

Слушайте, Шура, они золотые!

Как проблему превратить в преимущество



Руслан
Галка

Никто не любит брюзжащих клиентов, которые вечно чем-то недовольны: то им недовесили, то перевесили, и чаще всего хочется им отвесить так, чтобы они никогда не возвращались. Но, вы не поверите — это ваши лучшие клиенты!

Недовольные и открыто выражающие свое недовольство клиенты — это лучший источник информации для усовершенствования вашего бизнеса и исправления ошибок.

По статистике, жалуются не более двух процентов недовольных клиентов, остальные просто перестают пользоваться услугами организации либо не покупают продукцию, если их что-то не устраивает. Вы только представьте, у вас есть всего два шанса из ста узнать, почему клиенты от вас уходят, чем они недовольны.

Единственный выход из этой ситуации — улучшение системы обратной связи с клиентами. В первую очередь, в качестве канала связи должен работать сайт вашей компании (надеюсь, что он у вас есть). Можно завести очень полезный раздел «Скажите это директору». Сообщения с него должны отправляться напрямую директору. Вы удивитесь, как много нового вы узнаете о своем бизнесе (а возможно, и о себе).

Во-вторых, книга «Жалоб и предложений» должна собирать полезную информацию, а не пыль и паутину. Регулярно перечитывайте ее, возможно, это натолкнет вас на полезные мысли. Если ваша книга пуста — это не значит, что у вас все идеально, скорее, наоборот, люди просто не верят, что есть смысл жаловаться. Сходите к конкурентам и изучите их книгу «Жалоб и предложений», не исключено, что вы повторите их ошибки. Кстати, это одно из самых эффек-

ошибки, на которые вам указали ваши клиенты, надо исправлять и обязательно сообщать об этом лично клиенту, который вам пожаловался. Даже если решение его не совсем устроит, ваше внимание все равно будет ему приятно, и он точно расскажет об этом своим друзьям и знакомым, что будет полезно для имиджа вашей организации.

Некоторые американские компании даже платят недовольным клиентам за их жалобы. Правда, не за все, а только за действи-

**...открыто выражающие
свое недовольство
клиенты — это лучший
источник информации
для усовершенствования
вашего бизнеса...**

тивных средств конкурентной разведки — можно узнать, за что клиенты их хвалят, т.е. выявить их реальные конкурентные преимущества, а заодно узнать их слабые места, где они недорабатывают, это как раз будет направлением для усовершенствования вашего бизнеса.

Но недостаточно просто фиксировать замечания,

которые только полезны, которые помогают улучшать работу, сервис и оптимизировать деятельность. Клиент — он ведь «в чужом глазу соринку разглядит».

Выслушайте жалобы клиентов, и тогда их деньги — ваши! 🍒

Автор — директор
ООО «Галка Маркетинг»,
— специально
для «НГ-Капитал»