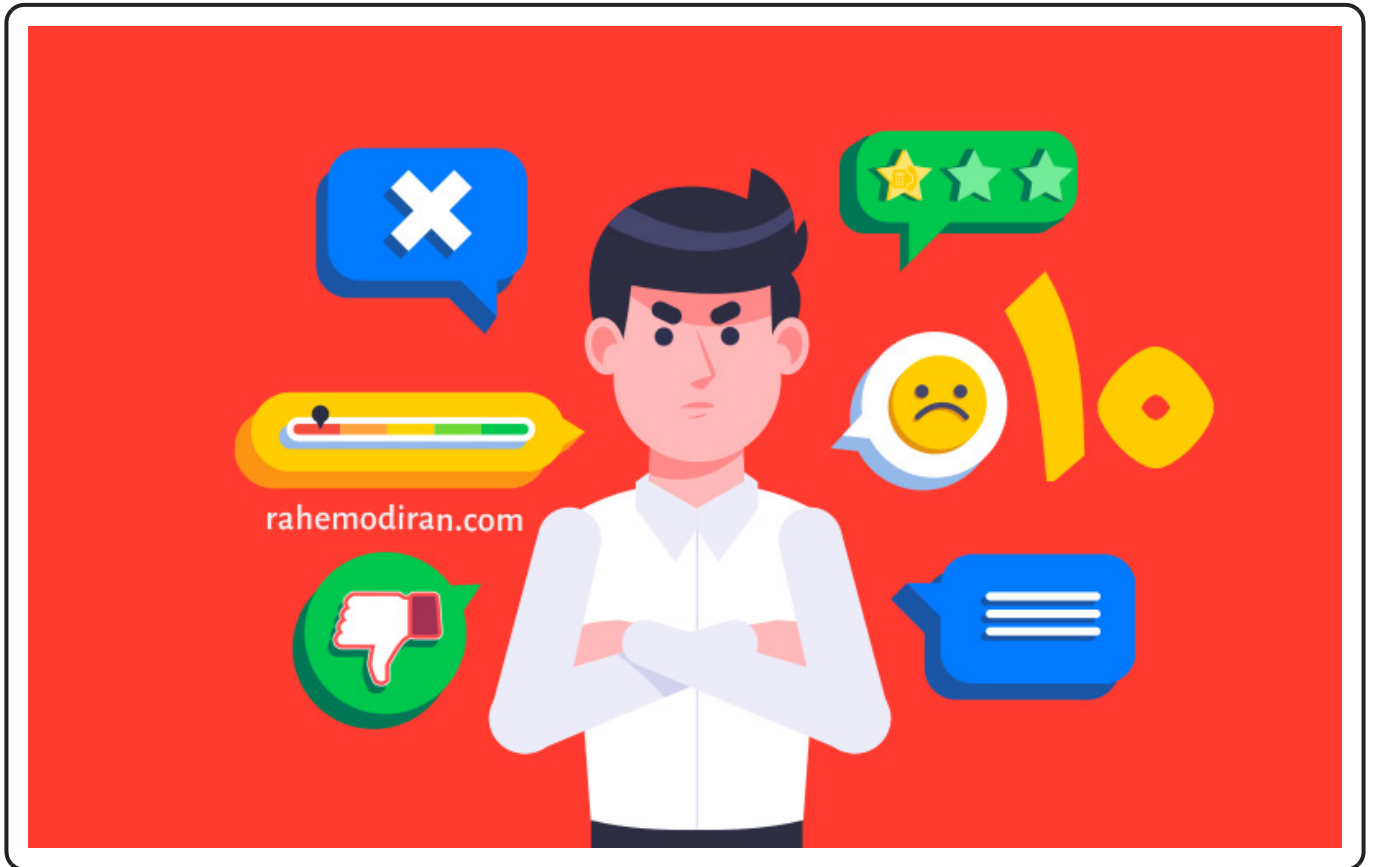




۱۰ نارضایتی رایج مشتریان و اسکریپت‌های پاسخگویی به آنها

نارضایتی مشتریان یکی از بزرگ‌ترین موانعی است که در مسیر بازاریابی قرار می‌گیرد. این که مشتری چالشی داشته باشد که به آن پاسخ داده نشده به خودی خود می‌تواند دردسرساز شود. اما چیزی که مهم‌تر است، این است که ما به عنوان بازاریاب چطور به این شکایت یا استدلال مخالف پاسخ می‌دهیم. آیا او را قانع می‌کنیم؟ یا باعث می‌شویم بیشتر دفع شود؟ در این راهنما ۱۰ نارضایتی رایج مشتریان را می‌بینیم و بررسی می‌کنیم که چه جوابی به آنها می‌تواند نتیجه مثبتی را رقم بزند. این پاسخ‌ها چه برای فروش محصولات



کوچک و چه حتی برای معاملات مهم و بزرگ کاربرد خواهند داشت.

منظور از اسکرپیت‌های پاسخگویی به نارضایتی مشتریان چیست؟

در جایگاه یک بازاریاب احتمالاً مخالف‌های زیادی را از مشتریان می‌گیرید. از شکایت کردن از محصولات گرفته تا خدمات نامناسب و... . یک بازاریاب معمولی در این شرایط یا فقط معذرت‌خواهی می‌کند یا با مشتری مقابله می‌کند.

معذرت‌خواهی شاید مشتری را آرام کند، اما او را یک «مشتری» نگه نمی‌دارد. مقابله کردن هم بدتر از معذرت‌خواهی است! چون باعث می‌شود حتی اگر خود مشتری ذهنیت متوسطی نسبت به ما دارد، تصورش کاملاً تیره‌وتار شود. پس چه کنیم؟

باید از قبل نارضایتی رایج مشتریان را بشناسید. حدس بزنید که چه شکایت‌هایی و با چه جملاتی قرار است مطرح شوند. سپس به جواب آنها فکر کنید و خودتان را آماده کنید. البته نیازی نیست خودتان به پاسخ مناسب فکر کنید، چون ما دقیقاً اینجا هستیم تا به شما بگوییم که نارضایتی‌های متداول مشتریان چه هستند و چه پاسخی باید به آنها بدهید.

این اسکرپیت‌ها یا همان جواب‌ها هم می‌توانند مشتری را آرام کنند



و به او بگویند که شما به دغدغه آنها اهمیت می‌دهید و هم درصد مشتری ماندن آنها را تقویت کنند. در تیتراژ هر بخش جمله احتمالی مخالفت مشتری را می‌بینیم و در ادامه پاسخی را بررسی می‌کنیم که بهتر است در جواب آن شکایت به مشتری بدهید.

در بعضی از پاسخ‌ها یک املاک را به عنوان مثال در نظر می‌گیریم. فرض کنید که املاکی دارید و مشتری می‌خواهد خانه‌اش را به کمک شما بفروشد یا خانه جدیدش را با همراهی شما بخرد. اگر پاسخی دهد که گویی دیگر نمی‌خواهد معامله‌اش را با ما پیش ببرد چه کار کنیم؟ بیایید شکایات‌ها و پاسخ‌ها را ببینیم.

نارضایتی رایج مشتریان و پاسخ مناسب آنها

در این بخش رایج‌ترین شکایات مشتریان را می‌بینیم.

۱/ "من باید به قولی که به فروشنده قبلی دادم عمل کنم"

مشتری می‌خواهد به فروشنده قبلی متعهد بماند و تصور می‌کند که این کار درستی نیست که از جای دیگری خدمات بگیرد. پاسخ این استدلال را با چنین منطقی بدهید:

"این فوق‌العاده و قابل احترام است که تا این حد به فروشنده



قبلی متعهد هستید. اما اجازه دهید که این سؤال را بپرسم که آیا تا به حال شده که بخواهید چیزی بخرید یا کاری انجام دهید و یکی از دوستان بگویند که اگر کمک خواستی روی من حساب کن و شما به کمکی نیاز نداشتید و از دوستان کمک نخواستید باشید؟ (احتمالاً پاسخ «بله» است).

خب این شرایط هم درست مثل همان وضعیت است. حالا هم شما در شرایطی هستید که واقعاً به کمک فروشنده قبلی نیاز ندارید. این که از فرد دیگری کمک بگیرید و نیاز خود را به روش دیگری برطرف کنید، آسیبی به فروشنده قبلی نمی‌رساند.

این یک کار یا خرید مهم است که شما می‌خواهید انجام دهید. بنابراین نباید بر اساس احساسات تصمیم بگیرید. هر فردی در موقعیت شما می‌خواهد آگاهانه‌ترین تصمیم را بگیرد. این که همیشه به یک فروشنده متعهد باشید، تضمین نمی‌کند که بهترین تصمیم را بگیرید. بنابراین پیشنهاد می‌کنم که به نظر من فکر کنید و اگر احساس کردید که منطقی و به‌صرفه است، پاسخ مثبت بدهید."

۲/ "من منتظرم تا وای که درخواست داده‌ام به دستم



پرسد "

مشتری به هر دلیلی می‌خواهد دریافت خدماتش را به تعویق بیندازد. اما شما نباید مشتری را رها کنید. برای مثال اگر مشتری می‌خواهد به کمک شما خانه بخرد، می‌توانید در این مدت لیستی از فروشنده‌های مناسب تهیه کنید. پاسخ این استدلال می‌تواند این‌گونه باشد:

"بسیار خوب، بیایید در این مدت اقدامات جانبی لازم را انجام دهیم. بازار امروز فوق‌العاده رقابتی است و اگر از قبل با صاحب‌خانه هماهنگ نکرده باشید و در مورد قیمت صحبت نکرده باشید، احتمالاً فرد دیگری با پیشنهاد بهتر خانه مدنظرتان را می‌خرد."



۳/ "شما سرتان خیلی شلوغ است، ما فروشندehای می‌خواهیم که بیشتر روی کار ما تمرکز کند"

راز موفقیت در این پاسخگویی به این نارضایتی رایج مشتریان این است که روی امتیازات و پروژه‌های موفق خود تمرکز کنید. پس به نمونه کارها و سوابق خود اشاره کنید:

"مطمئن باشید شلوغ بودن کار ما دلیلی بر این نیست که نمی‌توانیم خدمات خوبی به شما ارائه بدهیم. بنجامین فرانکلین می‌گوید: اگر می‌خواهید کاری خوب پیش برود، از کسی کمک بخواهید که سرش از همان کار شلوغ است."



(در ادامه) من از این بابت قدردانم که ما را به رقبا ترجیح داده‌اید. اما هر چه سر ما شلوغ‌تر باشد، یعنی تجربه بیشتری در این کار داریم. (در مثال املاکی) هر چه ما شلوغ‌تر باشیم، یعنی با فروشندگانش و مشتریان بیشتری سروکار داریم. بنابراین شما هم انتخاب‌های بیشتری پیش روی خود دارید."

۴/ "من می‌خواهم قبل از فروش خانه خود، خانه‌ای را که می‌خواهم بخرم پیدا کنم"

اینجا مثال یک املاکی را می‌بینیم. اما این مورد نیز مثل باقی موارد می‌تواند در هر شغلی نمود پیدا کند. در کسب‌وکارهای دیگر هم تمرکزتان بر این باشد که به مشتری دید وسیع‌تری بدهید. از او بخواهید که نگاهی اجمالی داشته باشد. به علاوه می‌توانید راه حل‌هایی را ارائه دهید تا مشتری ناچار نباشد که مدتی از شما دور شود. مثل قرارداد توافقی که در این مثال می‌بینیم:

"من موافقم (هم‌دردی با مشتری)، پیدا کردن خانه جدید بسیار مهم است. اما فروش خانه شما ممکن است بین ۳ تا ۵ ماه طول بکشد. ممکن است در این مدت تمام گزینه‌های مناسب شما به فروش بروند. از طرفی خرید خانه هم به‌خودی‌خود چند



ماه طول می‌کشد.

پس بیایید همین حالا خانه شما را برای فروش بگذاریم تا بیشتر از این وقتتان هدر نرود. از طرفی دیدن خانه‌های جدید را شروع کنیم تا هم با قیمت‌ها آشنا شوید و هم شاید گزینه ایدئالتان را پیدا کنید و بتوانید آن را توافقی معامله کنید تا بعداً تسویه حساب کنید."

۵/ "خدمات شما معمولاً مناسب ما نیست"

در مثال از نارضایتی رایج مشتریان، مشتری می‌گوید که خدمات شما روی نیاز ما تمرکز ندارد. در مثال املاکی، مشتری می‌گوید که خانه‌هایی که شما می‌فروشید معمولاً در رنج قیمتی مد نظر ما نیستند. اینجا مشتری گمان می‌کند که چون شما این نوع خدمات را کمتر ارائه می‌دهید، پس احتمالاً تجربه شما در این حوزه کم است.

در چنین موقعیتی شما باید بر تجربه خود تأکید کنید. به مشتری بگویید که شما به هر حال تجربه زیادی دارید و می‌توانید به او کمک کنید. از طرف دیگر خودتان هم به دنبال گزینه‌هایی باشید که برای او مناسب است. یا لیستی از مشتریان دیگر تهیه کنید که فکر می‌کنید ممکن است با این مشتری معامله کنند:



"حق با شماست، ما معمولاً خانه‌هایی که از خانه شما ارزان‌تر هستند را می‌فروشیم. اما حالا اینجاییم تا بتوانیم این رنج قیمتی را هم پوشش دهیم. می‌توانیم مشتریان رنج‌های قیمتی دیگر را به سمت قیمت شما هدایت کنیم."

۶/ "اگر قرار باشد این هزینه را برای دریافت خدمات کنیم، این کار را خودمان انجام می‌دهیم و هزینه نمی‌کنیم"

در پاسخ به این نارضایتی رایج مشتریان، علاوه بر تأکید روی امتیازات خدمات خود، اشاره کنید که می‌توانید خدمات جانبی دیگری را هم ارائه دهید:

"من دیدگاه شما را درک می‌کنم. اما آیا می‌دانید دریافت این خدمات از ما چه امتیازاتی دارد؟ (به مشتری یادآوری کنید که چرا باید برای شما هزینه کند. در مثال املاکی وقتی مشتری می‌خواهد خودش و بدون کمک شما قرارداد ببندد امتیازات را این‌گونه برمی‌شمریم): آخرین باری که معامله کرده‌اید کی بوده است؟ آیا ریزه‌کاری‌های معامله را می‌دانید؟"

واقعیت بازار این است که بسیاری از معاملات به دلیل



توافقی‌های کوچکی که در قراردادها هستند و مشتریان نمی‌دانند دچار مشکل می‌شوند. اما وقتی پای یک املاک در میان باشد، می‌توانید جزئیات را با خیال راحت به او بسپارید."



۷/ "ما می‌توانیم قیمت را بالاتر بگوییم و بعداً کاهش دهیم"

در این مثال مشتری می‌خواهد خارج از چهارچوب‌ها و مسیر اصلی حرکت کند. پس باید به او انگیزه‌ای بدهید که وارد مسیر اصلی شود. در مثال املاکی چنین پاسخی خواهیم داشت:



“حق با شماست. اما روش معمول فروش خانه را هم در نظر بگیرید. اگر قیمت بالایی بدهید و بعداً کاهشش دهید، مشتریان شما را به عنوان یک فروشنده ناپایدار و بدون انگیزه می‌شناسند. یا گمان می‌کنند که خانه ایرادی دارد. همین‌طور بعضی از خریداران اصلاً متوجه نمی‌شوند که قیمت را کاهش داده‌اید و شانس فروش خانه‌تان را به او از دست می‌دهید.

درست است که هر چه شما خانه را به قیمت بیشتری بفروشید به نفع املاک ما است. اما خارج شدن از روند معمول بازار، می‌تواند زیان‌آور باشد.”

۸/ “ما هنوز آماده شروع معامله نیستیم”

اینجا مشتری تعلل می‌کند. بهانه‌هایی می‌آورد که دریافت خدمات از شما را عقب می‌اندازند. پس به او می‌گوییم که این تعلل ممکن است به ضررش باشد و هر چه زودتر اقدام کند بهتر است:

“بیایید کار را شروع کنیم و چند خریدار برای خانه شما بیاوریم. این کار هزینه‌ای ندارد و شما فقط می‌توانید متوجه شوید که اوضاع بازار چطور است. بعد از آن تصمیم بگیرید که می‌خواهید



حالا اقدام کنید یا نه. این که از الآن خواسته و قیمت خریدار را بدانید، می‌تواند در حساب و کتاب‌های بعدی هم کمک‌کننده باشد. همچنین فروش خانه زمان زیادی می‌برد. می‌توانیم کار را از حالا شروع کنیم تا خریداران بالقوه را پیدا کنیم."

۹/ "آیا شما هم مثل فروشندگان دیگر هزینه کمی می‌گیرید؟"

در این نارضایتی رایج مشتریان، آنها قیمت شما را با رقبا مقایسه می‌کنند و از شما می‌خواهند که به آنها انگیزه‌ای برای انتخابتان بدهید:

"خدماتی که ما ارائه می‌دهیم زمان زیادی می‌برد و به دقت و تمرکز زیادی نیاز دارد. بنابراین اگر یک فروشنده قیمت کمتری می‌دهد، حتماً چیزی هست که به شما نمی‌گوید یا به اندازه کافی تجربه ندارد. برای مثال شاید به اندازه کافی به جامعه خریداران و فروشندگان ملک دسترسی ندارد و با تعداد زیادی از آنها تعامل نمی‌کند. در این صورت وقت کمتری برای خانه شما می‌گذارد و طبیعی است که درصد کمتری هم سود بگیرد (در مثال املاک)."



۱۰/ "آیا در ارائه خدمات به دوست و آشنا ما تخفیف قائل نمی‌شوید؟"

مشتری می‌خواهد یک استثنا ایجاد کند و از شما انتظار دارد که شرایط خود را تغییر دهید:

"این که به آشنایان شما هم خدمت‌رسانی کنیم باعث افتخار ماست. اما ما همان کاری را که برای شما انجام می‌دهیم، برای هر فرد دیگری هم انجام می‌دهیم. درواقع برای همه مشتریان خود به یک اندازه وقت و انرژی می‌گذاریم. از طرفی اگر خدمات ما به اندازه‌ای خوب هستند که ما را به دیگران توصیه می‌کنید، این اجازه را به ما بدهید که به اندازه کیفیت خدمات خود، هزینه دریافت کنیم."



در آخر

مواجهه با نارضایتی رایج مشتریان می‌تواند باعث سردرگمی و دستپاچگی شود. اما وقتی از قبل برای این استدلال مخالف آماده باشیم، کار راحت‌تر است و مشتری را بدون جواب نمی‌گذاریم. پیشنهاد می‌کنیم که در کنار این موارد، بسته به کسب‌وکار خود لیست دیگری هم تهیه کنید و جواب‌های منطقی آنها را بنویسید تا در حوزه کاری خود هم آماده پاسخگویی به نارضایتی‌ها باشید. راه مدیران در این مورد **مقالات رایگان** زیادی را در وب‌سایت منتشر کرده است که می‌توانید مطالعه کنید.

[type="info" align="" class="" width=""]این مطلب دارای



فایل مقاله صوتی و PDF در بخش عضویت الماسی است. بعد از خرید اشتراک الماسی راه‌مدیران به ده‌ها مقاله صوتی و PDF دیگر دسترسی خواهید داشت.

[type="shadow" align="aligncenter" class="" width]

لطفاً برای دسترسی به این بخش از محتوا، ابتدا عضویت الماسی خود را تکمیل نمایید.

خرید عضویت الماسی

[/box]