

Предприятие выполнило недопустимую ошибку и будет закрыто

Как правильно удовлетворять рекламации клиентов



Руслан
Галка

Никому в наши дни не придет в голову спорить с тем, что сервис в любой организации должен быть ориентирован на интересы клиента. Чем лучше сервис, обходительнее и вежливее ваши сотрудники, тем больше шансов, что клиенты повторно воспользуются вашими услугами или совершат еще одну покупку. Это не нуждается в доказательстве.

Правда, чаще всего сургутские компании независимо от размера и вида бизнеса исповедует подход: главное — сейчас «впарить», а потом хоть потоп.

Но, к сожалению, от ошибок и производственного брака никто не застрахован, и поэтому после покупки на первое место выходит постпродажная поддержка клиентов, которая практически в большинстве организаций сильно хромает, и это как раз то место, где они теряют своих потребителей. А ведь это широко известный факт, что привлечение нового клиента стоит в несколько раз дороже, чем удержание старого. Намного проще и дешевле решить возникшую проблему уже имеющегося клиента, чем искать нового.

Грубо говоря, существует два метода работы с рекламациями. Первый, неправильный — «клиент сам виноват», у организаций сторонников данного подхода нет постоянных

клиентов. И второй, правильный: берете вину на себя, извиняетесь, предлагаете либо решение проблемы, либо компенсацию, и человек остается вашим клиентом.

Яркий пример первого подхода — мой провайдер услуги доступа к сети интернет. Не так давно в течение целой недели услуга была недоступна, и это при том, что у меня безлимитный тариф, т.е. я оплачиваю и время простоя тоже. Когда мне все

Однажды из-за сбоя оборудования доступ к сайту отсутствовал в течение четырех часов. Сбой произошел ночью, и мы даже не заметили, что сайт недоступен. Утром, после того как ошибка была исправлена, я получил официальное письмо с извинениями, и в качестве компенсации компания целый месяц оказывала услуги по размещению сайта в сети интернет бесплатно. Вот на кого действительно стоит рав-

...привлечение нового клиента стоит в несколько раз дороже, чем удержание старого...

же удавалось дозвониться в службу технической поддержки, на все свои вопросы и законные претензии я получал ответ: «У нас аварийные ремонтные работы». Спустя неделю доступ в сеть появился, но от компании я не получил ни официального извинения, ни предложения пересчитать стоимость услуги по причине ее простоя.

Абсолютно другое дело — компания, на ресурсах которой размещен сайт нашего предприятия.

Оперативно ликвидировали проблему и тут же предложили компенсацию!

Сравните эти два случая. Как вы думаете, какую компанию я буду рекомендовать своим друзьям, а от какой буду советовать держаться подальше?

Учитесь исправлять свои ошибки, и тогда ваши клиенты перестанут их замечать. **■**

Автор
— директор
ООО «Галка Маркетинг»