**TRUDNY KLIENT CZY TRUDNA SYTUACJA?**

**Nie ma szkolenia sprzedażowego, reklamacyjnego lub z obsługi klienta, podczas którego przynajmniej jedna osoba nie powie, że chciałaby wiedzieć jak poradzić sobie z trudnym klientem. Na pytanie "jaki to trudny klient?" zazwyczaj słyszę odpowiedź - "agresywny".**

Nikt nie lubi, kiedy ktoś na niego krzyczy, nikt nie lubi być obrażany. Ale czy ktokolwiek z nas w takiej niekomfortowej sytuacji zadał sobie pytanie, dlaczego ten klient zachowuje się w taki właśnie sposób?

Spójrzmy na tę sytuację od trochę innej strony. Nie dlatego, żeby pozwalać sobie na ataki ze strony innych osób, tylko po to by tych ataków było mniej. Po co martwić się stresem, który już istnieje, lepiej zapobiegać by było go jak najmniej. Bo przecież [trudny klient](https://www.bonavigator.pl/szkolenie-obsluga-trudnego-klienta.html) jest nielubiany nie dlatego, że krzyczy i obraża tylko dlatego, że wywołuje w nas dyskomfort i stres.

Zastanówmy się więc jak uniknąć takich sytuacji, a dopiero potem jak radzić sobie, kiedy już nieodwołalnie nastąpią.

**Cechy trudnych klientów**

1. **Dociekliwość**. Klient zamęcza cię pytaniami, bo chce wiedzieć więcej. Czepia się. Chce kupić, ale jest trudny, bo pyta o szczegóły, które wg ciebie są nieistotne.

2. **Zagubienie, kompleksy**. Może to być młody, ale często jest to starszy człowiek. Nie rozumie rozwiązań technicznych, procedur etc. Wszystko trzeba mu tłumaczyć jak dziecku. Bywa denerwujący. Może niedosłyszeć, mieć kłopoty z wymową lub wzrokiem.

3. **Punktowanie, egzaminowanie obsługującego**. Często klienci zadają zupełnie niepotrzebne pytania, bo chcą sprawdzić, czy konsultant/sprzedawca jest profesjonalny. Robią to chociaż nie jest im to do niczego potrzebne, dla własnej przyjemności przyłapania na niewiedzy.

4. **Agresja**. Bez komentarza.

**Motywacje trudnego klienta**

Po pierwsze - ty też jesteś klientem. Powiem więcej, każdy z twoich bliskich i przyjaciół też jest klientem. I każdy różnie sobie z tym radzi...

Nigdy niczego nie reklamowałeś? Zawsze jesteś zadowolony z dokonanego zakupu? Nigdy nie zdenerwował cię usługodawca? Czy obsługa w sklepie lub call center zawsze była na wystarczającym dla ciebie poziomie? Odpowiedz sobie szczerze na powyższe pytania i zastanów się jak wtedy się zachowałeś? Czy nigdy, ale to przenigdy nie dałeś się wyprowadzić z równowagi i nigdy nie powiedziałeś pracownikowi kilku przykrych słów kierowanych de facto do firmy, która reprezentował? No właśnie...

Każdy klient może stać się klientem trudnym. Wystarczy, że jego potrzeby są przez ciebie niezaspokojone. Każde spotkanie z klientem, to spotkanie się tzw. po środku drogi, czyli wypracowanie kompromisu. Ale ludzie są różni. Jedni są do tego kompromisu bardziej skłonni, inni wcale. Bywa, że mają gorszy dzień. Bywa, że ty masz gorszy dzień, że jesteś chory, że klienta boli ząb, że mamy kłopoty rodzinne, że stało się coś nieprzyjemnego i właśnie dziś reagujemy irracjonalnie. A może zwyczajnie nie lubimy naszej pracy lub jesteśmy już nią zmęczeni i każdy klient to nasz wróg.

W takich sytuacjach znacznie trudniej będzie osiągnąć kompromis, bo nasze nastawienie niekoniecznie pomoże nam to zrealizować.

Dlaczego to napisałam? Napisałam to dlatego, żeby zastanowić się nad różnorodnością faktów i emocji, jakie mogą wpływać na przemianę klienta w klienta trudnego.

**Analiza sytuacji i próba rozładowania atmosfery z trudnym klientem**

Jednak, kiedy już nastąpi ta przykra sytuacja albo trafimy na klienta (szczęśliwie stanowią niewielki odsetek) zdeklarowanego agresora, co robić, żeby wyjść z sytuacji obronną ręką?

1. Zastanów się, gdzie leży "kość niezgody" i czy jest możliwa do usunięcia. O co poprosił klient i z czym do ciebie przyszedł?

2. Czy jego zdenerwowanie było widoczne od razu czy zareagował na twoje słowa lub zachowanie. Na co zareagował złością? Jeśli to możliwe "zawróć" i zrób to w inny sposób. Sprawdź czy klient się uspokoił.

3. Powiedz mu, że ci przykro (bo przecież jest ci przykro, że kto cię atakuje), że rozumiesz jego zdenerwowanie, że sam byś się w takiej sytuacji denerwował (zapewne tak, kwestia indywidualnego okazywania zdenerwowania) i że jesteś tu po to by mu pomóc, więc zastanówmy się na rozwiązaniem (koniecznie "zastanówmy" by "przełączyć" klienta na załatwienie sprawy, a nie na złoszczenie się).

4. Okaż empatię i postaraj się znaleźć najlepsze z możliwych rozwiązań dla klienta. Pamiętaj, że sposób przekazywania klientowi informacji, szczególnie tych złych jest niezwykle ważny dla późniejszego przebiegu rozmowy. Chodzi mi o tzw. zawartość "człowieka w człowieku". Nic nie warte jest przyjmowanie reklamacji i próby ułagodzenia klienta, nawet jeśli są nakierowane na jego dobro, jeśli zrobimy to w sposób automatyczny. Korzystanie z dobrych emocji i pozytywnego nastawienia w stosunku do człowieka z kłopotem, czyli np. z reklamacją potrafi zdziałać cuda znacznie większe niż wyuczone i wyrecytowane techniki, do których nie mamy przekonania. Klient zawsze wyczuje fałsz, klient zawsze wyczuje obojętność, klient zawsze wyczuje, kiedy robimy mu tzw." łachę" i potrafi zareagować nieprzyjemnie nawet jeśli swoją sprawę załatwi pozytywnie. A jeśli nie jest w stanie załatwić jej pozytywnie i do tego trafi na osobę obojętną lub wręcz olewczą w stosunku do jego sytuacji, będzie walczył o swoje do ostatniej kropli krwi.

**Techniki profesjonalnej obsługi trudnego klienta**

Kiedy już potrafimy rozładować nieprzyjemna atmosferę, okazać empatię a co najważniejsze zrobić to szczerze, możemy zastosować techniki, które pomogą nam bezkolizyjnie przejść przez tę sytuację.

**1. Nie bierz wyrzutów klienta osobiście.**

Pierwsza i najważniejsza zasada: wyrzutów klienta nie należy traktować jako ataku personalnego. Klient nie jest zły na konsultanta, do którego dzwoni, ale na firmę, której produkty/usługi nie spełniają jego oczekiwań. Pamiętaj o tym – wtedy łatwiej poskromisz emocje. Gdy po drugiej stronie słuchawki słyszysz potok wyrzutów, powtarzaj sobie, że problem nie dotyczy ciebie, ale usług firmy.

Oczywiście - istnieją pewne granice. Gdy klient zacznie na ciebie krzyczeć i obrażać, masz prawo spokojnie poinformować go, że nie życzysz sobie rozmowy w takim tonie i zapraszasz do kontaktu w innym terminie. Istnieje szansa, że zadziała to na niego jak kubeł zimnej wody.

**2. Stań po stronie klienta.**

Klient dzwoni do ciebie po to, by zgłosić jakiś problem. Jeśli będziesz twierdził, że problem nie mógł się pojawić (bo np. produkt został bardzo uważnie pod tym kątem przebadany), pogorszysz sytuację. Dlatego uważnie wysłuchaj opisu problemu, przeproś i okaż klientowi zrozumienie - nawet jeśli jest on agresywny. Użyj takich zwrotów jak np.: w pełni rozumiem Pana zdenerwowanie. Dzięki nim klient dostrzeże w tobie sojusznika i życzliwą osobę, która jest gotowa mu pomóc.

**Pamiętaj**: empatia pomaga rozładować napięcie i pokazuje klientowi, że rozumiesz jego położenie.

**3. Skup się na rozwiązaniu problemu.**

Zdenerwowany klient dzwoni po to, żeby rozwiązać swój problem. Dlatego nie wdawaj się w dywagacje, tylko skup się na najszybszym znalezieniu rozwiązania. Dowiedz się, co dokładnie jest nie tak, zadawaj pytania i informuj rozmówcę o tym, co właśnie robisz i jaki będzie efekt tej czynności. Gdy skupisz się na konkretach, emocje opadną. Klient uspokoi się, gdy zorientuje się, że naprawdę starasz się mu pomóc.

**4. Zadawaj pytania.**

Pytając, pokazujesz klientowi, że naprawdę chcesz go zrozumieć i rozwiązać wskazany przez niego problem. Dlatego nie bój się prosić rozmówcę o doprecyzowanie problemu, sytuacji, w jakiej problem się pojawił i tego, czego klient od ciebie oczekuje. Nawet jeśli wydaje ci się, że wiesz, jakie są oczekiwania rozmówcy, to może się okazać, że np. od zwrotu pieniędzy wolałby on wymianę albo naprawę. Nigdy nie zakładaj niczego z góry.

**5. Nie składaj obietnic bez pokrycia.**

Uważaj na to, co obiecujesz. Niezrealizowana obietnica może sprawić, że klient jeszcze bardziej się zdenerwuje i nie tylko nigdy więcej nic od ciebie nie kupi, ale również odradzi to wszystkim znajomym. Taki negatywny feedback może narobić ogromnych szkód. Dlatego bądź ostrożny, gdy składasz obietnice.

**6. Dopytaj, czy klient jest zadowolony z rozwiązania.**

Pamiętaj o zapytaniu klienta, czy problem został rozwiązany i czy jest on zadowolony z udzielonej mu pomocy. Może się b

owiem okazać, że jakiś szczegół został pominięty i rozwiązanie problemu nie spełnia oczekiwań klienta. Warto też dopytać, czy rozmówca jest usatysfakcjonowany ze sposobu prowadzenia rozmowy. W ten sposób pokażesz klientowi, że zależy ci na ulepszaniu swoich usług.

**Techniki radzenia sobie ze stresem po kontakcie z trudnym klientem**

Może zabrzmi dziwnie ale zaufaj - działa.

1. Wydmuchaj z siebie stres jakbyś chciał zgasić sto świeczek jednocześnie. Zrób to maksymalnie trzy razy żeby nie dopuścić do hiperwentylacji.

2. Wstań i strząsaj silnie dłońmi jakbyś chciał żeby odczepiły się od niech drobne rzepy i jakbyś chciał wysypać z rękawów piasek.

3. Zrób sobie herbatę/kawę i koniecznie przypomnij sobie dowcip, który na głos, powtarzam na głos opowiesz koleżance / koledze.

4. Weź kartkę i napisz, co w myślach powiedziałeś klientowi a nie mogłeś głośno. Przeczytaj półgłosem, podrzyj i wyrzuć.

5. Weź jednominutowy urlop. Usiądź w spokojnym miejscu, zamknij oczy i przez jedną minutę bądź tam, gdzie czujesz się świetnie i bezpiecznie. Poczuj to.

Jak napisałam - najważniejszym jest niedopuszczenie do sytuacji stresującej. Czasem nie zdajemy sobie sprawy z tego, że to my ją spowodowaliśmy. Wtedy techniki nic nam nie pomogą. Zastanawiając się nad naszym zachowaniem i motywacją, zastanawiając się nad tym co powoduje klientem i dlaczego, łatwiej będzie nam sprostać trudnej sytuacji.

I pamiętajcie, wasza mama, siostra, może babcia też jest klientem i też być może korzysta z biura obsługi albo z reklamacji. To nie jest tylko trudny klient. To też jest czyjś bliski.

**Autor**

**Beata J. Grabiańska**

Trener praktyk biznesu. Ekspert w zakresie zarządzania, sprzedaży i obsługi klienta. Trener w B&O NAVIGATOR Firma Szkoleniowa. Autorka programów szkoleniowych i rozwojowych dla zespołów obsługi klienta, w tym **szkolenia z obsługi trudnego klienta**.

Źródło: <https://www.bonavigator.pl/trudny-klient.html>