



چگونه فروشندگان و پشتیبانان تلفنی با مشتریان عصبی و شنونده ناپذیر برخورد کنند؟

چگونه فروشندگان و پشتیبانان تلفنی با مشتریان عصبی و شنونده ناپذیر برخورد کنند؟

در دنیای پر سرعت امروز، جایی که مشتریان انتظارات بالایی دارند و کوچکترین نارضایتی می‌تواند به خشم و عصبانیت تبدیل شود، برخورد فروشندگان و پشتیبانان تلفنی با مشتریان عصبی به یک مهارت حیاتی تبدیل شده است. این مشتریان که غالباً به دلیل



مشکلات قبلی، سوءتفاهم‌ها یا حتی فشارهای شخصی خشمگین هستند، نه تنها تمایلی به گوش دادن ندارند، بلکه گاهی اوقات به صورت پرخاشگرانه و با لحنی سرشار از نزاع صحبت می‌کنند. مدیریت چنین مکالماتی چالش‌برانگیز است، اما با رویکردهای صحیح، می‌توان آن‌ها را به فرصت‌هایی برای بهبود روابط با مشتری و حتی افزایش وفاداری تبدیل کرد.

درک ریشه عصبانیت مشتری

قبل از هرگونه اقدام عملی، اولین قدم برای برخورد فروشندگان و پشتیبانان تلفنی با مشتریان عصبی، درک ریشه‌ی عصبانیت آن‌هاست. مشتریان به دلایل مختلفی عصبانی می‌شوند؛ از عدم رضایت از محصول یا خدمت، تجربه بد با یک نماینده قبلی، انتظارات برآورده نشده، یا حتی مشکلات شخصی که ربطی به شرکت ندارد. درک این نکته که عصبانیت مشتری اغلب شخصی نیست و بیشتر به موقعیت یا مشکل مربوط می‌شود، به شما کمک می‌کند تا حالت دفاعی به خود نگیرید و با خونسردی بیشتری به موضوع نگاه کنید.

نکات کلیدی:



• **عصبانیت را شخصی نگیرید:** به یاد داشته باشید که این خشم علیه شما نیست، بلکه علیه مشکلی است که مشتری با آن روبرو شده.

• **همدلی را تمرین کنید:** سعی کنید خود را جای مشتری بگذارید و احساسات او را درک کنید. این به شما کمک می‌کند تا با صبر بیشتری به او گوش دهید.

گام‌های اولیه در برخورد با مشتری عصبی و شنونده ناپذیر

زمانی که تماس با یک مشتری خشمگین آغاز می‌شود، واکنش اولیه شما می‌تواند مسیر کل مکالمه را تعیین کند. برای **برخورد** فروشندگان و پشتیبانان تلفنی با مشتریان عصبی، مجموعه‌ای از اقدامات اولیه وجود دارد که می‌تواند تنش را کاهش داده و راه را برای حل مشکل هموار کند.

۱. **حفظ آرامش و کنترل احساسات:** اولین و مهم‌ترین قانون در مواجهه با مشتری عصبی، حفظ آرامش و خونسردی شماست. اگر شما نیز عصبی شوید، وضعیت بدتر خواهد شد. نفس عمیق بکشید، صدای خود را پایین نگه دارید و از هرگونه واکنش تدافعی یا تهاجمی اجتناب کنید. لحن صدای شما تأثیر بسزایی در آرام کردن



مشتری دارد. یک لحن آرام و مطمئن می‌تواند به مشتری نشان دهد که شما کنترل اوضاع را در دست دارید و آماده کمک هستید.

۲. گوش دادن فعال و بدون قضاوت: مشتری عصبی نیاز دارد که شنیده شود. اجازه دهید او تمام حرف‌هایش را بزند، حتی اگر تکراری باشند. قطع کردن حرف مشتری می‌تواند خشم او را تشدید کند. در طول این مرحله، با تمام وجود به صحبت‌های او گوش دهید. این به معنای شنیدن کلمات، لحن و حتی احساسات پنهان در پس کلمات است. از جملاتی مانند "متوجه هستم" یا "بله" استفاده کنید تا نشان دهید که در حال گوش دادن هستید، اما از اظهارنظر یا ارائه راه حل زودهنگام بپرهیزید.

۳. تایید احساسات مشتری (Validating Emotions): پس از اینکه مشتری صحبت‌هایش را تمام کرد، احساسات او را تایید کنید. این به معنای موافقت با او نیست، بلکه به معنای نشان دادن درک شما از احساس او است. جملاتی مانند "متوجه هستم که چقدر از این بابت ناراحت هستید" یا "کاملاً درک می‌کنم که چرا این موضوع شما را عصبانی کرده است" می‌تواند به مشتری نشان دهد که شما به او اهمیت می‌دهید و او را درک می‌کنید. این گام حیاتی در **برخورد فروشندگان و پشتیبانان تلفنی با مشتریان عصبی**، پل ارتباطی اولیه را می‌سازد.

۴. عذرخواهی صادقانه (در صورت لزوم): اگر اشتباهی از سوی



شرکت رخ داده است، یک عذرخواهی صادقانه می‌تواند معجزه کند. حتی اگر مقصر شرکت نباشد، می‌توانید بابت تجربه‌ی ناخوشایندی که مشتری داشته است، ابراز تاسف کنید. جملاتی مانند "بسیار متاسفم که این اتفاق برای شما افتاده است" یا "از مشکلاتی که برایتان پیش آمده، عذرخواهی می‌کنم" می‌تواند تنش را به شدت کاهش دهد.

تکنیک‌های ارتباطی برای مشتریان شنونده‌ناپذیر

برخی مشتریان، حتی پس از تایید احساسات، همچنان تمایلی به گوش دادن ندارند و بر عصبانیت خود پافشاری می‌کنند. در این مرحله، برخورد فروشندگان و پشتیبانان تلفنی با مشتریان عصبی و شنونده‌ناپذیر به تکنیک‌های پیشرفته‌تری نیاز دارد.

۱. استفاده از زبان مثبت و راه‌حل‌محور: حتی در مواجهه با عصبانیت، از کلمات مثبت و راه‌حل‌محور استفاده کنید. به جای "نمی‌توانیم این کار را انجام دهیم"، بگویید "آنچه می‌توانیم انجام دهیم این است...". این تغییر کوچک در لحن، می‌تواند ذهنیت مشتری را از مشکل به سمت راه‌حل سوق دهد.

۲. جملات "من درک می‌کنم..." با "من می‌توانم کمک کنم...": پس از



تایید احساسات، مشتری نیاز به اطمینان خاطر دارد که مشکلش حل خواهد شد. جمله "من درک می‌کنم" را با "و من می‌توانم در این زمینه به شما کمک کنم" تکمیل کنید. این به مشتری نشان می‌دهد که شما نه تنها احساسات او را درک می‌کنید، بلکه توانایی و تمایل به حل مشکل را نیز دارید.

۳. تمرکز بر واقعیت‌ها و دوری از درگیری کلامی: مشتریان عصبی ممکن است تمایل به کشمکش کلامی داشته باشند. در این مواقع، به جای درگیر شدن در بحث، بر روی واقعیت‌های موجود تمرکز کنید. از جملات کوتاه و واضح استفاده کنید و از وارد شدن به جدل‌های بیهوده پرهیزید. اگر مشتری حرف‌های بی‌ربط می‌زند یا به مسائل شخصی اشاره می‌کند، به آرامی مکالمه را به سمت مشکل اصلی برگردانید.

۴. پیشنهاد گام‌های بعدی واضح: زمانی که مشتری فرصت صحبت کردن را داشت، شما باید رهبری مکالمه را به دست بگیرید. گام‌های بعدی را به وضوح و مرحله به مرحله توضیح دهید. به عنوان مثال: "حالا که مشکل را متوجه شدم، اجازه دهید برای حل آن، ابتدا اطلاعات حساب شما را بررسی کنم. آیا شماره مشتری خود را در اختیار دارید؟" این رویکرد ساختاریافته به مشتری احساس کنترل و پیشرفت می‌دهد.

۵. استفاده از تکنیک "زمان‌بندی مجدد" (When appropriate): در



موارد بسیار شدید که مشتری کاملاً خارج از کنترل است و امکان هیچ‌گونه گفت‌وگوی سازنده‌ای وجود ندارد، ممکن است نیاز به تکنیک "زمان‌بندی مجدد" باشد. با لحنی آرام و محترمانه بگویید: "من کاملاً متوجه عصبانیت شما هستم و می‌خواهم کمکتان کنم. اما در حال حاضر، با این حجم از عصبانیت، نمی‌توانم به درستی به شما سرویس بدهم. آیا مایلید در زمان دیگری که آرام‌تر هستید، دوباره تماس بگیرید یا اجازه می‌دهید من پس از یک ساعت با شما تماس بگیرم تا با آرامش بیشتری به مشکل شما رسیدگی کنیم؟" این تکنیک فقط در موارد حاد باید استفاده شود و باید با احتیاط فراوان انجام شود تا مشتری احساس طرد شدن نکند.

حل مشکل و فراتر از آن

پس از اینکه مشتری آرام شد و به مرحله شنونده‌پذیری رسید، نوبت به حل مشکل می‌رسد. این مرحله از **برخورد فروشندگان و پشتیبانان تلفنی با مشتریان عصبی** نیازمند دقت و کارایی است.

۱. **ارائه راه‌حل‌های ملموس و قابل اجرا:** راه‌حل‌هایی که ارائه می‌دهید باید مشخص، قابل درک و عملی باشند. از دادن وعده‌هایی که نمی‌توانید به آن‌ها عمل کنید، پرهیز کنید. اگر لازم است با بخش دیگری هماهنگ کنید، این موضوع را به مشتری



اطلاع دهید و زمان تقریبی برای پیگیری را مشخص کنید.

۲. پیگیری تا حصول نتیجه: حتی پس از ارائه راه‌حل، مسئولیت شما به پایان نمی‌رسد. اطمینان حاصل کنید که مشکل مشتری به‌طور کامل حل شده است. اگر نیاز به پیگیری مجدد است، زمان و نحوه آن را با مشتری هماهنگ کنید. یک تماس پیگیری کوتاه پس از حل مشکل می‌تواند تاثیری شگفت‌انگیز در رضایت و وفاداری مشتری داشته باشد. این گام نهایی در **برخورد فروشندگان و پشتیبانان تلفنی با مشتریان عصبی**، می‌تواند یک تجربه منفی را به یک خاطره مثبت تبدیل کند.

۳. مستندسازی و بازخورد داخلی: هر تعاملی با مشتری عصبی، یک فرصت یادگیری است. جزئیات مکالمه، ریشه‌ی مشکل، راه‌حل ارائه شده و بازخورد مشتری را مستند کنید. این اطلاعات می‌تواند برای بهبود فرآیندهای داخلی، آموزش کارکنان و شناسایی نقاط ضعف سیستم بسیار ارزشمند باشد. بازخورد به تیم و مدیران درباره نوع مشکلات و نحوه برخورد با آنها، به شرکت کمک می‌کند تا برای مواجهه با موارد مشابه در آینده آمادگی بیشتری داشته باشد.



آموزش و توانمندسازی فروشندگان و پشتیبانان تلفنی

موفقیت در برخورد فروشندگان و پشتیبانان تلفنی با مشتریان عصبی به آموزش‌های مداوم و توانمندسازی کارکنان بستگی دارد.

۱. آموزش مدیریت خشم و تکنیک‌های آرام‌سازی: کارگاه‌های آموزشی برای مدیریت خشم، کنترل استرس و تکنیک‌های آرام‌سازی برای پرسنل خط مقدم ضروری است. این آموزش‌ها به آنها کمک می‌کند تا در موقعیت‌های پرفشار، خونسردی خود را حفظ کنند.

۲. نقش‌آفرینی (Role-Playing) سناریوهای مختلف: تمرین سناریوهای واقعی از طریق نقش‌آفرینی، به کارکنان این امکان را می‌دهد که مهارت‌های خود را در محیطی امن بهبود بخشند. این تمرین‌ها باید شامل مواجهه با انواع مختلف مشتریان عصبی و شنونده‌ناپذیر باشد.

۳. تقویت مهارت‌های ارتباطی و همدلی: آموزش مهارت‌های گوش دادن فعال، پرسیدن سوالات باز، تایید احساسات و استفاده از زبان مثبت، می‌تواند تاثیر زیادی در کاهش تنش مکالمات داشته باشد.

۴. پشتیبانی روانشناختی از کارکنان: کار با مشتریان عصبی می‌تواند بسیار فرسایشی باشد. سازمان‌ها باید برنامه‌های پشتیبانی روانشناختی، مانند جلسات مشاوره یا گروه‌های حمایتی، برای



کارکنان خود فراهم کنند تا از فرسودگی شغلی آن‌ها جلوگیری شود.

۵. بازبینی منظم مکالمات و ارائه بازخورد سازنده: ضبط و بازبینی مکالمات (با اجازه مشتری و اطلاع کارمند)، و ارائه بازخورد سازنده توسط مدیران، می‌تواند به شناسایی نقاط ضعف و قوت کارکنان کمک کرده و فرصت‌هایی برای بهبود فراهم کند. این بازخورد باید بر اساس مشاهده و با هدف آموزش و توسعه باشد، نه صرفاً ارزیابی عملکرد.

نتیجه‌گیری: فرصتی برای برتری

برخورد فروشندگان و پشتیبانان تلفنی با مشتریان عصبی و شنونده‌ناپذیر یکی از سخت‌ترین جنبه‌های خدمات مشتری است. با این حال، با رویکردی سیستماتیک، آموزش‌های مناسب و تمرکز بر همدلی و حل مسئله، این چالش می‌تواند به یک فرصت بی‌نظیر برای تقویت روابط با مشتری و تمایز سازمان در بازار تبدیل شود. هر مکالمه دشوار، فرصتی برای نشان دادن تعهد سازمان به رضایت مشتری و اثبات توانایی کارکنان در تبدیل یک تجربه منفی به یک تجربه مثبت ماندگار است. با پیاده‌سازی این راهکارها، نه تنها مشتریان عصبی به مشتریان راضی تبدیل می‌شوند، بلکه کارکنان نیز احساس توانمندی و ارزش بیشتری خواهند کرد، که در نهایت به



موفقیت و رشد پایدار سازمان منجر خواهد شد.

اگر به دنبال مطالب بیشتر در این زمینه هستید، می‌توانید **مقاله اقتصاد ایران در میانه طوفان - جنگ ایران و چالش‌های اقتصادی** راه‌مدیران را مطالعه کنید و تجربیات خود را با ما به اشتراک بگذارید.

همچنین می‌توانید با مراجعه به سایت و شرکت در **دوره رازهای پنهان فروش**، تبدیل به فروشندehای حرفه‌ای و بدون چالش شوید.

برای آموزش‌ها و نکات بیشتر، **شبکه اجتماعی استاد بهزاد استقامت** را دنبال کنید.