت ها فرد مورد نظر را جست و جو کنید و یا تحقیق کاملی درباره ی او داشته باشید. وظیفه ی خود را به خوبی انجام دهید تا بتوانید با اطمینان نام کامل افراد را به کار برید."

۸) لحظه ای صبر کنید تا صدای شما را بر روی بلندگوی تلفن بگذارم.

برای این کار هم چون کلید انتظار تلفن باید از مشتری اجازه بگیرید. بسیاری از متخصصان گمان می کنند که اگر مشتری به آن ها اجازه ی این کار را بدهد دیگر هیچ مشکلی وجود ندارد اما من، به شخصه، با این گونه مکالمات تلفنی مخالفم و آن ها را زشت

و ناپسند می دانم. چون با استفاده از بلندگو به هر حال به خوبی نمی توان صدای مشتری را شنید و یا حتی تشخیص داد که چه کسی در حال صحبت است. به علاوه هیچ گاه متوجه نمی شوید که آیا کسی در حال استراق سمع مکالمه ی شما هست یا نه؟

۹) مطمئنم که او با شما تماس خواهد گرفت.

هرگز از طرف دیگران قول ندهید. به عقیده ی من این کار تنها برای اثبات وفاداری و خوش خدمتی انجام می شود. شما فقط باید در مورد رساندن پیام به شخص مورد نظر وفادار باشید نه این که درباره ی تماس او با مشتری قولی دهید. قول دادن در مورد توجه دیگران به پیام مشتری به شما هیچ ارتباطی ندارد. چرا که اگر شخص با مشتری تماس حاصل نکند، شما مشتری را به گونه ای از خدمات خود نا امید کرده اید. چه بسا که موجبات رنجش او را فراهم کنید.

۱۰) همین الان از مراسم به خاک سپاری مادرم بازمی گردم.

من هرگز فکر نمی کردم که بیان اتفاقات غم انگیز به دیگران ضرورت داشته باشد. اما این مورد را خود تجربه کرده ام. روزی با یک فروشگاه اینترنتی برای خرید تماس گرفتم، اما آن ها تا ۳ هفته ی بعد جنس مورد نیاز را به من عرضه نکردند. پس از تماسی دوباره با مالک فروشگاه، اولین جمله ای که به زبان از وی شنیدم این بود: “درگیر مراسم به خاک سپاری مدیر فروشگاه بودیم” و چند لحظه بعد ادامه داد “اکنون از مراسم به خاک سپاری مادرم برمی گردم” برداشت من از این موضوع این بود که او تمام هم دردی های مرا پذیرفت اما دیگر فراموش کرد که من یک مشتری هستم. به خاطر داشته باشید که هیچ گاه مسایل شخصی را وارد مکالمات تجاری نکنید مگر این که مدتی مدید از زمان دوستی شما با یک مشتری گذشته باشد.

سایت آفتاب

انتخابی از منابع گوناگون