Tā bija viena no tām garajām un nepatīkamajām dienām – tādām, kur, šķiet, visiem kompānijā nervi uzvilkti kā stīgas. “Vismaz diena tulīt beigsies,” nodomāja Karloss, uzņēmuma “Labākie Logi un Durvis” klientu servisa pārstāvis. Brīdī, kad viņš jau sniedzās pēc sava mēteļa, iezvanījās viņa tālrunis.

“Es jau pusstundu esmu nopūlējies, bet nevaru pilnībā aizvērt jūsu ražotās vētras durvis, modelis SD 92!” teica neapmierinātais klients.

Karloss ar šādu sūdzību bija saskāries jau vairākas reizes un tādēļ bija 100 procentīgi pārliecināts, ka zvanītājs nav sevi apgrūtinājis ar šo durvju lietotāja instrukcijas atvēršanu un tās lasīšanu. Ja viņš būtu to izdarījis, risinājums būtu tūlīt atrodams.

“Klausieties,” teica Karloss, sapīcis, ka tā jau grūtā diena tiek bezjēdzīgi pagarināta. “Es varu saderēt uz jebko, ka jūs neesat lasījis instrukciju, kas bija kopā ar durvīm. Ja jūs būtu, tad jums nebūtu jāzvana. Mēs ražojam augstākās kvalitātes izstrādājumus un rūpējamies par tiem, bet ļaujiet taču mums arī atvilkt elpu. Es jums izstāstīšu, kā durvis aizslēgt, bet nākamreiz, lūdzu, izlasiet instrukciju!”

JAUTĀJUMI DISKUSIJAI:

• Cik labi Karloss reprezentēja savu uzņēmumu? Kāds, pēc jūsu domām, bija Karlosa atbildes efekts uz klientu? Kā jūs justos klienta vietā?

• Kādu apsvērtu, laipnu atbildi varēja sniegt Karloss, kura vairāk atbilstu apstākļiem un tiktu sniegta piemērotākā veidā?

• Ja tiktu sniegta vairāk uz klientu orientēta atbilde, kā klients varētu reaģēt – tūlīt un arī vēlāk kā potenciāli atkārtots klients?

LABĀKĀ PRAKSE

Klientu sūdzības var uzskatīt vai nu par apgrūtinājumu, vai iespēju. Vadītāju uzdevums ir izveidot un uzturēt tādu biznesa kultūru, kas balstīta dedzīgā kalpošanā citiem, īpaši klientiem. Patiesībā, labākie uzņēmumi veic regulāras klientu aptaujas, lai identificētu sfēras, kurās ir darbojušies veiksmīgi, kā arī tās, kuras vēl jāuzlabo.

Veiksmīgi biznesa vadītāji ir ļoti proaktīvi, cenšoties saprast un atrisināt klientu sūdzības, uzskatot tās par iespējām mācīties, veikt uzlabojumus un iegūt draugus, no kuriem daži kļūst par lojālākajiem klientiem un uzņēmuma vēstniekiem.

PĀRDOMĀM:

• Tas, ko sakām, un tas, kā to darām, var būtiski un neatgriezeniski ietekmēt tos, ar kuriem runājam. Bezrūpīgi pateikti vārdi nav atsaucami un tiem ir ilglaicīgs efekts. *"Miermīlīga atbilde apklusina dusmas, bet skarbs vārds izraisa lielu niknumu" (Salamana Pamācības 15:1).*

• Pirms atbildēt impulsīvi vai emociju iespaidā, būtu gudri ieturēt pauzi un uzdot sev jautājumu: "Ja es būtu šīs personas vietā, kādu atbildi es vēlētos saņemt?" *"Un, kā jūs gribat, lai ļaudis jums dara, tāpat darait viņiem" (Lūkas 6:31).*

• Līdzīgā veidā, mums jāatceras, ja situācija būtu pretēja, kādu attieksmi mēs vēlētos? Vai gribētu sajusties vērtīgi un novērtēti vai arī kā apgrūtinājums un kaut kas nevēlams? *"Tev būs mīlēt savu tuvāku kā sevi pašu." (Marka12:31)*

• Stresa, laika trūkuma vai citu apgrūtinājumu apstākļos ir tikai normāli, ka vispirms domājam par savām interesēm. Tomēr, ja klientus vēlamies apkalpot efektīvi un lai bizness būtu ilglaicīgs, viņu vēlmes jāuzskata kā līdzīgas. *"Ne strīdēdamies, ne tukšā lielībā, bet pazemībā cits citu uzskatīdami augstāku par sevi, neraudzīdamies katrs uz savām, bet arī uz citu vajadzībām" (Filipiešiem 2:3-4).*

© 2015. Džons D.Bekets ir vienas no pasaulē vadošajām dzīvojamo un komerciālo objektu apkures sistēmu ražotājām - R. W. Beckett Corporation valdes priekšsēdētājs, Elīrijā. Ohaio, ASV. 2003 gadā Ernst and Young viņu nominēja par "Gada Uzņēmēju." Viņa grāmata Loving Monday"" izdota 19 valodās.

Lai reģistrētos uz regulāru Pirmdienas mannas saņemšanu sūtiet pieteikumu uz: Manna@cbmc.lv

CBMC – LATVIJA: Dainis Šmits, prezidents (e-pasts: dainissmits@gmail.com)

Latviešu valodas tulkojums CBMC-Latvija, Copyright 2014 / www.cbmc.lv

CBMC INTERNATIONAL: Jim Firnstahl, President

2850 N. Swan Road, Suite 160 Tucson, Arizona 85712 U.S.A.

TEL.: 520-334-1114 E-MAIL: mmanna@cbmcint.org

Web site: www.cbmcint.org Please direct any requests or change of address to: nbrownell@cbmcint.org