

INSTITUTI I ZHVILLIMIT TË ARSIMIT

MATERIAL MËSIMOR MBËSHTETËS

PËR

REALIZIMIN E PROGRAMIT TË MODULIT PROFESIONAL

“SHËRBIMI I KLIENTIT”

Për kurrikulën me zgjedhje të lirë në gjimnaz

Tiranë, 2012

INSTITUTI I ZHVILLIMIT TË ARSIMIT

**MATERIAL MËSIMOR MBËSHTETËS PËR
REALIZIMIN E PROGRAMIT TË MODULIT PROFESIONAL**

“SHËRBIMI I KLIENTIT”

Përgatiti:

Alida Kondi
Dr. Mirela Andoni

Redaktimi shkencor:

Dr. Mirela Andoni

Redaktore letrare:

Freskida Miloti

PËRMBAJTJA

1. Udhëzime të përgjithshme për realizimin e modulit	4
2. Udhëzime sipas rezultateve mësimore (RM) të parashikuara në modul	8
RM 1: Nxënësi përshkruan bazat e shërbimit të klientit	8
RM 2: Nxënësi komunikon në mënyrë efektive me klientin	21
RM 3: Nxënësi realizon forma të ndryshme të kontaktit me klientin	36
RM 4: Nxënësi realizon vendosjen e marrëdhënieve me klientin	55

1. Udhëzime të përgjithshme për realizimin e modulit

1.1. Qëllimi i programit të modulit profesional “Shërbimi i klientit”

Në botën e punës sot, konsiderohet mjaft e rëndësishme marrëdhënia midis klientëve dhe punonjësve të shërbimit, të cilët ndërveprojnë në mënyrë të drejtpërdrejtë apo edhe në forma të tjera komunikimi. Referuar rëndësisë që ka sot sektori i shërbimeve, i cili punëson rreth 48 % të forcës aktive për punë, përmbajtja dhe veprimtaritë e planifikuara në këtë program modular kanë si qëllim aftësimin e nxënësve me disa prej shprehive dhe teknikave të nevojshme që krijojnë dhe forcojnë këtë marrëdhënie, duke gjeneruar përfitime të dyfishta si në aspektin personal për vetë nxënësin, por edhe për shoqërinë në përgjithësi.

Ky modul krijon mundësi që nxënësit të praktikojnë në situata konkrete të shërbimit të klientit njohuritë dhe aftësitë e fituara në lëndë të ndryshme si në Gjuhë dhe letërsi, Edukim qytetar etj.

Gjithashtu përmbajtjet e planifikuara synojnë orientimin e nxënësve në karriera që lidhen me sektorin e shërbimeve, si një sektor me mundësi të lartë punësimi në ekonominë shqiptare.

Ky material mbështetës për programin përkatës të modulit jep konceptet, termat, përkufizimet bazë të shërbimit të klientit. Duke pasur si funksion kryesor aftësimin praktik të nxënësve në lidhje me “Shërbimin e klientit” ky material përmban modele të shumta të veprimtarive praktike që duhet të realizojnë nxënësit nën drejtimin e mësuesit.

Duke qenë se shërbimi ndaj klientit është i lidhur me kënaqësinë e psikikës njerëzore, nxënësi do të aftësohet përmes lojërave dhe veprimtarive për të përmbushur rezultatet mësimore të parashikuara në programin e modulit.

Në material i është dhënë rëndësi aftësimi i nxënësve përmes ndjekjes së procedurave dhe përdorimit të aftësive që kanë lidhje me shërbimin e klientit, si dhe për t'i ndërgjegjësuar ata për shumë çështje që kanë të bëjnë me shërbimet.

Teknikat e ndryshme të sugjeruara për zhvillimin e mësimit synojnë krijimin e besimit të nxënësit, rritjen e entuziazmit, stimulimin e krijueshmërisë për arritjen e objektivave të parashikuara në modul. Sigurimi i realizimit të rezultateve të parashikuara të të mësuarit (RM) do të shërbejë jo vetëm për të aftësuar nxënësit që të shërbejnë në mënyrë të kulturuar dhe profesionale, por mbi të gjitha si ata të jenë klientë të kulturuar, duke përmbushur një tjetër mision të rëndësishëm të modulit që është aftësimi i nxënësve për jetën.

1.2. Objektiva të përgjithshme të modulit “Shërbimi i klientit”

Programi i këtij moduli, si dhe ky material mbështetës i zhvilluar, bazuar te ky program, synon:

- të aftësojë nxënësit të kuptojnë rëndësinë e shërbimit ndaj klientëve, të dallojnë llojet e klientëve si dhe parimet dhe aftësitë bazë për sigurimin e një shërbimi të mirë;
- të aftësojë nxënësit të përdorin aftësitë verbale, vokale dhe jo-verbale, si dhe instrumente dhe teknika të rëndësishme në shërbimin ndaj klientëve;
- të aftësojë nxënësit të kuptojnë dhe praktikojnë aftësitë që duhen për të siguruar një shërbim të mirë gjatë kontaktit të drejtpërdrejtë me klientin, me telefon, në formë elektronike apo dhe në rastet e vetëshërbimit;
- të aftësojë nxënësit të sintetizojë të gjithë informacionin, aftësitë, shprehitë, instrumentet dhe teknikat e fituara deri tani, të zbatuara në kompleksitetin e tyre, nëpërmjet vendosjes së marrëdhënieve me klientin deri në realizimin e promovimit të produktit, shërbimit apo edhe shitjes;
- të aftësojë nxënësit për të kuptuar rëndësinë e identifikimit të nevojave të klientit dhe njohjes së vetive të produkteve apo shërbimeve të ndryshme, të kuptojë rëndësinë e përputhjes midis nevojave të klientit dhe plotësimit të tyre, duke u shkathtësuar nëpërmjet përdorimit të praktikave apo teknikave të ndryshme të shitjes.

1.3. Kushtet për realizimin e modulit

Minimumi i orëve të trajtimit të programit të këtij modulit është 36 orë, por në varësi të kushteve shkola mund të realizojë një pjesë të

këtij programi. Moduli përmban elemente teorike dhe kryesisht veprimtari praktike të RM-ve të parashikuara në modul. Ky modul mund të trajtohet në klasë duke organizuar simulimin e situatave praktike.

Rekomandohet që një pjesë e orëve të planifikohen për veprimtari në mjedise shërbimi, duke organizuar vizita në supermarkete apo kompani shërbimesh, ku shërbimi dhe kujdesi për klientin janë elementë të rëndësishëm dhe trajtohen me vëmendje të veçantë nga kompanitë.

Mësuesi për realizimin e mësimit mund të përdorë media të ndryshme didaktike, si: filma nga realiteti i shërbimit, manualë dhe katalogë të marketeve, ku promovohen elementë të shërbimit të klientit, fotografi apo informacione të ndryshme të marra nga interneti.

Në rastet e veprimtarive praktike klasa mund të organizohet në formë të përshtatshme për zhvillimin e mësimit, duke vendosur nxënësit përballë njëri-tjetrit për të diskutuar apo duke i vendosur tavolinat në mënyrë të tillë që të ndahen lehtësisht në grupe.

Mësuesi duhet të përgatitë paraprakisht materialet që nevojiten në varësi të numrit të nxënësve për t'i patur të gatshme me fillimin e orës së mësimit, veçanërisht për zhvillimin e praktikave apo lojërave.

1.5. Udhëzime didaktike për realizimin e modulit

Realizimi i mësimit ka rëndësi parësore për arritjen e rezultateve të parashikuara të nxënësit. Për këtë sugjerohet që mësuesi të planifikojë mësimin duke mbajtur parasysh rezultatet mësimore të parashikuara në programin e modulit, si dhe të shpjegojë termat dhe konceptet kryesore duke i vënë theksin demonstrimit të procedurave të punës në shërbimin e klientit.

Mësuesi duhet të mbikëqyrë nxënësit bazuar në udhëzuesit e përmbushjes së proceduarve të punës (modele të këtyre udhëzuesve janë në këtë material mbështetës) si për veprimtaritë individuale të nxënësve ashtu edhe për punët në grup.

Gjatë zhvillimit të mësimit sugjerohet lidhja e përmbajtjes së RM-së që trajtohet me përvoja nga realiteti konkret i shërbimit të klientit me qëllim që të krijohen kushte për diskutime, debate dhe ndihmon nxënësit t'i përshtatin lehtësisht njohuritë në praktikë.

Ky material mësimor mbështetës ka përshkrime teorike të termave, si dhe modele të shumta të veprimtarive praktike në formë loje, me qëllim që nxënësit të ndihen entuziastë dhe të motivuar, si dhe ndihmon nxënësin për të arritur objektivat e të mësuarit.

Zbatimi në praktikë i programit të modulit duhet të zhvillohet bazuar në veprimtari apo lojëra praktike, të cilat paraqiten dhe administrohen lehtësisht nga mësuesi. Mësuesi/ja mund të nxitë nxënësit, duke i simuluar në rolet si klient apo si ofrues i shërbimit ndaj klientit, ku nxënësit të luajnë si përfaqësues të shitjes, telemarketingut, suportit teknik, specialistit në terren, arkëtarë, staf në hoteleri apo turizëm etj, por edhe duke analizuar shembuj të nxjerrë nga jeta apo përvojat personale të nxënësve.

Mësuesi për realizimin e modulit duhet të pozicionohet më tepër në rolin e moderatorit, se sa të mësuesit klasik. Nxënësit mund të ndahen në grupe, apo të përcaktohet një situatë, të formulohet një problem ose çështje që ka lidhje me klientin, të jepen detaje shtesë, të përcaktohet koha, dhe më pas grupet prezantojnë punën, debatohet dhe përcaktohet zgjidhja më e mirë. Në fund mësuesi bën përmbledhjen. Në këtë mënyrë inkurajohet krijueshmëria, nxitet diskutimi, konkurrenca etj.

1.6. Vlerësimi

Gjatë vlerësimit të nxënësve duhet të vihet theksi te verifikimi i shkallës së arritjes së shprehive praktike të parashikuara në RM-të e modulit. Nxënësi mund të vlerësohet nga aktivizimi gjatë orës së mësimit, aktivizimit në punën në grup, në simulimin e roleve, si dhe gjatë demonstrimit të veprimtarive të parashikuara në modul.

Realizimi i pranueshëm i modulit do të konsiderohet arritja e kënaqshme e të gjitha kriterëve të realizimit të specifikuar për çdo rezultat të të mësuarit.

Vlerësimi për njohuritë teorike të kryhet përmes pyetjeve dhe përgjigjeve me gojë, testit me shkrim, si dhe detyrave apo projekteve të pavarura.

Vlerësimi i aftësive praktike të kryhet përmes vëzhgimit të demonstrimit praktik me listë kontrolli.

2. Udhëzimesipas rezultateve mësimore (RM) të parashikuara në modul

RM 1: NXËNËSI PËRSHKRUAN BAZAT E SHËRBIMIT TË KLIENTIT

Objektivi i kësaj RM-je është njohja dhe aftësimi e nxënësit për të kuptuar rëndësinë e shërbimit ndaj klientëve, llojet e klientëve, si dhe për të zbatuar parimet dhe aftësitë bazë për sigurimin e një shërbimi të mirë.

Përkufizimi për shërbimin e klientit

Objektivi: Të ndihmojë nxënësit të qartësojnë kuptimin e shërbimit të klientëve

Jepen shumë këshilla për shërbimin e klientit, por është pikërisht personi që ndërvepron drejtpërdrejtë me klientët, i cili përcakton nëse klientët perceptojnë se po u ofrohet një shërbim i dobët, një shërbim shumë i mirë apo diçka e ndërmjetme. Pra, duke i shërbyer direkt klientëve, ndikohet në perceptimet e tyre. Nëse jemi në shërbim të klientëve, fjalët dhe veprimet tona, janë instrumentet që përdorim për të krijuar te ata një perceptim pozitiv për shërbimin që ofrohet. Klientët krijojnë opinione, prandaj personat që ofrojnë shërbimin duhet të mësojnë si të krijojnë opinione pozitive.

Kur ofroni një shërbim të mirë, klientët ju janë mirënjohës. Kur klientët përshëndeten me një buzëqeshje miqësore, buzëqeshin edhe ata. Kur u afroresh për t'i ndihmuar, ata janë të prirur t'ua thonë këtë edhe miqve të tyre. Trajtimi i mirë i klientëve duhet të jetë **një standard**.

Mendoni për një moment, për përvojat tuaja si një klient.

- Në ditët e kaluara, sa herë keni qenë një klient?
- A shkoni ju në supermarket apo në qendra tregtare?
- A shkoni në postë, te mjeku, në bankë, te pastrimi kimik etj?
- A i telefononi ju një kompanie për informacion, ose a vizitoni një faqe në internet dhe a porositni produkte online?
- Ju jeni vënë në rolin e klientit, më tepër se ju mund të mbani mend. Dhe si klient, ju keni alternativa zgjedhjeje.
- Sa dyqane janë në qendrën tuaj tregtare?

- Sa doktorë janë në numërorin tuaj telefonik?
- Sa restorante janë në zonën tuaj të banimit?
- Sa e lehtë është të porositësh me telefon apo online?
- Nëse ju nuk jeni i kënaqur me shërbimin e një biznesi, a keni ju alternativa të tjera. Ju mund të shkoni diku tjetër.

Për këtë arsye ka shumë rëndësi se si trajtohen klientët.

Mendoni për përvojën tuaj si klient.

- Cila ju ka mbetur më tepër në mendje? Ka mundësi që ju të mbani mend më tepër shërbimin më të mirë dhe më të keq në punën tuaj si klient.

Punë me grupe në klasë

Nxënësit vihen të punojnë në grupe dhe ju jepen grupe fjalësh të prera, të cilat duhen bashkuar për të arritur në disa fjali që kanë kuptim dhe që përbëjnë përkufizimet për shërbimin e klientit. Nxënësit i jepet kjo lojë për të arritur në një përkufizim të shërbimit të klientit.

Koha: 15 min.

Mjetet e nevojshme: një letër me përkufizimet dhe zarfe.

Mënyra e veprimit: Ndani klasën në grupe me 3-4 veta dhe i jepni nga një zarf me copëzat e prera. Shkruani në dërrasën e zezë: Shërbimi i klientit do të thotë

Shpjegoni që në zarf ka fraza të cilat kur bashkohen japin shtatë përkufizime të shërbimit për klientin. Çdo copë përdoret vetëm një herë. Pas 5 minutash çdo grup të lexojë përkufizimet e tij me zë të lartë:

Copëzat e mëposhtme duhet të priten përpara dhe të futen nëpër zarfe:

Të bësh gjëra të zakonshme është jashtëzakonisht mirë

Të bësh më tepër se sa pritet

Të shtosh vlera dhe integritet në çdo ndërveprim

Të bësh më të mirën për çdo klient

Të zbulosh mënyra të reja për të kënaqur ata që ju u shërbeni

I ë çuditësh edhe veten me sa shume qe ju mund te beni

Kujdesuni për klientin siç do të kujdeseshi për gjyshen tuaj

Pyetje për diskutim:

Pyetje për nxënësit:

- A janë të gjitha këto përkufizime të vërteta?
- Cila nga përkufizimet ju pëlqen më shumë?
- Pse nuk ka vetëm një përkufizim të përgjithshëm?

Përgjigje: Shërbimi i klientit ka kuptime të ndryshme në njerëz të ndryshëm. Vini re që në të gjitha përcaktimet flitet për shumë energji të shtuar dhe entuziazëm gjatë bashkëveprimit me klientët.

Përgatituni për përgjigje të ndryshme për klasën.

Nëse keni më tepër kohë:

Pyesni nxënësit për përkufizimin e tyre mbi shërbimin e klientit dhe përcaktoni një përkufizim tuajin si klasë.

Llojet e ndryshme të klientëve

Çfarë nënkupton fjala “Klient”. Ju ndoshta mendoni se klienti është vetëm ai që paguan për mallrat ose shërbimet që i ofrohen. Ky përkufizim është i vlefshëm në disa raste, por jo në të gjitha. Individët bashkëpunojnë me qeverinë, shkollat publike, organizata të tjera, por ata nuk paguajnë për këto shërbime të ofruara. Në këtë rast, kuptimi i mësipërm për klientin nuk qëndron, pasi edhe këta janë klientë që meritojnë një shërbim të cilësisë së lartë edhe pse nuk paguajnë direkt. Ekzistojnë katër mënyra kryesore për përcaktimin e kategorive të klientëve, si më poshtë:

- *Klientë pagues të jashtëm*, janë ata individë që paguajnë ushqimin në restorante, në supermarkete, paguajnë për shërbim shëndetësor dhe asistencë ligjore ose për qëndrimin në hotel.
- *Klientët e brendshëm*, janë ata që përfitojnë nga shërbimet, produktet, informacioni etj, i cili prodhohet apo ofrohet brenda organizatës së tyre. Në disa raste, klientët e brendshëm mund të lidhen edhe nëpërmjet sistemit të pagesës ndërmjet departamenteve

të të njëjtës organizate. P.sh. stafi i teknikëve të teknologjisë së informacionit mirëmban rrjetin kompjuterik të kompanisë, në këtë rast ata punojnë si klientë të brendshëm të kompanisë.

- *Klientët e jashtëm të cilët nuk paguajnë.* Këta klientë përfitojnë shërbime, mallra ose kontribute të tjera, për të cilat ata nuk paguajnë në mënyrë të drejtpërdrejtë. Turisti që viziton një agjenci informacioni turistik mund të marrë informacion ose harta turistike, por ai nuk paguan direkt për këtë shërbim. Në këtë rast ai është një klient. Tjetër shembull: Prindërit që marrin pjesë në takimet prindër-mësues në shkollat publike, ata përfitojnë nga shërbimet që ofrojnë shkollat për fëmijët, por nuk paguajnë drejtpërdrejtë mësuesit. Prindërit, po ashtu, duhet të trajtohen si klientë.
- *Klientët e përshtatur.* Edhe organizatat qeveritare shpesh ofrojnë shërbime për individët, por duke i përshtatur këto shërbime për të mirën e përbashkët. Në fakt këta individë nuk janë klientë të mirëfilltë, por ne duam t'i përfshijmë në tipet e klientëve, pasi megjithëse qeveria shërben si rregullatore për interesat e tyre, ata meritojnë të trajtohen në nivel të lartë shërbimi të klientit.

Parimet bazë për një shërbim të mirë

Shërbimi për klientin fillon në momentin kur ai vjen në aktivitetin tuaj të biznesit, ju telefonon apo ju dërgon e-mail. Kur klienti fizikisht hyn në derë, ata në mendje fotografojnë personin që shërben dhe aktivitetin tuaj. Madje dhe pa u menduar, ata krijojnë përshtypjen e parë.

Përshtypjet e para krijohen dhe nëpërmjet telefonit dhe nga kontakti me internet.

Mënyra si flisni, sa me vëmendje dëgjoni, fjalët që ju përdorni, dhe se si shkruani dhe përgjigjeni në e-mail, të gjitha këto janë elementë që ndihmojnë në krijimin e përshtypjes të parë. Nëse përshtypja e parë e klientit është favorizuese, ju keni çelur rrugën për ofrimin e një shërbimi të mirë për klientin.

Nëse përshtypja e parë nuk është e mirë, ju duhet të përpiqeni më tepër për të filluar një marrëdhënie të mirë.

Të jesh i sjellshëm jep një përshtypje të parë pozitive. Klientët e

vlerësojnë trajtimin e sjellshëm.

Që kur jemi fëmijë, ne mësojmë fjalët magjike, të themi “të lutem” dhe “faleminderit”, të jemi të vëmendshëm dhe mos t’i ndërpresim të tjerët kur janë duke folur, t’i trajtojmë të tjerët me respekt, të jemi të ndershëm, të themi “më fal.” Kur rritemi, ne ndonjëherë harrojmë sa të rëndësishme janë fjalët dhe veprimet.

Fjalët e mirësjelljes, shprehjet, dhe sjelljet përmbajnë mesazh të jashtëzakonshëm. Ato tregojnë se ju po i kushtoni vëmendje. Një qëndrim pozitiv bën që përshtypja e parë të jetë pozitive. Klientët e vlerësojnë qëndrimin pozitiv.

Një qëndrim i mirë mund të ndihmojë të tejkalosh një përshtypje të parë jo të mirë. Po kështu, një qëndrim negativ mund të shkatërrojë një përshtypje të parë favorizuese.

Të jesh i sigurtë dhe të *veprosh në mënyrë etike* plotëson kuadrin e krijimit të përshtypjes së parë për ju dhe kompaninë. Ndershmëria është gjithmonë politika më e mirë.

Nëse ju shprehni angazhim dhe jeni i përgjegjshëm për veprimet tuja, ju i tregoni klientëve tuaj se i vlerësoni dhe se ata mund të kenë besim te ju për të siguruar produktin apo shërbimin që ju nevojitet.

Nga kombinimi i përshtypjes së parë pozitive, trajtimit të sjellshëm, sjelljeve etike, hidhen themele të forta për krijimin e marrëdhënieve me klientin. Duke shtuar dhe aftësitë për një komunikim efektiv, mund të ndërtoni një marrëdhënie të përhershme me klientët tuaj. Pra, kur ju të zotëroni parimet themelore të shërbimit me klientin, të mësoni një mënyrë të efektshme komunikimi, të zhvilloni aftësi për të ndërtuar marrëdhënie të forta dhe me mirëbesim ju do të dini si të silleni me çdo klient dhe në çfarëdo situatë.

Kur klientët vlerësohen dhe trajtohen me mirësjellje dhe respekt, ata janë më të prirur të jenë përsëri klientët tuaj. Kujtoni një mësim të rëndësishëm të mësuar në fëmijëri: “Gjithmonë trajtoni të tjerët ashtu si do donit t’ju trajtonin dhe juve”. Trajtoni të tjerët mirë dhe ata janë më të prirur t’ju trajtojnë mirë edhe ju.

Zotërimi i parimeve bazë është i thjeshtë, sapo ju të mësoni dhe praktikoni katër hapat e mëposhtëm. Atëherë ju do të filloni të ndërtoni baza të qëndrueshme për ofrimin e shërbimi të mirë për klientin.

Hapi 1: Përshtypja e parë është e rëndësishme

Përshtypjet e para janë imazhi i parë që ju krijoni kur takoni dikë apo kur përballeni me një situatë. Ato përfshijnë paraqitjen, veprimet, rregullsinë në veshje, tonin e zërit, qëndrimin, gjuhën e trupit dhe mbajtjen e trupit. Të gjitha këto përbëjnë elementët e formimit të stilit vetjak të individit.

- Paraqitja e jashtme është elementi i parë që klientët vërejnë te ju.
- Vishuni sipas llojit të punës që ju bëni.
- Sigurohuni që jeni të rregullt në veshje.
- Ruani një sjellje relaksuese dhe të çlirët.

Hapi 2: Sjellja e mirë është e rëndësishme.

Fëmijët lavdërohen kur sillen mirë. Kur fëmijët thonë ‘Të lutem’ dhe ‘Faleminderit’ të tjerët përgjigjen pozitivisht. Kur fëmijët thonë ‘më fal’, njerëzit e pranojnë ndjesën. Si të rritur, ju nuk do të prisni të lavdëroheni për sjellje të mirë, por të tjerët do ju vlerësojnë mënyrën tuaj të sjellurit. Sjellja juaj e njerëzishme, përcjell një mesazh pozitiv dhe të fortë te klientët. Kur ju përpiqeni të përdorni fjalë dhe shprehje të mirësjelljes, shumë shpejt ato bëhen pjesë e natyrshme e fjalorit dhe personalitetit tuaj.

- Thoni ‘ju lutem’, ‘faleminderit’ dhe ‘jeni i mirëpritur’.
- Thoni ‘me fal’ dhe ‘më vjen keq’.
- Përdorni fjalët ‘zotëri’ dhe ‘zonjë’
- Thirreni dikë në emër nëse e dini emrin.
- Thoni ‘po’ në vënd të ‘ehë’.
- Flisni duke buzëqeshur.

Hapi 3: Qëndrimi është gjithçka.

Njerëzit ndoshta nuk kujtojnë ngjyrën e këmishës tuaj, apo fjalët tuaja, por ata do të kujtojnë qëndrimin tuaj.

- Qëndrimi është gjithçka, i mirë ose i keq.
- Vlerësoni pozitivisht veten dhe të tjerët.
- Keni besim te vetja.
- Besoni se ju mund të bëni ndryshimin.
- Mos i paragjykoni të tjerët.

Hapi 4: Të bësh gjënë e duhur - çështje etike.

Të jesh i sjellshëm nënkupton të jesh i ndershëm, të bësh gjënë e duhur dhe të jesh i përgjegjshëm për veprimet tuaja.

- Jeni gjithmonë të ndershëm.
- Bëni gjënë e duhur.
- Jeni gjithmonë i sinqertë për produktet, shërbimet dhe politikat e kompanisë.
- Mbani premtimet.
- Jeni i përgjegjshëm për veprimet tuaja.

Modele të veprimtarive praktike

Veprimtaria praktike 1: Parimet e shërbimit të klientit

Hapi 1: Përshtypja e parë është e rëndësishme.

Hapi 1: Përshtypja e parë është e rëndësishme.

Shkruani disa veprime tuaja, që krijojnë përshtypjen e parë të mirë.

Hapi 2: Mirësjellja është e rëndësishme.

Shkruani disa shprehje drejtuar klientëve që janë pjesë e mirësjelljes.

Hapi 3: Qëndrimi është gjithçka:

Cilat janë disa prej veprimeve që shprehin një qëndrim të mirë?

Hapi 4: Të bësh gjënë e duhur: çështje etike.

Supozoni një situatë në të cilën një klient ju kërkon diçka jo etike. Përshkruani me pak fjalë situatën dhe përgjigjen tuaj për klientin.

Veprimtaria praktike 2: Përshtypjet e para

Punë me grupe:

Kjo është një lojë për të ndërgjegjësuar nxënësit mbi rëndësinë që ka përshtypja e parë në shërbimin ndaj klientit në të gjitha nivelet. Nxënësit shqyrtojnë paragjykimet dhe njëanshmëritë e tyre mbështetur në paraqitjen e njerëzve, dhe më pas diskutojnë çfarë përshtypjesh klientët mund të kenë për ta, bazuar në paraqitjen e jashtme.

Koha: 10–15 minuta.

Çfarë nevojitet: Përzgjidhni disa foto (të paktën pesë për çdo grup), të njerëzve nga revistat ose reklama të printuara. Fotot duhet të përfaqësojnë sa më tepër të jetë e mundur njerëz të ndryshëm. Fotot nuk duhet të jenë portrete të personave të famshëm ose të njohur.

Mënyra e veprimit: Ndani nxënësit në grupe me tre ose katër veta dhe shpërndani në secilin grup disa foto për t'u vëzhguar. Porositni nxënësit të diskutojnë me njeri-tjetrin për përshtypjet që ata krijojnë për këta individë vetëm nga pamjet në foto.

Pas rreth pesë minutash, kërkoni pesë nxënës që të përshkruajnë shkurtimisht përshtypjet e secilit grup. Më pas, kërkoni nxënësve të mendojnë dhe diskutojnë përshtypjet e klientëve për ta, bazuar në mënyrën se si ata duken.

Theksoni se qëllimi i kësaj loje nuk është të debatojnë nëse këto përshtypje janë apo jo të drejta. Nxënësit duhet të përqendrohen vetëm në përshtypjet që krijon paraqitja e jashtme.

Këshillë! Ruani fotot e revistave në një dosje për t'u përdorur më vonë. Ju mund të bëni pjesë të kësaj dosje edhe foto të tjera të përshtatshme, kur hasni të tilla. Mund të informoni nxënësit se ekspertët sugjerojnë që punonjësit gjithmonë duhet të vishen sikur ata janë në një pozicion më lartë se ai aktual. Kjo krijon një përshtypje të favorshme te klientët dhe te menaxherët, dhe mund të jetë avantazh për ngritje në detyrë.

Veprimtaria praktike 3. Aftësitë e nevojshme për të shërbyer (instrumentet dhe teknikat e shërbimit të klientit)

Objekti: Të përshkruajë aftësitë e nevojshme për të shërbyer dhe të përdorë disa instrumente dhe teknika të shërbimit

Le të praktikojmë....

Përmbledhje me pak fjalë: Në këtë veprimtari, nxënësit shqyrtojnë aftësitë thelbësore për rolin e shërbimit ndaj klientit, vlerësojnë njohuritë e tyre për secilën aftësi, dhe hartojnë një plan veprimi për përmirësimin e zotësive të tyre. Ky aktivitet ndihmon nxënësit të kuptojnë vlerat që zotërojnë përfaqësuesit e shërbimit të klientit të klasit të parë, dhe u jep mundësinë nxënësve të analizojnë vlerat e tyre dhe mundësitë për t'i përmirësuar.

Koha: 10–15 minuta.

Mënyra e veprimit: Pasi e shpjegoni fillimisht, shpërndani te nxënësit materialin e mëposhtëm. Lëri nxënësit 5-10 minuta për të plotësuar ushtrimin. Pastaj shpërndani fletën e punës të planit të veprimit dhe kërkoni çdo nxënësi të hartojë një plan veprimi për të përmirësuar dy aftësi.

Materiallet për praktikë

Nëse ju planifikoni karrierën tuaj në shërbimin ndaj klientit dhe mendoni pastaj të zgjidhni një drejtim tjetër, aftësitë e trashëguara nga ofrimi i një shërbimi të mirë për klientin do të jenë një vlerë e shtuar në fushën që ju do të zgjidhni. Për më tepër, një qëndrim i mirë është kyçi për të pasur sukses, kudo dhe kurdoherë. Përfaqësuesit e shërbimit të klientit që spikasën me punën e tyre janë:

Miqësorë	Të vëmendshëm
Të shpejtë	Me fantazi
Eficientë	Të ndjeshëm
Të prirur për të kënaqur	Të vetëpërmbajtur
Të mirinformuar	Të zellshëm
Optimistë	Të kujdesshëm
Të ndershëm dhe të drejtë	Të aftë të kuptojnë kërkesat e klientëve
Të orientuar drejt zgjidhjes	

Këta përfaqësues të shërbimit të klientit gjithmonë:

- dëgjojnë me vëmendje;
- mbajnë një qëndrim pozitiv;
- flasin qartë;
- shmangin termat teknike dhe të folurën me fjalë të mëdha;

- transmetojnë te klienti ndjenjën e afërsisë në informacionin që japin;
- bëjnë që çdo klient të ndihet i rëndësishëm;
- i bëjnë të ndihen më të çlirët.

Veprimtaria praktike 4. Shkrimi i një letre si klient

Objektivi: Të fokusojë vëmendjen e nxënësit mbi gjërat që di të bëjë më mirë, për t'i motivuar ata të vazhdojnë përpjekjet e tyre për t'i përmirësuar.

Përmbledhje:

Nxënësit i shkruajnë vetvetes një letër nga një klient imagjinar. Çdo letër thekson tre aspekte të sjelljes apo qëndrimit të një punonjësi që ka bërë një përshtypje pozitive tek klienti. Letra duhet të nxjerrë çfarë efekti ka pasur mbi klientin çdo veprim i ndërmarrë nga punonjësi.

Koha. 10-15 minuta

Çfarë ju nevojitet: Një kopje e materialit për secilin nxënës.

Mënyra e veprimit: Shpërndani materialet. Lexoni me zë të lartë (para klasës), letrën e mëposhtme si model dhe shpjegojuni nxënësve si t'i shkruajnë një letër të ngjashme vetes. Kërkojuni nxënësve t'i kushtojnë vëmendje se si shprehen klientët në lidhje me ndikimin që ka sjellja dhe qëndrimi i punonjësit te klienti.

Shpjegoni nxënësve të gjykojnë në lidhje me ndërveprimin e tyre me klientët, dhe si qëndrimi e sjellja e tyre ndikojnë pozitivisht te klientët. Ata duhet të plotësojnë letrën sipas skemës së mëposhtme, duke supozuar veten si klient. Nëse është e nevojshme, nxënësit të jenë të lirë të modifikojnë dhe disa fjali. Jepuni 15 minuta kohë nxënësve të plotësojnë letrën.

Kërkoni nga nxënësit të lexojnë letrën para klasës

Në fund theksoni se ekzistojnë dhe shumë mënyra të tjera për t'i shërbyer klientëve dhe madje mënyra të ndryshme për të realizuar të njëjtin objektivi. Megjithëse, një numër relativisht i vogël klientësh gjejnë kohë për të shkruar letër falënderimi.

Këshillë! Nëse keni tabelë elektronike (apo dërrasë të zezë), paraqitni modelin e letrës, gjatë kohës që nxënësi shkruan letrën.

Modeli i letrës që i shpërndahet nxënësve

I dashur Tomi

Do të dëshiroja të shprehja falënderimet e mia, për shërbimin që më ofruat kur unë i telefonova kompanisë ‘Atlantis’, për të më ndihmuar për aparatën fotografikë.

Ju më ndihmuat në disa drejtime. Në fillim, ju më treguat për minutat që i duhen aparatit për t’u ndezuar, duke më krijuar mundësi të fiksoj kamerën dhe të realizoj shkrepjen para se aparati të fillojë të filmojë. Kjo më krijoi mundësinë të kuptoja funksionimin e aparatit tim fotografik.

Unë gjithashtu vlerësoj sesi ju më rezervuat kohë për të më shpjeguar të gjithë procedurën. Përkushtimi juaj më bëri të ndihem një klient i vlerësuar.

Së fundi, do të dëshiroja të shprehja falënderimet e mia që më informuat për ofertën e ‘Atlantis’ për këmbalecin portabël me tri këmbë për aparatën fotografikë. Mendoj se aparati fotografik ndryshoi shumë gjëra në familjen time.

Suksese të mëtëjshme në punën tuaj.
Sinqerisht,
Sidrit Mata

Skeleti i letrës që duhet të plotësojë nxënësi

I dashur _____

Do të dëshiroja të shprehja personalisht falënderimet e mia për shërbimin që ju më ofruat _____
(kur)

Shërbimi ndaj klientit

Ju më ndihmuat në disa drejtime.

Së pari, ju _____ (veprimi)

. Kjo _____ (pasoja)

Unë, gjithashtu, vlerësoj mënyrën si ju

(veprimi Juaj)

(zotësitë dhe aftësitë në shërbimin e klientit)

U ndjeva një klient i vlerësuar.

Së fundi, do të dëshiroja të përcillja falënderime dhe për

(veprimi)

Mendoj se ajo me të vërtetë bëri ndryshimin në _____ (veprimi)

Suksese të mëtjeshme në punën tuaj.
Sinqerisht,

(emri i klientit)

Veprimtaria praktike 5. Përshkrimi i përvojave pozitive dhe negative si klient

Me pak fjalë

Në këtë aktivitet, nxënësit do të diskutojnë në grup përvoja të përjetuara-pozitive apo negative-si klientë. Duke e përqendruar diskutimin te sjellja e personelit të shërbimit, nxënësit do të ndërgjegjësohen më tepër

se si ata duhet dhe nuk duhet të sillen në situata të ndryshme kur i shërbejnë klientit.

Koha: 15-20 minuta

Çfarë nevojitet: Një flip-chart ose dërrasë e bardhë dhe markera.

Mënyra e veprimit: Për disa minuta, jepuni mundësi nxënësve të kujtojnë përvojat e mira që ata kanë përjetuar nga personeli i shërbimit. Përzgjidhni disa ngjarje të tilla. Fokusohuni më tepër në veprimet e punonjësve të shërbimit, që kanë ndikuar pozitivisht në përjetimin e përvojës së mirë. Përzgjidhni fjalët kyçe dhe i rendisni me emërtimin “Çfarë duhet të bëjmë?”

Më pas, përsëri lërin nxënësit të kujtojnë përvojat jo të mira që ata kanë përjetuar me punonjësit e shërbimit me klientin. Përzgjidhni disa prej ngjarjeve të tilla. Fokusohuni më tepër në veprimet e punonjësit të shërbimit që kanë ndikuar negativisht në përjetimin e përvojës jo të mirë. Përzgjidhni fjalët kyçe dhe i rendisni me emërtimin “Çfarë nuk duhet të bëjmë?”.

Test në lidhje me:

1. Cilat janë konceptet bazë për shërbimin e klientit?
2. Cilat janë parimet bazë mbi të cilat bazohet një shërbim i mirë?
3. Cilat janë aftësitë e nevojshme për të shërbyer me profesionalizëm?

RM 2: NXËNËSI KOMUNIKON NË MËNYRË EFEKTIVE ME KLIENTIN

Objektivi i kësaj RM-je është njohja dhe aftësimi i nxënësit për të kuptuar rëndësinë dhe përdorimin e aftësive verbale, vokale dhe jo-verbale, si dhe për të përdorur instrumente dhe teknika bazë në shërbimin ndaj klientëve.

Sa herë që bashkëveproni me njeri-tjetrin, ju komunikoni. Suksesi i komunikimit në shërbimin e klientit varet nga aftësitë e mira komunikuese. Nëse ju i buzëqeshni një të panjohuri, flisni me një shok ose dëgjoni me vëmendje kur dikush ju flet, ju komunikoni. Madje mund të komunikoni dhe duke mos kryer asgjë, për shembull, kur shpërfillni dikë, ose kur lini dikë mbrapa dere, ose largoheni kur dikush ju afrohet, ju komunikoni.

Shërbimi i klientit është komunikim efektiv. Si një punonjës në vijën e parë, ju jeni pika e kontaktit me klientët dhe burimi i parë i informacionit. Për klientin, ju nuk përfaqësoni vetëm kompaninë, por ju jeni kompania, dhe si të tillë ka shumë rëndësi komunikimi juaj me klientët.

Mënyra më e lehtë për të komunikuar është kur ju jeni ballë për ballë me njerëzit. Ju keni avantazhin e dallimit të shenjave në lidhje me gjendjen shpirtërore të personit dhe mund të modifikoni bisedën sipas gjendjes së personit. Ju gjithashtu, mund të komunikoni me telefon, me e-mail dhe nëpërmjet letrave. Kur shkruani, ju keni avantazhin e të lexuarit të mesazhit para se ta dërgoni atë, ndërsa kur flisni nuk mund të fshini fjalët e mëparshme. Është shumë e rëndësishme në komunikimin verbal që ju të shprehni pikërisht atë që doni të shprehni. Përdorimi i një gramatike të mirë ju ndihmon të komunikoni mesazhin e duhur.

Veprimtari praktike:

Provoni këtë ushtrim për komunikimin verbal: Bëni pyetjen e mëposhtme me zë të lartë me një ton entuziast:

‘A mund të ndihmoj?’

Tani përsëriteni me një ton të pasigurt dhe pastaj me një ton shpërfillës.

Dalloni se si të njëjtat fjalë marrin kuptime të ndryshme, në

varësi të tonalitetit të zërit tuaj. Mënyra se si ju shprehni diçka është më e rëndësishme se fjalët që ju zgjidhni. Mënyra si shpreheni mund të ndihmojë ose vështirësojë efektivitetin e komunikimit tuaj. Përveç komunikimit verbal, ju mund të komunikoni dhe pa thënë asnjë fjalë. Kur komunikoni ballë për ballë, një shembull është gjuha e trupit, e cila është forma më e rëndësishme e komunikimit. Komunikimi jo-verbal, përfshirë qëndrimin e trupit, shprehjet e fytyrës, dhe lëvizjen e duarve dhe të syve, janë të gjitha mënyra të komunikimit. Ju mund të thoni diçka, por komunikoni diçka tjetër. Fjalët komunikojnë një mesazh, gjuha e trupit komunikon emocionet pas mesazhit.

Provoni këtë ushtrim për komunikimin jo-verbal: Nxënësi të supozojë se është duke i shpjeguar një klienti politikën e kompanisë. Ndërsa është duke folur:

- Shikon personin dhe buzëqesh.
- Përkulet dhe gogësin.
- Ul sytë në dysheme.
- Qëndron me krahë palosur përballë.

Kur ju shikoni drejtpërdrejtë dikë dhe buzëqeshni, ju tregoni interes. Kur ju përkuleni dhe gogësin, ju tregoni mërzi. Kur ju ulni sytë në tokë, ju shprehni mungesë interesi dhe ndershmërie. Kur qëndroni me krahët palosur, ju ngrini një mur imagjinar midis jush dhe personave të tjerë. Ju mund të shprehni fjalët e duhura, por ende përçoni mesazhin e gabuar. Si përfaqësues i një kompanie, është e rëndësishme ajo që ju shprehni të nënkuptojë atë që ju dëshironi. Sa herë dikush e ka keqkuptuar mesazhin tuaj? Dhe kur kjo ndodh, ju duhet kohë dhe energji për të korrigjuar interpretimin e gabuar. Kur ju flisni, zgjidhni fjalët tuaja me kujdes. Kur ju dëgjoni kushtojini vëmendje fjalëve që thuhet.

Një pjesë e rëndësishme e komunikimit me klientin është dhe bërja e pyetjeve. Tani që ju përdorni kur bëni pyetje është po aq i rëndësishëm sa dhe fjalët që ju zgjidhni. Të dëgjuarit me vëmendje mund të konsiderohet si komponenti më i rëndësishëm në komunikimin efektiv. Nëse ju nuk dëgjoni deri në fund, përgjigjja juaj mund të jetë e gabuar dhe e papërshtatshme. Të dëgjuarit me kujdes nënkupton t'i kushtosh vëmendje fjalëve të klientëve dhe gjuhës së trupit të tyre, për t'u siguruar se ju i kuptuat emocionet e tyre.

Përdorimi i aftësive verbale (gjuha e thjeshtë, gramatika e saktë, fjalët e duhura)

Shprehni ato që mendoni dhe mendojini ato që thoni

Kur komunikoni, ju ose mund të flisni ose të dëgjoni. Është e vështirë që edhe të flisni dhe të dëgjoni në të njëjtën kohë. Ndërsa flisni, ju kontrolloni bisedën. Për sa kohë ju flisni për tema, që i interesojnë bashkëbiseduesit, do të keni vëmendjen e tij. Si folës, është përgjegjësia juaj të përcillni mesazhin që do të dëshironit.

Zgjidhni fjalët e duhura

Mendohuni para se të flisni. Zgjidhni fjalët që janë të kuptueshme për bashkëbiseduesin. Kur ju flisni me një klient që ndoshta nuk ka shumë informacion për kompaninë tuaj dhe produktet, zgjidhni fjalët që përcjellin mesazhin e duhur. Zgjidhni fjalë të thjeshta dhe mos u mundoni të impresiononi të tjerët me fjalë të mëdha, pasi kjo mund të krijojë vetëm konfuzion.

Bashkërendoni fjalët së bashku: Përdorni rregullat gramatikore

Përdorimi i duhur gramatikor konsiderohet tejet i rëndësishëm për një komunikim efektiv. Kur ju përdorni fjali të rregullta gramatikore, është më e lehtë të transmetoni mesazhin e duhur.

Pasqyroni personalitetin/individualitetin e kompanisë suaj

Në punë, ju jeni zëri i biznesit tuaj, dhe ju duhet të përzgjidhni fjalët që reflektojnë personalitetin e kompanisë suaj. Në mjedisin e një fastfood-i fjalët duhet të jenë të zakonshme, ndërsa në një restorant të klasit të lartë, duhet të jenë më të rafinuara. Nëse nuk jeni i sigurt dhe i qartë për mënyrën e komunikimit, sa miqësorë ose të lirshëm duhet të silleni me klientët, ju mund të merrni udhëzime të mëtejshme nga menaxherët e kompanisë.

Flisni qartë

Përdorimi i tepruar i termave dhe fjalëve të përditshme ose ngjeshja e fjalëve së bashku, mund të vështirësojë transmetimin e mesazhit. Mësohuni të përdorni fjalitë në formën e rregullt gramatikore. Thoni ‘Përshëndetje’, ‘Çfarë doni /dëshironi të porositni?’ në vend të ‘Ç’ doni?’ Flisni qartë, dhe ju do të prezantoni vetveten si një person kompetent dhe inteligjent.

Përdorni gjuhën e përditshme

Si fillim, kuptoni se zgjedhja e fjalëve të duhura ju ndihmon të transmetoni mesazhin e duhur të bashkëbiseduesi. Kur keni dy alternativa zgjedhjeje, gjithmonë zgjidhni më të thjeshtë dhe më të shkurtrën. Fjalë të tilla janë të kuptueshme për cilindo dhe shmangin mundësinë e keqkuptimeve.

Shmangni përdorimin e zhargoneve, të folurën e pakuptueshme, terminologjinë e brendshme të kompanisë dhe gjuhën teknike.

Ka shumë mundësi që klientët tuaj, të mos njohin terminologjinë e përdorur nga kompania, akronimet dhe zhargonet që përdoren në të folurën e përditshme. Një pjesë e mirë e klientëve nuk kanë shumë njohuri për termat teknike, kështu kur bëni shpjegime teknike konvertoni fjalët e vështira me fjalë të thjeshta, të cilat janë të kuptueshme për klientin. Gjithmonë përdorni një gjuhë të kuptueshme për klientët tuaj. Përshtateni gjuhën tuaj me nivelin e të kuptuarit të klientëve tuaj.

Përdorimi i aftësive vokale (toni i zërit, lakimi, ritmi dhe volumi)

Sigurohuni që toni i zërit përshtatet me mesazhin, që ju po përcillni

Mënyra se si shprehni diçka është më e rëndësishme se vetë ajo që shprehni. E njëjta pyetje, e bërë në formë të ndryshme, përcjell katër qendrim të ndryshme. Prandaj, përveç që duhet të zgjidhni fjalët e duhura, ju duhet ti kushtoni rëndësi dhe mënyrës se si i thoni ato. Kur ju komunikoni me dikë dhe nuk përdorni tonin e duhur, mesazhi juaj mund të keqinterpretohet. Kur flisni me një klient që është i mërzitur, flisni me seriozitet dhe me një ton që shpreh gatishmërinë për ta ndihmuar. Kur pyesni një klient nëse dëshiron ndihmën tuaj, toni juaj duhet të jetë entuziast. Kur bëni pyetje, tonaliteti i zërit duhet të jetë i tillë që ti tregojë klientit se ju realisht jeni i interesuar për përgjigjen. Kushtojini vëmendje shenjave jo-verbale të klientit, për t'u siguruar se toni juaj përshtatet me to.

Bëni pjesë të fjalorit tuaj fjalët që shprehin mirëseardhje

Kur ju përdorni fjalë që tingëllojnë pozitive dhe të besueshme, ju transmetoni një qëndrim pozitiv dhe të besueshëm. Fjalët dhe shprehjet e tilla si 'Po!', 'Është kënaqësi!' dhe 'Sigurisht që mundem!' përcjellin

mesazhin që ju me të vërtetë keni kënaqësinë të ndihmoni klientët tuaj. Fjalët të tilla si ‘sigurisht’ dhe ‘absolutisht/patjetër’ përcjellin mesazhin, që ju jeni entuziast dhe i interesuar. Është vështirë të thuhet ‘sigurisht’ pa shprehur bindje dhe interes. Është po ashtu e vështirë të thoni ‘absolutisht/patjetër’ pa shprehur entuziazëm. Përdorimi i këtyre fjalëve dhe fjalëve të tjera që shprehin mikpritje në bashkëbisedimet tuaja, do të shtojë ndjesinë e bindjes se ju realisht jeni të interesuar të ndihmoni klientët tuaj.

Bisedat për punën mbajini profesionale

Kur ju komunikoni me klientët, në mendje vizatoni një vijë ndarëse ndërmjet të qënurit profesionist dhe personal. Megjithëse ju mund të krijoni një marrëdhënie miqësore, klientët gjithmonë mbeten klientë. Bisedat me klientët gjithmonë i mbani brenda kuadrit profesional.

Shembull: Mënyra e duhur për të shprehur atë që ju mendoni
Stivi ndaloi në një fast-food për drekë. Ai ishte me nxitim për të bërë porosinë për veten dhe për koleget e zyrës dhe u përshëndet nga një punonjës që i buzëqeshi dhe me entuziazëm e përshëndeti, dhe i tha: ‘Mirë se erdhët në lokalin tonë, Si po kaloni?’

‘Jam mirë, faleminderit, por e kam me të shpejtë, Është e mundur të marrësh porosinë pak shpejt?’

‘Po, absolutisht, do ta bëjmë shpejt. Çfarë dëshironi të porositni?’

Si u ndje klienti?

Në këtë rast, kamerieri zgjodhi fjalët e duhura, dhe zëri i tij përcillte entuziazëm. Stivi u ndje i qetë me kamerierin dhe kur ai shtoi “absolutisht”, Stivi u ndje i sigurt se ai me të vërtetë do e mbaronte shpejt porosinë.

Aftësitë jo-verbale për shërbim të suksesshëm.

Komunikimi jo-verbal është ajo që nuk e shprehni me fjalë

Siç është përmendur tashmë, ajo që ju shprehni, mund të jetë më e rëndësishme se fjalët që ju zgjidhni. Por dhe paraqitja e jashtme dhe sjellja juaj është e rëndësishme kur ju përcillni një mesazh. Ju mund të përzgjidhni fjalët e duhura dhe të flisni me tonin e duhur, por përcillni një mesazh krejt ndryshe nëpërmjet komunikimit jo-verbal. Në ushtrimin për komunikimin jo-verbal, të përmendur më sipër, ju përdorët katër mënyra

të ndryshme kur ju komunikuat me klientin. Ju shprehët të njëjtën ide, por përcollët katër mesazhe tërësisht të ndryshme.

Mbani parasysh se veprat flasin më tepër se fjalët

Ju mund të keni një personalitet të lartë dhe të mbani një qëndrim shumë të mirë, por veprimet tuaja krijojnë një përshtypje jo të mirë te klientët. Bëni gjithmonë kujdes për gjuhën e trupit, sigurohuni se po përcillni mesazhin e duhur jo-verbal.

Buzëqeshni shpesh

Një buzëqeshje është një prej mesazheve më të forta që ju mund të përcillni. Buzëqeshja mirëpritet nga çdo grupmoshë dhe kapërcen çdo kulturë. Buzëqeshni dhe të tjerët do jua kthejnë me buzëqeshje. Përpiquni që buzëqeshja të bëhet shprehi e juaja, që të mos duket e sforcurar dhe e shtirur, por diçka natyrale. Kur ju buzëqeshni shpesh, ajo do të bëhet pjesë e natyrshme e sjelljes tuaj.



Këshillë: Mbani një shprehje të këndshme në fytyrë, duke ushtruar disa herë muskujt e fytyrës të shtrihen lehtë në cepat, kur ju jeni në një moment relaksimi.

Mbani kontakt me sy

Kontakti me sy është një prej komponentëve më të rëndësishëm të komunikimit, ndonëse mund të jetë një shprehi e vështirë për t'u zotëruar. Nëse ju nuk ndiheni komod të mbani kontakte me sy me bashkëbiseduesin, të paktën bëjeni shprehi të mbani kontakt me sy kur ju flisni. Pohoni me kokë, buzëqeshni dhe shprehni interes. Shikimi i shpërqendruar përcjell mesazhin se ju ndiheni i bezdisur ose ju intereson më tepër diçka tjetër ose dikush tjetër, se bashkëbiseduesi. Mbajtja e kontaktit pamor është një instrument i rëndësishëm. Kontakti me sy tregon se ju jeni i interesuar, i ndershëm dhe me besim në vetvete.

Silluni lirshëm dhe hapur

Mbajtja e një qëndrimi të mirë, përcjell mesazhin se ju keni besim në vetvete. Mbani kokën drejt, trupin drejt dhe lërinin të lirë krahët të derdhen natyrshëm në të dyja anët me duart të çliruara dhe të hapura. Kur jeni ulur, mbajeni bustin drejt. Kur bëni gjeste me duar, i bëni ato lirshëm.

Kur gjestet tuaja janë të tepruara, njerëzit përreth do të fokusohen më tepër në lëvizjet tuaja sesa në mesazhin që ju dëshironi të përcillni.

Mbani në mënyrë të njëtrajtëshme nivelin e energjisë

Zgjidhni ushqime të shëndetshme dhe që ju japin energji të vazhdueshme. Nëse filloni të ndiheni i përgjumur, merrni frymë thellë dhe lëvizni në mënyrë që të shpini gjymtyrët. Madje këto veprime mund të kryhen fshehtas në tavolinën tuaj të punës. Qëndrimi i mirë i trupit mund të ndihmojë në ruajtjen e energjive gjatë ditës. Është pothuajse e vështirë të veproni me efektivitet kur jeni të lodhur, ndaj është mirë të gjeni kohë të pushoni mjaftueshëm, para se të paraqiteni në punë. Kur jeni të çlodhur, ju mendoni më qartë, merrni vendime të arsyeshme, i kushtoni më tepër vëmendje paraqitjes së jashtme, keni më tepër durim dhe vëmendje.

Shembull: Mënyra më e mirë e komunikimit jo-verbal

Stivi filloi të bënte porosinë: ‘Dua një sanduiç me gjel deti, me djathë, me majonezë, domate’ Ndërsa ai fliste, vuri re se kamerieri shikonte vetëm atë para se të shkruante porosinë. Ai buzëqeshte shpesh, sjellja e tij të linte të kuptoje se ai ishte i interesuar dhe në disa raste ai pohonte me kokë ndërsa Stivi fliste.

Si u ndje klienti?

Këtë herë, kamerieri përcolli mesazhin te Stivi se ai ishte i interesuar për të si klient. Stivi ishte i qetë, ndërsa priste që të përgatitej porosia e tij.

Si të pyesim dhe t’i japim përgjigje klientit

Bëni pyetjet e duhura dhe përgjigjuni me korrektësi pyetjeve

Ne bëjmë pyetje për shumë arsye. Si klientë, ne bëjmë pyetje për të mbledhur informacion. Llojet e pyetjeve janë të hapura dhe të mbyllura.

Pyetjet e hapura kërkojnë më tepër se një përgjigje, me po se jo, dhe inkurajojnë personin që pyetet të ofrojë më tepër informacion.

Pyetjet e mbyllura kërkojnë një përgjigje të shprehur vetëm me një fjalë ose përgjigje të shkurtër dhe shpesh përdoren për sqarime.

Bëjini pyetjet e thjeshta. Kur ju përmbliidhni disa pyetje së bashku, klienti nuk mund t’i kujtojë të gjitha dhe nuk mund të përgjigjet korrekt. Nëse

një pyetje është e gjatë dhe përfshin disa pyetje njëkohësisht, ju duhet ta copëzoni atë. Kur ju duhet të bëni një numër të konsiderueshëm pyetjesh, mundohuni t'i organizoni ato në thënie, në vënd të pyetjeve, kështu nuk do të krijoni përshtypjen se ju po e përballni klientin me një barrë pyetjesh.

'Më tregoni për. . . ' 'Më thoni më tepër për.' Do të doja më tepër informacion për. . . '

'Përshkruani. . . . '

Bëjini pyetjet kur ju nevojitet informacion. Në fillim përdorni pyetjet e hapura, në mënyrë që të inkurajoni klientët të shprehen. Pyetjet e hapura fillojnë me çfarë, pse dhe si. ' "

'Si ju e. . . . ', 'Çfarë do të dëshironit të. . . . ', 'Diçka tjetër. . . . ', 'Cilat janë. . . . ', 'Pse është kjo. . . . ', 'Si ndieni ju. . . . ', 'Çfarë mund të ndodhë nëse. . . . ', 'Si do të. . . . ', 'Çfarë lloj. . . . '



Këshillë: Tregoni kujdes kur pyesni një klient 'pse?'. Për shembull, pyetja 'Pse dëshironi të veproni kështu?' mund të vërë klientin në pozita mbrojtëse. Ai mund të përgjigjet, 'Nuk është puna juaj'. Buzëqeshja, një ton reflektiv dhe i gatshëm për të ofruar ndihmë tregon se qëllimi i pyetjes suaj është të mësoni më tepër për nevojat e klientëve.

Bëni pyetje të mbyllura për të kontrolluar bisedën

Zgjidhni pyetjet e mbyllura kur ju duhen përgjigje të shkurtra për të qartësuar informacionin ose kur ju doni të specifikoni përgjigjet me 'po' ose 'jo'. Pyetjet që fillojnë me 'është', 'janë', 'bëni', 'mund' ose 'do të' kërkojnë vetëm një përgjigje *po* ose *jo*. Pyetjet që fillojnë me 'kush?', 'do të', 'si' ose 'ku' kërkojnë një përgjigje të shkurtër. Pyetjet e mbyllura është mirë të përdoren nga fundi i kontaktit tuaj për të kufizuar informacionin që ju dëshironi për të ndihmuar klientin.

'Jeni ju. . .?', 'Mendoni se. . .?', 'A do të. . .?', 'Do të dëshironit. . .?', 'Ku do të. . .?', 'Sa...?', 'Kush do të. . .?'

Para se të përgjigjeni, sigurohuni se e kuptuat pyetjen

Nëse nuk jeni të qartë për pyetjen e klientit, riformulojeni atë, ose bëni pyetje sqaruese sesa të hamendësoni përgjigjen e duhur. Është më mirë të bëni një pyetje tjetër sesa të jepni një përgjigje të gabuar. Asnjëherë mos ju përgjigj një pyetje nëse nuk jeni i sigurt që përgjigja është korrekte. Është më mirë të përgjigjeni 'nuk e di', sesa të përgjigjeni gabim. Nëse nuk

e dini përgjigjen e saktë, është më mirë të thoni ‘Prisni, se do interesohem unë’. Fokusohuni më tepër te ajo që ju mund të bëni sesa në atë çfarë ju nuk keni mundësi. Nëse një klient ju kërkon të bëni diçka për të, ju duhet të thoni, ‘Çfarë unë mund të bëj për ju është....’

✎ **Këshillë:** Nëse një klient kërkon një kolegun tuaj, i cili nuk është i disponueshëm, asnjëherë mos thoni se kolegu është në pushim dreke, është pushim, është larguar herët, nuk ka ardhur ende, ose nuk e dini se ku gjendet. Është më mirë të thoni ‘X nuk është i disponueshëm për momentin. Si mund t’ju ndihmoj?’ ose ‘X është jashtë zyrës, me kënaqësi mund t’ju ndihmoja unë’.

Mos u përgjigjini vetëm me një fjalë

Nuk ka rëndësi se çfarë pyetje teknike përdor klienti, përgjigjuni duke e konsideruar pyetjen të hapur. Mundohuni të siguroni informacion të mjaftueshëm në mënyrë që t’i ndihmoni klientët në vendimmarrjet e tyre. Përgjigjia e pyetjeve me më tepër se një fjalë mund të konsiderohet si një bonus shtesë. Ajo mund të inkurajojë një blerje. Për shembull, nëse Stivi ju pyet, ‘keni sallatë me patate?’ Shitësi mund të përgjigjet ‘Po’ ose. ‘Sigurisht që kemi’. ‘Gjithashtu kemi dhe sallatë me lakër dhe me fasule’. Në këtë mënyrë Stivi ka disa opsione nga të cilat ai ka mundësi të zgjedhë. Ai mund të vendosë të porosisë jo vetëm sallatë me patate, por dhe sallata të tjera.

Dëgjimi aktiv

Në veprimin e parë, ju mësuat se është pothuajse e pamundur të flisni qartë dhe të dëgjoni me vëmendje në të njëjtën kohë. Të folurit është i rëndësishëm pasi nëpërmjet tij ju komunikoni një mesazh, por të dëgjuarit shpesh është më i rëndësishëm pasi pa aftësinë e të dëgjuarit me kujdes, komunikimi nuk mund të jetë efektiv. Nëse ju nuk e dëgjoni mesazhin, mund të ndodh të jepni përgjigjen e gabuar.

Përqendrohuni tërësisht te klienti

Konsideroje klientin, të cilit po i shërbeni, si të vetmin klient në biznesin tuaj. Kur ju flisni me klientin, ruani përqendrimin edhe në rastin kur mesazhi i tij është i gjatë. Në të tilla raste, ju duhet të shprehni

dashamirësi nëpërmjet shprehjes në fytyrë ose pohimit me kokë, për të treguar vëmendje ndaj bisedës. Kur ju pohoni me kokë ose thoni diçka të tillë, si: ‘E kuptoj’, ‘më thuaj më tepër’ ose ‘hmm’, ju tregoni se ju po e dëgjoni bashkëbiseduesin. Kur biseda me klientin del jashtë kontekstit, ndërprisni me mirësjellje bisedën, duke bërë disa pyetje sqaruese në mënyrë që të vendosni nën kontroll bisedën.

Dëgjoni deri në fund

Kur ju përpiqeni të dëgjoni dhe të flisni në të njëjtën kohë, ju nuk bëni siç duhet asnjërin prej tyre. Kushtojini vëmendje folësit. Kur të vijë radha juaj për të folur, ju do të doni që të dëgjoheni. Mos mendoni për përgjigjen tuaj, ndërkohë që bashkëbiseduesi është ende duke folur. Nëse nuk e dëgjoni deri në fund mendimin e klientit ose pyetjen e tij, përgjigjja juaj ka pak shanse të jetë e drejtë.

Trajtoni me profesionalizëm ndërprerjet e bashkëbisedimit

Nëse dikush ju ndërpret dhe është një ndërprerje e shmangshme, shpjegojini personit që ju ndërpret, se ju do të jeni i gatshëm për ta ndihmuar sapo të mbaroni me klientin që aktualisht jeni duke i ofruar ndihmë. Nëse është një ndërprerje e pashmangshme, kërkojini ndjesë klientit që ju po komunikoni dhe përgjigjuni klientit që ju ndërpret. Menjëherë riktheni vëmendjen tuaj te klienti i mëparshëm, duke i kërkuar përsëri ndjesë për ndërprerjen.

Qëndroni objektiv; mos gjykoni

Para se të nxirrni konkluzione, ose të gjykoni për diçka, siguroni sa më tepër informacion që të mundeni. Kjo do ju ndihmojë të shmangni konkluzionet e nxituara. Nëse nuk jeni i sigurt nëse e keni kuptuar klientin, parafrazoni fjalët e klientit, ose drejtoni më shumë pyetje për të siguruar informacion shtesë.

Dëgjoni atë çfarë nuk shprehet

Është e rëndësishme edhe përqendrimi te shenjat jo-verbale, për të kuptuar nëse fjalët përshtaten me emocionet e klientit. Nëse klienti duket i mërzitur, i nervozuar, ose i irrituar, shprehni mbështetje në përgjigjet tuaja.

Në marrëdhënien me klientët duhet të jeni ju të parët që vendosni

një komunikim të ndershëm, të respektueshëm dhe të kujdesshëm.

Dikush që ju njihni ndoshta një shok ose pjestar i familjes, kur vepron në mënyrë jo të ndershme ose tregon mungesë respekti për ju, kjo ju shkakton humbjen e besimit të kësaj personi. Dhe për të fituar besimin e humbur nevojitet shumë kohë. Kështu ndodh dhe në marrëdhëniet e biznesit. Ndryshe nga marrëdhëniet personale, klientët nuk ju mundësojnë një shans të dytë për të rivendosur marrëdhëniet, nëse ata e ndjejnë se ju i mashtrojnë apo tregoni mungesë respekti. Kur komunikoni sinqerisht dhe me respekt, ju përcillni një mesazh të fuqishëm, ju i tregoni klientit se ju e çmoni dhe e vlerësoni, dhe klienti akoma më tepër do t'ju vlerësojë ju.

Dhënia e shpjegimeve, rastet pro/kundër dhe ofrimi i alternativave klientit.

Kur klienti thotë Jo

Gjatë kontaktit me klientin duhet të menaxhohen dhe situatat kur klienti përgjigjet negativisht. Kur ofroni një zgjidhje të volitshme dhe klienti nuk e pranon, është detyra juaj të gjeni arsyet e kundërshtimit të klientit. Nëse ju punoni në Departamentin e Shitjeve, është detyra juaj të gjeni mënyrat të bindni klientin të thotë po, por gjithmonë duhet të mbani në konsideratë atë çfarë është e drejtë për klientin. Asnjëherë mos ofroni ose të përpiqeni t'i shisni një klienti një produkt që nuk i duhet, vetëm për faktin që ju të realizoni një shitje. Kur ju të arrini të kuptoni arsyen e vërtetë të kundërshtimit, ju do të kuptoni dhe zgjidhjen më të mirë për klientin tuaj.

Dëgjoni vërejtjet e klientit

Kur një klient thotë jo, nënkupton një mospëlqim të zgjidhjes së propozuar. Për të mësuar arsyen, bëni një pyetje të kombinuar të hapur dhe të mbyllur. Për shembull, kur ju i propozoni një klienti një sistem sigurie për të gjithë shtëpinë dhe klienti thotë “jo”, ju mund të pyesni “Për çfarë lloj sistemi jeni i interesuar për shtëpinë tuaj?”. Përgjigjja e klientit mund të jetë “diçka më të lirë” ose “kjo duket e komplikuar për nevojat e mia”.

Pranoni vërejtjet

Gjithmonë vlerësoni arsyet e klientëve dhe më pas përgjigjuni me një thënie pozitive. Për shembull: ‘Unë e kuptoj që çmimet janë të larta,

por sistemi ynë ofron siguri të plotë, në rast zjarri apo hyrje me forcë në shtëpi. Po të merrni në konsideratë këto rrethana, nuk kushton aq shumë sa mendoni’ ose “në fillim duket i komplikuar, por sapo të mësoni përdorimin, do t’ju duket shumë i thjeshtë”. Duke vepruar kështu, shprehet ndjeshmëria ndaj kundërshtimit të klientit dhe njëkohësisht rritet përfitimi nga zgjidhja që ju propozoni.

Vijoni me pyetje

Në rastin kur klienti kundërshton, dëgjoni kundërshtitë e tij, i pranoni ato, dhe pastaj ofroni më tepër informacion për propozimin tuaj. Pastaj vazhdoni me pyetjen: - ‘Si ju duket kjo?’; ‘Po për këtë si mendoni?’ Duke vazhduar me një pyetje sqaruese, ju do të dini si të procedoni më tej.

Jepuni rëndësi përgjigjeve të klientit

Përgjigjja e klientit përcakton nëse ai kundërshton pasi nuk miraton propozimet apo kërkon më tepër informacion. Nëse klienti jep një përgjigje të tillë: ‘Sa thatë se kushtonte kjo?’, tregon se është i interesuar të dijë më tepër për produktin. Nëse klienti përgjigjet: ‘Se përballoj dot këtë çmim’, vazhdoni me kujdes. Nëse keni produkte të tjera, që mund t’i ofroni, ju mund të pyesni ‘Deri në ç’vlerë mendoni të shpenzoni?’ Përgjigjja e klientit do ju ndihmojë nëse duhet të vazhdoni më tej.

☞ Këshillë: Tregojuni të sinqertë kur shprehni mendimet tuaja, ose avantazhet e produktit dhe mos u mundoni të realizoni një shitje ose të lavdëroni produktin për të bindur klientin të pranojë opinionin tuaj. Kur nuk jeni i sinqertë, ju do të ndeshni një situatë hipokrizie dhe klienti do të kuptojë qëllimet tuaja.

Veprimtari praktike 1: Përmbledhja e bashkëbisedimit me klientin

Le të praktikojmë..

Organizoni orën e mësimimit si në lojën me “Telefon të prishur”, duke u dhënë mundësinë nxënësve të konfirmojnë atë që dëgjuan, duke ju theksuar rëndësinë e konfirmimit të mesazhit të dhënë prej klientit dhe bërjes së përmbledhjes së gjërave kryesore për të eliminuar gabimet.

Koha: 10–15 minuta.

Çfarë nevojitet: Përgatitni paraprakisht nga një kopje të mesazheve të mëposhtme për secilin grup nxënësish. Priteni secilën kopje, kështu që ju do të keni katër copa letrash për çdo grup.

Mënyra e veprimit: Ndani nxënësit në grupe nga 4 apo 5 në varësi të numrit të nxënësve në klasë, të gjithë të ulen në rreth përballë njëri-tjetrit dhe tregojuni atyre se duhet të transmetojnë mesazhin te shoku ngjitur duke zbatuar këto rregulla:

1. Mesazhi të thuhet vetëm një herë.
2. Mesazhi duhet të pëshpëritet në veshin e shokut në të majtë, pa e dëgjuar të tjerët.
3. Asnjë në grup nuk duhet të dëgjojë mesazhin.
4. Sa të dëgjoni mesazhin përsëriteni saktësisht siç e keni kuptuar te personi tjetër.
5. Personi i fundit në grup pasi dëgjon mesazhin duhet ta thotë atë me zë të lartë, kështu që grupi mund ta krahasojë atë me mesazhin origjinal.

Zgjidhni një anëtar grupi, jepini mesazhin e shkruar. Të gjitha grupet do marrin të njëjtin mesazh. Çdo grup do luajë këtë lojë në dy raunde. Pas dy rraundeve i jepni mundësinë të bëjnë konfirmimin e asaj që kuptuan. Këtë radhë nxënësit duhet të përdorin mesazhet e tjera, por duhet t'i konfirmojnë para se të transmetojnë tek tjetri, nëse ata e morëm mesazhin e saktë.

Pyetje për diskutim

Pyetje: Çfarë diference vihet re kur u përdor konfirmimi?

Përgjigje: *Një nivel i lartë saktësie.*

Pyetje: A është e nevojshme të konfirmohet çdo kërkesë nga klientët?

Përgjigje: *Jo. Kërkesat e thjeshta dhe të drejtpërdrejta nuk janë të nevojshme të konfirmohen.*

Pyetje: Pse duhet të konfirmoni atë që kuptuat, përpara se të plotësoni kërkesën e klientit?

Përgjigje: *Kjo garanton më pak gabime, i tregon klientit që je i interesuar për ta kuptuar drejt. Por i jep shansin edhe klientit të sigurohet që ai shprehu ato që kishte ndër mend të thoshte.*

Mesazhi I

Do shkoj me pushime nga 2 Korrik deri në 4 Gusht dhe do doja të ndërprisja shpërndarjen e gazetës gjatë kësaj kohe. Dua ta rregulloj, që ta shpërndaj herët gazetën e së dielës; Mendoj se ju keni një marrëveshje që të merrni gazetën e së dielës, të shtunën në mbrëmje.

Mesazhi II

Dua të ndryshoj llogarinë time personale në depozitë dhe dua disa informacione mbi rregullat e reja për kreditë për biznesin e vogël. Çfarë lloj përqindjesh ofroni për një kredi afatshkurtër nën 10 mijë Euro?

Mesazhi III

Jam i interesuar të çoj një grup për vizitë në muze me datë 6 Korrik. Grupi përbëhet nga 10 fëmijë, 3 persona të moshuar dhe katër të rinj mbi 18 vjeç, por njëri është student. A do ishte më mirë të shfrytëzoja zbritjet për të moshuar dhe studentë apo të marr tarifë grupi?

Mesazhi IV

Dëshiroj të porosis dy duzina me trëndafila, por do t'i nis në dy adresa të ndryshme. Njëra për mamanë time në Korçë dhe tjetra për motrën time në Prishtinë. Por dua të sigurohem që ato janë shumë të freskëta dhe doja trëndafila të kuq për mamanë dhe ngjyrë rozë për motrën time.

Model: Listë kontrolli për vlerësimin e aftësisë praktike

Listë kontrolli për përdorimin e aftësive komunikuese	Shumë mirë √	Mirë √	Mjaftueshëm √
Përdor tonin e duhur të zërit.			
Arrin të shprehë apo të transmetojë atë që mendon.			
Zgjedh fjalët e duhura.			
Bashkërendon fjalët së bashku duke përdorur rregullat gramatikore.			
Përshtat fjalët me modelin e kompanisë që ka përzgjedhur.			

Shërbimi ndaj klientit

Flet qartë.			
Përdor gjuhën e përditshme.			
Shmang përdorimin e zhargoneve, terminologjinë, gjuhën teknike.			
Bën pjesë të fjalorit, fjalët që shprehin mirëseardhje.			
Mban parasysh komunikimin jo-verbal.			
Dëgjon me vëmendje.			
Të tjera.			

RM 3: NXËNËSI REALIZON FORMA TË NDRYSHME TË KONTAKTIT ME KLIENTIN

Objektivi i kësaj RM-je është njohja dhe aftësimi i nxënësve për të kuptuar aftësitë që duhen për të siguruar një shërbim të mirë gjatë kontaktit të drejtpërdrejtë me klientin, me telefon, në formë elektronike apo dhe në rastet e vetëshërbimit.

Procedurat për realizimin e kontaktit të drejtpërdrejtë me klientin

Klientët mund të drejtohen në një biznes për shkak të produkteve/ shërbimit që kërkojnë, por ata vendosin të kthehen përsëri vetëm nëse u shërbehet mirë.

Ne kemi mësuar se krijimi i përshtypjes së parë pozitive do të ndihmojë në krijimin e bazamentit për ofrimin e një shërbimi të mirë për klientin. A e dini se klientët formojnë përshtypjen e parë për një biznes në tërësi, që në momentin kur ata hyjnë në njësinë e biznesit? Një mirëseardhje e ngrohtë dhe mikpritëse, që në momentin kur klienti hyn në derën e çdo biznesi, është e rëndësishme. Ndiurma që i ofrohet klientit në gjetjen e artikujve, përgjigjet ndaj pyetjeve të tij, gjetja e zgjidhjes më të mirë garantojnë që klienti të mbetet i kënaqur dhe e bën atë të ndihet i vlefshëm dhe i vlerësuar.

Vlerësimet e klientëve për çdo biznes janë të rëndësishme, pasi kjo është e lidhur me faktin nëse ata do të kthehen përsëri apo do të largohen përfundimisht. Këto vlerësime bazohen në ndjesinë e përgjithshme që krijojnë për atë biznes.

Ide: Kujtoni disa njësi biznesi që i keni frekuentuar kohët e fundit. Cila është përshtypja juaj për këto njësi? A vutë re se disa prej tyre ishin të këndshëm dhe dukej sikur ju ftonin për t'i vizituar, ndërsa në disa të tjera ju u ndjetë i huaj dhe mezi prisnit të largoheshit?

Në biznese ku ju u ndjetë i mirëpritur:

- Çfarë qëndrimi mbajti stafi që ju u ndjetë i mirëpritur?
- Cili aspekt i paraqitjes së biznesit ju bëri të ndiheni i mirëpritur?

Në biznese ku ju nuk u ndjetë i mirëpritur:

- Çfarë qëndrimi mbajti stafi që ju nuk u ndjetë i mirëpritur?
- Cili aspekt i paraqitjes së biznesit ju bëri të mos ndiheni i mirëpritur?

Përfytyroni të keni biznesin tuaj dhe mendoni për imazhin që paraqet biznesi juaj për klientët.

- Çfarë shikojnë klientët kur hyjnë në ambientet e biznesit?
- Sa lirshmëri për të lëvizur ka në ambientet tuaja të biznesit?
- Sa të dukshme janë vendet ku ju reklamoni produktet tuaja?
- Është i ndjeshëm sistemi i fluksit të trafikut?
- A është i mjaftueshëm ndriçimi?
- A është gjithçka e pastër në mjediset e biznesit?

Mbani parasysh se përshtypja e parë e klientit bazohet te punonjësit dhe gjithë mjedisi i kompanisë. Një kompani mund të ketë mjedise jo të pastra, por staf shumë të mirë ose e kundërta mjedise të këndshme dhe staf me qëndrim jo të mirë. Kuptohet që kompania më e mirë është ajo që i gëzon të dyja këto cilësi: një mjedis të këndshëm dhe staf të përkushtuar.

Më poshtë jepen aftësitë që duhen për të siguruar një shërbim të mirë në kontaktin e drejtpërdrejtë me klientët:

Kontakti i drejtpërdrejtë me klientin

Përsëritja e klientit

Një buzëqeshje e shpejt, një vështrim interesant, dhe një përshëndetje miqësore do përcjellë te klienti mesazhin, se ju jeni vërtet i lumtur që klienti përzgjedhi biznesin tuaj. Një përshëndetje miqësore do ju ndihmojë të kapërceni çdo ndjenjë negative që mund të përjetojë klienti kur krijon përshtypjen e parë.

Thoni shprehje të hapura me ndikim te klienti

Fjalët tuaja janë të rëndësishme për të prezantuar mirë vetveten para klientëve. Kur i përshëndesni, thoni më tepër se tungjatjeta, duke ju dhënë të kuptojnë se ju jeni të lumtur që ata janë klientët tuaj. Provoni

me shprehje të tilla: ‘Përshëndetje, mirë se erdhët në punishten tonë’ ose ‘Mirëmëngjes! Ne jemi të lumtur për ardhjen tuaj’. Kur ju shprehni më tepër se një përshëndetje, ju përcillni mesazhin te klienti se ju jeni të interesuar për ta, dhe vlerësoni që ata përzgjedhën biznesin tuaj. Nëse e mbani mend klientin nga vizita e tij e mëparshme, thoni për shembull, ‘Përshëndetje! Jemi të lumtur që ju shikojmë përsëri’. Drejtohuni në emër nëse ju kujtohet.

Pyesni ose shpjegoni se si mund të ndihmoni klientin. Ofroni ndihmë dhe prezantohuni

Pasi përshëndeteni me klientët tuaj dhe shprehni mirëseardhjen, pyetini si mund t’i ndihmoni. Edhe nëse punoni në mjedise ku klientët kalojnë për të shikuar kalimthi, bëni të ditur se ju jeni i gatshëm për t’i ndihmuar nëse ata do kërkojnë ndihmë. Ju mund të pyesni: ‘Po shikoni për diçka të veçantë sot?’ ose ‘Emri im është Juli dhe do ju ndihmoja me kënaqësi’.

Ndërveproni në varësi të sinjaleve të klientëve

Kushtoni vëmendje gjuhës së trupit të klientit. Kërkoni ndonjë të dhënë. Mbani kontakte me sy dhe buzëqeshni. Kuptoni nëse ata jua kthejnë shpejt buzëqeshjen. Kur ju jeni të interesuar për klientët, ju do të mund të zbuloni emocionet dhe humorin e tyre, në këtë mënyrë do jepni përgjigje në varësi të tyre.

Shërbimi direkt ndaj klientëve

Pas përshëndetjes së klientëve, është detyra juaj e zakonshme t’i shërbeni atyre. Ata drejtohen në njësisë e biznesit për një arsye, zbulojeni këtë dhe gjeni zgjidhjen më të mirë. Kushtoni vëmendje vetëm një klienti – madje dhe një klienti të vetëm.

Tregoni përkushtimin tuaj duke dëgjuar me vëmendje dhe duke ruajtur kontaktin me sy.



Këshillë: Nëse keni një telefonatë, ndërsa ju jeni duke i ofruar ndihmë një klienti, kërkoni telefonuesit të presë në linjë deri sa ju të mbaroni ose premtoni se do t’i telefononi më vonë. Asnjëherë mos e lini të presë klientin, që është duke bërë biznes me ju, ndërsa keni një telefonatë.

Shoqëroni dhe i tregoni klientit produktet tuaja

Nëse një klient ju pyet se ku mund të gjejë një produkt, shoqëroni klientin deri te produkti sesa t'i tregoni se ku ndodhet. Shoqëroni klientin në mjediset e brendshme të njësisë suaj të biznesit. Nëse produkti është i vogël, merreni dhe jepjani në dorë klientit. Nëse klienti pyet për produktin, ofroni një përshkrim të shkurtër për të.

Përfitoni sa më tepër nga pyetja juaj-dhe-pastaj përgjigjuni

Nëse klienti pyet për një artikull të veçantë, i tregoni konkretisht klientit produktin dhe pastaj drejtoni pyetje për të kuptuar nëse ai është produkti më i përshtatshëm për qëllimin e klientit. Përdorni pyetje të hapura dhe të mbyllura për të mësuar më tepër për nevojat e klientit. Jepni rekomandime në varësi të kërkesave të klientit.

Kuptoni kur duhet të qëndroni dhe kur duhet të largoheni

Nga reagimi i klientit vendosni nëse duhet të qëndroni për të ofruar ndihmë ose duhet ta lini vetëm klientin. Ndonjëherë njerëzit kalojnë për të parë kalimthi, ndonjëherë ata nuk janë të sigurt për zgjidhjen e duhur. Mos i impononi klientët. Nëse klienti kërkon kohë për të parë rreth e rrotull, ju mund të thoni 'Do të jem këtu, nëse ju nevojitet ndihma ime' ose 'Kam kënaqësinë t'ju ndihmoj nëse ju duhet diçka'.

Efektiviteti

Të jeni efektiv nënkupton gjetjen e zgjidhjes së duhur për nevojat e klientit dhe mënyra e vetme për ta realizuar këtë është sigurimi i informacionit të duhur për shërbimet dhe produktet që ofrohen. Mësoni sa më shumë për shërbimet dhe produktet e kompanisë që ju përfaqësoni. Nëse nuk jeni i sigurt për atë çfarë kërkon klienti, drejtohuni menaxherit ose një kolegu për ndihmë, me qëllim gjetjen e produktit apo shërbimit më të mirë për klientin. Të jeni eficient nënkupton gjetjen shpejt të zgjidhjes më të mirë. Ju mund të jeni i mirinformuar, por nëse humbisni shumë kohë deri në dhënien e rekomandimit ose gjetjen e zgjidhjes, zgjedhja juaj nuk do të vlerësohet nga klientët. Klientët vlerësojnë punonjësit që janë në të njëjtën kohë efektivë.

Mbyllja pozitive e shërbimit ndaj klientit

Klientët do të kujtojnë diçka nga vizita në kompaninë tuaj. Nëse ata bëjnë apo jo biznes me ju, pse nuk e bëni vizitën e tyre të paharrueshme, duke i bërë ata të ndihen të vlerësuar?

Gjeni zgjidhjen e duhur

Kur ju gjeni zgjidhjen e duhur, klientët tuaj do të ndihen mirë që u drejtuan ju për ndihmë. Kur nuk keni një zgjidhje tjetër për të ofruar, ose kur nuk keni mundësi të ofroni atë çfarë klientët kanë nevojë, bëjuani të ditur klientëve përpjekjet tuaja.

Sigurohuni se klienti është i kënaqur

Pasi keni bërë pyetjet e duhura dhe keni marr përgjigjet e duhura, kur keni identifikuar nevojat e klientëve dhe kur keni gjetur zgjidhjen e duhur, bëni një hap më tej, sigurohuni se klienti është i kënaqur. Nëse e kuptoni se klienti është i kënaqur, vlerësoni vendimin e klientit duke shtuar siguri, p.sh. ‘Jam i sigurt se do ju pëlqejë kjo zgjidhje. Është një nga produktet tona më të njohura’. Nëse vëreni hezitimin ose pasigurinë e klientit, bëni një pyetje të tillë “A doni të dini si funksionon kjo?”. Nëse nuk ofroni zgjidhjen e duhur, kërkoni ndjesë duke thënë: ‘Më vjen keq që nuk kemi produktin që ju kërkoni’. Ndërsa klientët që vizitojnë biznesin tuaj kalimthi dhe largohen pa blerë asgjë, ju mund t’i pyesni ‘A mund t’ju ndihmoj për diçka?’

Falënderoju klientët për vizitën në kompaninë tuaj

Klientët vizitojnë një biznes për produktet/shërbimet që ju interesojnë, por ata vendosin të kthehen përsëri vetëm kur ju ofrohet një shërbim i mirë.

Gjithmonë, klientëve duhet t’ju shprehet mirënjohja që ata bënë biznes me kompaninë tuaj duke thënë diçka të tillë:

‘Ta gëzoni gjënë tuaj të re’ ose ‘Më vjen mirë që arrita të zgjidh problemin tuaj me faturën’. Edhe kur klienti nuk kryen blerje, mund të thuhet: “Faleminderit që vizituat kompaninë tonë” ose ‘Faleminderit!

Shpresoj herën tjetër të kemi diçka për ju”. Krijoni te klienti ndjesinë se ai është i mirëpritur në mjediset e kompanisë suaj duke thënë: ‘Ju lutem, na vizitoni përsëri!’.

Klientët janë përzgjedhës në mënyrën se si i shpenzojnë të ardhurat e tyre. Nëse ju nuk i trajtoni mirë, ata do të largohen. Në këtë kohë sfidash për biznesin, kur klienti viziton një biznes, punonjësi i shërbimit duhet të sigurohet të bëjë gjithçka për ta mbajtur klientin.

- Pranoni me kënaqësi dhe filloni menjëherë të vendosni një raport pozitiv me klientin.
- Ofroni zgjidhjen më të mirë për klientët. Komunikoni mirë me klientët duke bërë pyetje, duke ju përgjigjur pyetjeve, dhe më e rëndësishmja duke i dëgjuar me kujdes.
- Përfundoni pozitivisht fjalinë. Përdorni parimet bazë të sjelljes duke thënë: ‘Faleminderit që na vizituat’. Kur ju i shprehni klientëve interesimin tuaj për të kryer biznes me ta, ju përcillni një mesazh të fortë se do të bëni gjithçka për të ruajtur marrëdhëniet me ta. Kur veproni kështu, ju shumëfishoni mundësitë për të qëndruar në biznes.
- Buzëqeshni, shprehni entuziazëm si për klientët ashtu dhe për punën tuaj.
- Silluni mirë me klientët dhe ofroni ndihmën tuaj.
- Klientët vlerësojnë efektivitetin dhe efciçensën. Mësoni sa më shumë për punën tuaj, dhe ofroni zgjidhje në një kohë sa më të shpejtë.

Për më tepër, mbajtja e një sjellje profesionale dhe miqësore në telefon, i jep garanci klientit për një shërbim të mirë, mbajtja e një dialogu të vazhdueshëm, bërja e pyetjeve të duhura, dhe përgjigjet e sakta, ju japin mundësinë t’i shërbeni mirë klientit nëpërmjet telefonit. Të shprehurit e veprimeve që ju kryeni me fjalë është e rëndësishme. Heshtja, për klientin në anën tjetër të telefonit mund të krijojë konfuzion. Para se të përfundoni bisedën në telefon, përshkruani shkurtimisht se çfarë do të bëni, pyesni çfarë mund të bëni më tepër, falenderoni klientin për bërjen biznes me ju, të gjitha këto krijojnë te klienti që ju ka telefonuar një përshtypje të mirë. Sillni në mendje disa biznese që ju i keni telefonuar kohët e fundit. Cili është opinioni juaj nga kontakti me telefon?

Ide për diskutim: Në rastin kur ju keni një përshtypje pozitive nga kontakti me telefon, si: çfarë ju shprehu dhe si veproi punonjësi që ju bëri të ndiheni mirë? Po në rastin kur ju keni një përshtypje negative nga kontakti me telefon, çfarë ju shprehu dhe si veproi punonjësi që ju bëri të mos ndiheni mirë? Tani diskutoni se si duhet të komunikojmë në telefon me klientët.

- Si komunikojmë në mënyrë që t'i bëjmë klientët të ndihen mirë që telefonuan kompaninë tonë?
- Kur përgjigjeni në telefon, si duhen përshëndetur klientët dhe si t'i ftojme ata në biznesin tonë?
- Çfarë duhet t'ju themi klientëve për t'i siguruar se do jua ofrojmë shërbimin tonë?
- Ndërsa trajtojmë një kërkesë në telefon, çfarë themi ose çfarë pyetjesh duhet të drejtojmë për ta bërë klientin të ndihet mirë?

Kur bisedojmë me klientin në telefon, aftësitë tona të komunikimit verbal, veçanërisht toni i zërit janë të rëndësishme. Klienti 'shikon' vetëm nëpërmjet zërit. Nëse qëndrimi ka nuanca entuziazmi, sarkazme, mërzije, apo mungesë interesimi, klienti do ta kuptojë. Sigurohuni që qëndrimi që përcillet shpreh entuziazmin tuaj për shërbimin që ofroni. Mësoni hapat e mëposhtëm dhe ju do të ofroni shërbim të veçantë për klientët nëpërmjet telefonit.

Hapi 1: Dëgjoni me kujdes.

Hapi 2: Përshëndesni: Hapja.

Hapi 3: Ndërmjet "Përshëndetje" dhe "Mirupafshim":

Shërbimi ndaj Klientit

Hapi 4: Thoni "Mirupafshim": Mbyllja

Veprimtari praktike 1. Kontakti me klientët.

Referuar shembujve të kontaktit me klientët që përmenden në këtë RM.

Hapi 1: Përshëndetja e klientëve

Si duhet të veproni kur një klient viziton kompaninë tuaj?

Hapi 2: Midis “Përshëndetje” dhe “Mirupafshim”; Shërbimi ndaj klientit

Cilat janë hapat kryesorë që duhet të ndërmerrni për të ndihmuar një klient tipik?

Hapi 3: Thoni “Mirupafshim”: Përfundimi i shërbimit ndaj klientit

Çfarë duhet të thoni para se klienti të largohet nga njësia juaj tregtare?

Çfarë duhet t’i thoni një klienti të cilit nuk mundët t’i ofronit zgjidhjen e duhur?

3.5 Procedurat për kontaktimin me telefon me klientin.

Lehtësoni të bërit biznes me klientët

Përshkruani një komunikim të zakonshëm me një klient që ju ka kontaktuar nëpërmjet telefonit:

Referojuni skenarit që përshkuat më sipër, kur të punoni këtë kapitull. Merreni si shembull kur t’i përgjigjeni pyetjeve të Mësimit Praktik në fund të kapitullit.

Përgjigjja e menjëhershme, përshëndetja e klientit me entuziazëm dhe shprehja e gatishmërisë për ndihmë, ju vendos ju në drejtimin e duhur të shërbimit të klientit.

3.6 Përshëndetja sipas rregullave e klientit në telefon.

Përgjigjuni në zilen e parë

Klientët presin që linjat e biznesit të përgjigjen në zilen e parë, dhe jo më vonë se zilja e dytë. Pas kësaj, ata e ndërpresin telefonatën dhe ju mund të humbisni një klient të mundshëm.

Përmendni emrin e biznesit, emrin tuaj, prezantimin ose pyetje

Kur bëni prezantimin e kompanisë ose pyetje, shfaquni entuziast dhe i gatshëm për të shërbyer. Flisni me profesionalizëm dhe me ton miqësor. Duke u ushtruar disa herë, ju mund të vendosni me sukses tonin e zërit për të mos krijuar përshtypjen as të një zëri monoton edhe as tepër miqësor. Kjo ju ndihmon të flisni me një zë normal, pa u sforcuar.



Këshillë: Kur flisni në telefon me një klient, asnjëherë mos përtypni çamçakëz apo diçka tjetër. Ju mund të mendoni se personi nga ana tjetër e telefonit nuk ju dëgjon, por ndoshta gaboni.

Sigurori klientin për shërbimin tuaj

Dëgjoni me vëmendje prezantimin e klientit dhe përgjigjuni respektivisht. Për shembull, ju mund të thoni diçka të tillë: ‘Sigurisht! Unë mund të ndihmoj për këtë.’ Në rastin kur ju e drejtoni klientin në një departament ose te një punonjës tjetër, sigurohuni se transferimi i thirrjes nuk do të ndërpritet. Për shembull: ‘Do t’ju transferoj thirrjen në departamentin përkatës për zgjidhjen e problemit tuaj, por unë do të qëndroj në linjë derisa dikush të përgjigjet’.

Punoni për Vendosjen e Marrëdhënieve që në momentin fillestar

Krijoni një përshtypje të parë të mirë duke folur me një ton

entuziast, që përcjell gatishmëri për të shërbyer. Vendosni një raport duke gjetur gjuhën e përbashkët. Drejtojuni klientit në emër nëse e dini.

Dëgjimi i vëmendshëm në telefon

Dëgjoni me kujdes fjalinë prezantuese të klientit

Kur komunikojmë direkt me dikë, ne mund të shpërqendrohemi dhe nuk dëgjojmë plotësisht. Ne mund të kuptojmë më tepër duke i kushtuar vëmendje gjuhës së trupit të personit tjetër. Kjo nuk mund të ndodhë kur komunikojmë nëpërmjet telefonit. Kur nuk keni kontakt pamor, i vetmi mjet komunikimi është dëgjimi dhe e folura. Kur nuk dëgjojmë me vëmendje, do të jetë shumë e vështirë të përgjigjemi si duhet. Kur komunikojmë me klientin në telefon, dëgjimi është shumë i rëndësishëm.

Fjalët e para shpjegojnë arsyen e telefonatës. Asnjëherë mos i kërkonit klientit të përsërisë fjalinë e parë, pasi ju nuk e dëgjuat mirë.

Mbani shënim ose shkruani pikat kryesore

Kur merrni një telefonatë bëni gati letër dhe lapës, ose bëni gati ekranin e kompjuterit. Nëse klienti ju jep emrin, mbajeni shënim. Nëse klienti duket i mërzitur, mbani shënim pikat kryesore të problemit të tij.

Dëgjoni klientin pa e ndërprerë

Nëse klienti është duke ju treguar arsyet e telefonatës dhe ju e ndërprisni në mes të bisedës, ai nuk do të ndihet mirë: ‘Unë jam Znj.xxx. Unë sapo mora porosinë dhe një nga artikujt’, ‘Prisni një sekondë Znj..., Jam duke përfunduar një porosi, sapo të lirohet ekranin, do t’ju shërbej’. Nëse Znj... ishte e qetë para se të telefononte, ka mundësi që ajo të nervozohet nëse operatorja e ndërpret dhe nuk është e gatshme t’i shërbejë. Edhe në rast se ekranin duhet të lirohet, operatorja duhet të dëgjojë dhe të mbajë shënim çështjet kryesore.

Kushtoni vëmendje ndaj klientit që po i shërbeni

Nëse ju nuk i kushtoni vëmendje klientit, biseda juaj mund të vijojë këtë rrjedhë:

‘Unë jam Znj..., sapo mora porosinë, dhe një prej artikujve nuk është sipas porosisë sime’. ‘Si e keni emrin?’ ‘Znj. ...’ ‘Ju thatë se morët porosinë?’ Për shkak se operatorja nuk është e vëmendshme, Znj. ... duhet

të përsëritë fjalitë. Si mendoni ju se ndihet ajo? Kur jeni të vëmendshëm dhe dëgjoni arsyen e telefonatës, ju mund të filloni të mendoni për zgjidhjen më të mirë për klientin.

Ndihmesa ndaj klientit në telefon

Ndërmjet përshëndetjes dhe mirupafshim: Shërbimi i klientit

Ndërmjet përshëndetjes dhe mirupafshim, ne kemi mundësinë të ofrojmë shërbimin në mënyrë që klienti të krijojë një ndjesi të mirë që telefoni kompaninë tonë. Punonjësi i shërbimit është zëri i kompanisë dhe nga mënyrat se si i zgjidh ai kërkesat e klientëve me telefon, është pikërisht përshtypja që klienti do të mbajë mend për atë kompani. Prandaj duhet të jemi përfaqësues të mirë të kompanisë.

Përmbledhni me pak fjalë shqetësimin e klientit

Para se të përpiqemi të trajtojmë kërkesën e klientit duhet të sigurohemi se kemi kuptuar çfarë dëshiron klienti. Përmbledhim me pak fjalë thënien e klientit, por jo duke e përsëritur fjalë për fjalë.

Shprehni me fjalë çfarë jeni duke bërë

Shpjegoni klientit se çfarë jeni duke bërë gjatë komunikimit në telefon. Asnjëherë mos supozoni se klienti në anën tjetër e kupton. Gjatë periudhës së heshtjes, klienti nuk është i sigurt nëse jeni ende në linjë. Nëse dëshironi të bëni disa pyetje, shpjegoni arsyet përse pyesni, pasi klienti mund të mendojë se ju po e merrni në pyetje. ‘Znj... më duhet më tepër informacion për t’ju ndihmuar. A e keni faturën..?’ Në këtë rast Znj.. kur ju jepni shpjegim për pyetjet e kupton qëllimin e pyetjeve.



Këshillë: Nëse jeni një punonjës i ri në një kompani, nuk përbën problem nëse e thoni. Kjo mund t’ju ndihmojë në vendosjen e një raporti me klientin. Të gjithë kanë një përvojë të parë dhe klientët do të tregojnë durim me ju. Ju mund të thoni diçka të tillë: ‘Unë vërtet e vlerësoj durimin tuaj. Jam i ri në këtë punë dhe do të dëshiroja të sigurohesha nëse i regjistrova të dhënat tuaja në rregull’.

Tregoni mirësjellje gjatë kontaktimit në telefon

Ju mund të ruani profesionalizmin dhe njëkohësisht të tregoni dhe

anën tuaj njerëzore. Bisedoni me klientët ndërsa jeni duke pritur ndërrimin e faqes së monitorit: ‘Duhet disa sekonda derisa të ndryshojë. Si po kaloni sot?’. Nëse një klient ju pyet për diçka dhe ju nuk jeni i sigurtë, ju mund të tregoheni i sqartë. Më pas, nëse e vlerësoni të nevojshme, vijoni bisedën duke thënë: ‘Do ta verifikoj me supervizorin. Dua të sigurohem nëse veprova siç duhet’.

Para një pauze të gjatë, tregojini klientit se çfarë po ndodh

Ka shumë raste, ku ju duhet të bëni një pauzë gjatë bisedës me një klient. Për shembull, ju duhet të prisni derisa kompjuteri të ekzekutojë komandën, të prisni derisa të shfaqet faqja në kompjuter ose të lexoni të dhënat e mbajtura nga kontakti i mëparshëm. Ju mund të jeni punonjës i ri dhe nuk mund të procedoni shumë shpejt. Vëreni në dijeni klientin për arsyen e pauzës gjatë bisedës suaj. Kjo do të shmang heshtjen e pakëndshme. Ju mund të thoni: ‘Duhet një moment derisa të procesohet porosia. Më pas do t’ju jap një numër konfirmimi. Ndërkohë unë do të qëndroj në linjë me ju’.

Kur e vendosni thirrjen në pritje, shpjegoni arsyet

Dhënia e shpjegimit për kalimin e telefonatës së klientit në pritje është shprehje normale e mirësjelljes që vlerësohet nga klienti. ‘Z. ... më duhet të kaloj telefonatën në pritje, ndërkohë po shikoj se verifikoj porosinë tuaj’. Por klienti duhet informuar për kohën që do të qëndroj në pritje: ‘Më duhet disa minuta për të mbledhur informacionin e duhur’. Nëse e vendosni klientin në pritje dhe mendoni se duhet më tepër kohë se ju kishit parashikuar, lidhuni përsëri me klientin ‘Z. ... jam ende duke pritur një përgjigje nga tekniku. Nuk e kisha menduar të zgjaste kaq shumë’. Nëse pritja zgjat shumë, mund t’i thoni klientit se do e telefoni më vonë. Gjithmonë specifikoni angazhimin tuaj: ‘Do ju telefonoj përsëri sot në orën pesë’ sesa të thoni ‘Do t’ju telefonoj sa më shpejt të jetë e mundur’ nënkupton një afat kohor për ju, por mund të jetë i ndryshëm nga këndvështrimi i klientit.

Përfundimi pozitiv i shërbimit në telefon.

Thoni “Mirupafshim”: Mbyllja

Shërbimi me efektivitet i klientit në telefon fillon kur përgjigjemi në

telefon, vazhdon kur i shërbejmë dhe përfundon kur i themi mirupafshim.. Përfundimi i kontaktit telefonik me sukses do të krijojë përshtypje të mirë te klienti për zgjedhjen e bërë.

Përmbliidhni me pak fjalë çfarë do të bëni.

Kur ju përfundoni shërbimin ndaj kërkesës së klientit, mbylleni me thënie pozitive, duke e siguruar dhe njëherë klientin për zgjedhjen e kërkesës së tij ose për trajtimin e kërkesës.

Prisni miratimin e klientit

Kur ju përmbliidhni me pak fjalë veprimet tuaja të mëtejshme, klienti e di me saktësi se si ju do ta ndihmoni. Prisni për pranimin dhe miratimin për t'u siguruar se klienti pranon planet tuaja. Nëse ka një gabim në veprimet tuaja, klienti do t'jua shprehë. Duke vepruar kështu, shmangen gabimet dhe në fund të fundit rrisni kënaqësinë e klientit.

Pyeteni klientin nëse mund t'i shërbeni me diçka tjetër

Kjo është një tjetër mënyrë për të treguar mirësjellje dhe një përfundim i sjellshëm i kontaktit me klientin. Pyetja nëse ka diçka tjetër që mund ta ndihmojmë, i jep mundësi klientit të mendohet para se të përfundojë telefonatën. Ata e vlerësojnë mundësinë që po i ofroni për të përqendruar dhe njëherë mendimet.

Thuajeni përsëri emrin tuaj

Lëreni klientin të kuptojë se ju do të jeni i kënaqur t'i shërbeni nëse ai telefonon përsëri. Për shembull, ju mund të thoni: 'Emri im është Kristi, nëse ju duhet diçka tjetër, me shumë kënaqësi do ju ndihmoja'. Nëse punoni si operator në një qendër, do të jetë e vështirë për klientin të kontaktojë personalisht me ju, ju mund të thoni : 'Emri im është Kristi. Porosia juaj u procesua. Do ju jap numrin e konfirmimit sapo të shfaqet. Nëse do ju duhet të telefononi përsëri, mund t'i referoheni numrit të konfirmimit ose emrit dhe adresës suaj'.

Falënderoni klientin për telefonatën.

Gjithmonë përfundojeni bisedën me fjalë pozitive: "Faleminderit që telefonuat Kompaninë (emrin e kompanisë). Ju uroj një ditë të këndshme!"

Bëni gjërat sa më të lehta për klientët që bëjnë biznes me ju

Në rastin kur ju bëni biznes me telefon, konkurrenca është e madhe. Klientët kanë shumë mundësi zgjedhje si kombëtare ashtu dhe ndërkombëtare. Klientët nëpërmjet telefonit duhet të jenë mënyra kryesore e të bërit biznes, por dhe nëse ata nuk janë, ju duhet të ofroni për ta të njëjtin nivel shërbimi që ofroni për klientët e drejtpërdrejtë. Atë që klientët dëshirojnë më tepër kur ata telefonojnë është lehtësia për t'u kontaktuar dhe një zë miqësor. Kur ju përgjigjeni me entuziazëm në zilen e parë, dhe vazhdoni me efektivitet trajtimin e thirrjes, ju jeni në rrugën e duhur për të siguruar kënaqësinë e klientëve tuaj nëpërmjet telefonit. Nëse kompania ka vendosur një sistem automatik të përgjigjes së thirrjeve telefonike, ai duhet të jetë i shpejtë, dhe i thjeshtë, por gjithmonë të ofrojë dhe mundësinë për t'u lidhur me punonjësit.

Gjithmonë ruani në kujtesë:

- Krijoni besimin duke e siguruar klientin se ju mund t'i shërbeni.
- Qëndrimi transmetohet nëpërmjet linjës telefonike; sigurohu që i juaji është pozitiv.
- Buzëqeshni, klienti do të 'dëgjojë' buzëqeshjen në zërin tuaj.
- Përkushtojuni plotësisht klientit.
- Vendosni raporte me anë të kontaktit duke biseduar me klientin.
- Gjithmonë falënderojeni klientin që kontaktoi kompaninë tuaj.

Procedurat për kontaktimin virtual me klientin

Ofrojini klientëve tuaj virtualë, të njëjtën cilësi shërbimi që ju i ofroni klientëve të drejtpërdrejtë dhe klientëve në telefon

Përshkruani një kontakt të zakonshëm me klientët që ka të bëjë me një shërbim elektronik:

Tregtia elektronike (e-commerce) është pranuar si një mënyrë e të bërit biznes me shpejtësi. Në fakt, klientët shpesh preferojnë lehtësinë e të bërit biznes në internet, duke e parë si një mundësi të mirë për të kursyer

kohë. Biznesi elektronik ka hapur tregun global më të shpejtë se çdo treg tjetër.

Siç mund të imagjinohet, kryerja me efektivitet e tregtisë elektronike kërkon një sërë aftësish të tjera. Të kuptuarit se çfarë presin konsumatorët elektronikë, legjitimiteti, besueshmëria dhe kredibiliteti. Përmbushja e këtyre pritshmërive është hapi i parë për të mirëpritur klientët tuaj online në biznesin tuaj.

Mundësia e lidhjes online, përgjigjja e shpejtë e kërkesave nëpërmjet postës elektronike dhe plotësimi në kohë i kërkesave të klientëve krijon besimin dhe vendos besueshmërinë. Komunikimi, kryesisht nëpërmjet e-mail-it, kërkon aftësi të shkruarit dhe përdorimit të rregullt të gramatikës. Vëmendje e veçantë duhet t'i kushtohet dhe saktësisë së përmbajtjes së materialit të shkruar. Mësoni të shkruani qartë duke formuluar mendimet dhe përcillni mesazhin e duhur. Kjo mund të konsiderohet si komponenti më i rëndësishëm i shërbimit të klientëve në tregtinë elektronike. Kur kompania bën biznes nëpërmjet internetit, ajo hap dyert për klientët në gjithë botën. Të mësuarit sesi të ndërveproni me sukses me njerëz që i përkasin kulturave të ndryshme reflektohet pozitivisht në profesionalizmin tuaj, dhe gatishmërinë për të kënaqur klientët.

Le të fokusohemi fillimisht në faqen e internetit. Dizenjimi i faqes zyrtare të kompanisë mund të bëjë ndryshimin midis klientëve besnik dhe atyre që zhgënjehen që në fillim.

Ide për diskutim: Në rolin tuaj si konsumator, sillni në mendje disa faqe interneti që ju i keni vizituar kohët e fundit. Cila ishte përshtypja juaj për këto faqe? Referojuni atyre faqeve që ju lanë mbresë pozitive, çfarë kishin të veçantë që ju pëlqeu? Po për faqet e internetit që nuk ju lanë mbresë pozitive, çfarë nuk ju pëlqeu?

Bëjini vetes këto pyetje?

- Sa e lehtë është për mua të lundroj nëpër faqen e kompanisë (zgjidhni një kompani që njihni)?
- Sa shpejt mund të kalojë nga një faqe në tjetrën?
- A është i lehtë dhe i shpejtë procesi i kryerjes së porosisë?
- A do të bëja unë biznes online me këtë kompani?

Përqendrohuni në të gjitha aspektet e faqes së internetit të kompanisë, pasi të njëjtën gjë bëjnë dhe klientët. Diskutoni në grup për

mënyrat e bërjes së faqes së kompanisë më vizuale, tërheqëse dhe të lehtë për të lundruar.

Kontaktet virtuale me klientin.

Çfarë presin klientët virtualë?

Kur biznesi juaj operon në internet, ju keni hapur dyer për klientët nga e gjithë bota. Klienti mund të jetë kushdo. Mendoni pak: Klientët që kryejnë transaksione biznesi në internet kanë besim të verbër në kompaninë tuaj. Prandaj, gjithmonë duhet të përpiqemi të ofrojmë të njëjtin nivel shërbimi që ju ofroni për klientët e vendit tuaj. Kur një klient i mundshëm klikon në faqen tuaj në internet, ai nuk ka shumë njohuri për kompaninë tuaj. Ata nuk mund të thonë nëse kompania juaj është një kompani gjigante, apo një biznes i vogël lokal, apo kompani vetëm me një person që operon direkt nga shtëpia. Për klientin nuk kanë rëndësi përmasat e kompanisë, por mënyra nëse ju i shërbeni klientëve me profesionalizëm.

Klientët virtualë dëshirojnë të dinë nëse jeni një kompani e ligjshme

Faqja e Internetit është vizita e parë e klientit në derën tuaj. Mënyra se si është dizenuar faqja e internetit, mund të tërheqë klientin për të kërkuar më tepër ose të largohet në një faqe tjetër. Në ballinën e faqes së internetit, siguroni klientët se kompania juaj është e ligjshme, shërbimet apo produktet janë cilësore, kompania ofron shërbime pas shitjes dhe shpjegoni garancinë që ofron kompania për produktet apo shërbimet. Klientët janë të interesuar të dinë se ju tregoni përkushtim, për të garantuar kënaqësinë e tyre. Shprehja e përsëritur e interesimit tuaj ndaj klientit në të gjitha mesazhet elektronike do të përcjellë një impresion pozitiv.

Klientët virtualë duan të dinë se ju jeni të besueshëm

Përgjigjet e shpejta të pyetjeve të klientëve të dërguara në mënyrë elektronike janë drejtimi i duhur për të ndërtuar një marrëdhënie të shëndoshë. Kur klientët porositin online, ata duan të dinë nëse porosia e tyre është përpunuar. Prandaj demonstroi te klientët se jeni një kompani serioze dhe informuese duke u përgjigjur shpejt dhe saktë nëpërmjet komunikimit elektronik. Ata do të ndihen më të çliruar dhe krijojnë besim te kompania juaj.

Klientët virtualë duan të dinë se ju i bëni ato që thoni dhe premtori.

Kur klientët dërgojnë pyetje, ata dëshirojnë një përgjigje të shpejtë. Nëse një klient ju dërgon një e-mail dhe merr përgjigje pas një javë, atëherë do ta humbni besimin e tij. Klienti juaj do të mendojë se, përderisa ju doni një javë kohë për t'u përgjigjur me e-mail, sa kohë do t'ju duhet për një porosi, apo për të zgjidhur një problem? Përgjigja e shpejtë e postës elektronike tregon se ju interesoheni për klientët tuaj virtualë.

Klientët virtualë duan të vendosin një marrëdhënie me ju

Kur klientët ju dërgojnë mesazhe elektronike ku kërkojnë informacion, ata duan të dinë se po bashkëpunojnë me persona real. Vendosni gjithmonë ndjenja njerëzore dhe reflektoni personalitetin tuaj në përgjigjet për klientët. Përfytyrojeni veten sikur po komunikoni me një klient që është përballë jush. Shpalosni personalitetin tuaj në mesazhet elektronike duke reaguar qartë dhe gjithmonë silluni si profesionist dhe i dashur me klientin.

Tregoni orarin e veprimeve të kompanisë.

Kur ju bëni biznes nëpërmjet internetit, klientët janë të mirëpritur 24 orë në ditë, dhe shtatë ditë në javë. Është e rëndësishme që klientët të kenë akses të plotë në faqen e kompanisë, pavarësisht se klientët nuk kanë dijeni nëse kompania operon me një person të vetëm apo ka të punësuar mijëra punonjës. Mbani parasysh:

- Përgjigjuni shpejt të gjitha pyetjeve të dërguara.
- Përbushni në kohë porositë.
- Vendosni besimin e klientit nëpërmjet e-mail-it etj.

Vetëshërbimi i klientëve

Një mënyrë e sigurt për të kënaqur klientët është gjetja e mënyrave për të ofruar më tepër se ata presin.

Shkruani një kontakt të zakonshëm të klientit që pasqyron vetëshërbimin:

Klientët sot përballen me kryerjen e vetëshërbimit në shumë aktivitete. Nxënësit mund të kujtojnë shumë situata në të cilat si klientë ata përdorin rregullisht vetëshërbimin, shpesh pa pasur kontakt me persona të tjerë. Shpesh, mund të tërheqim para kesh nga banka nëpërmjet një bankomati. Mund të blejmë karburant në një pikë furnizimi vetëm duke kaluar kartën e kreditit. Mund të regjistroheni apo të çregjistroheni nga hoteli, duke përdorur kartën e kreditit. Sot padyshim, vetëshërbimi i përdorur më gjerësisht është nëpërmjet Internetit, ku mund të bëjmë blerje me porosi online, të kontrollojmë statusin e saj, të shikojmë faturat dhe madje të paguajmë faturat. Vetëshërbimi e ka bërë më të lehtë për klientët kryerjen e biznesit kur gjithçka funksionon mirë.

Aspekti pozitiv i vetëshërbimit është se ai është i volitshëm, i shpejtë dhe efektiv. Ai gjithashtu ofron kontroll të konsiderueshëm, në mënyrën si ju zhvillon biznesin. Aspekti negativ i vetëshërbimit është se herën e parë që përdorim këtë opsion na duhet kohë për ta mësuar dhe kur hasim probleme na duhet të presim më gjatë se një shërbim tjetër tradicional. Për më tepër, ka klientë që nuk e preferojnë vetëshërbimin. Ata pëlqejnë kontaktin njerëzor dhe preferojnë të ndërveprojnë me një person real.

Mirësjellja, komunikimi i mirë dhe vendosja e marrëdhënieve mund të përmbushen dhe kur klientët i shërbejnë vetvetes. Shumë klientë ndihen komodë me vetëshërbim dhe vlerësojnë lehtësirat e tij. Megjithatë, vetëshërbim nuk nënkupton mungesën e ofrimit të shërbimeve. Klientët duhet të jenë në dijeni se një punonjës është gjithmonë i gatshëm për t'u shërbyer, nëse kërkojnë ndihmë. Klientët e vlerësojnë kur punonjësi vëren nevojën e asistencës nga ana e tij, dhe ofron ndihmë para se ajo të kërkohej. Nëse klienti ofrohet në korsi të vetëshërbimit, krahas korsisë tradicionale të shërbimit, përsëri përshëndetni klientët sapo ata i drejtohen korsisë së vetëshërbimit, vendosni kontakte me sy dhe tregoni se jeni i gatshëm për t'ju shërbyer. Pajisjet vetëshërbyese në njësitë tregtare u ofrojnë klientëve më tepër mundësi se ata shpresojnë. Nëse ju jeni i përfshirë në mënyrë aktive në monitorimin e fluksit të klientëve dhe në mënyrën se sa shpejt një klient përfundon një transaksion, ju tregoni se jeni i interesuar për klientët tuaj dhe e vlerësoni të bërit biznes me ta. Nëse biznesi juaj primar është kontakti me telefon, ose me internet, ofroni udhëzime të qarta që në fillim të kontaktit për mënyrën si klientët mund të kontaktojnë një punonjës.

Gjithmonë shprehni falënderimin tuaj klientëve që kanë zgjedhur të bëjnë biznes me ju. Krijimi i një përshtypje të mirë qëndron në memorien e klientit për shumë kohë, pasi klienti ka përfunduar transaksionin. Kur ju ofroni mundësinë e vetëshërbimit klientët do të vlerësojnë komoditetin e shërbimit, përsa kohë ju ofroni një shërbim komod.

- Sillni në mendje një ndërveprim vetëshërbimi në të cilin ju ishit klient.
- *Si ishte reagimi juaj, përsa i përket kontaktit me këtë biznes pasi përfunduat vetëshërbimin?*
 - *Cilat ishin veprimet e biznesit që ju bënë të ndiheshit mirë?*
 - *A ju ofrua ndihmë në rastin kur ju e vlerësuat të nevojshme?*
 - *Kur ju përfunduat transaksionin, a shprehu diçka punonjësi, (një mesazh në sistemin automatik të telefonit ose në ekranin e faqes së internetit) që ju bëri të ndiheshit i vlerësuar?*

Listë kontrolli për vlerësimin e aftësisë praktike

Listë Kontrolli për Kontaktin me Klientët	Shumë mirë √	Mirë √	Mjaftue shëm √
Buzëqesh dhe vendos kontakti me sy.			
Përdor përshëndetjen e rastit.			
Ofron ndihmë dhe prezantohet.			
Shoqëron dhe i tregon klientit produktet/shërbimin.			
Përfiton sa më tepër nga pyetja dhe pastaj përgjigjet.			
Kupton nëse duhet të qëndrojë apo të largohet.			
Jep zgjidhjen e duhur me efektivitet.			
Sigurohet se klienti është i kënaqur.			
Falenderon klientin për vizitën në kompani.			
Të tjera.			

RM 4: NXËNËSI REALIZON VENDOSJEN E MARRËDHËNIEVE ME KLIENTIN

Objekti i kësaj RM-je është aftësimi i nxënësit për të realizuar të gjitha hapat dhe procedurat në krijimin e marrëdhënieve me klientin deri në realizimin e promovimit të produktit, shërbimit apo edhe shitjes, kjo duke përdorur të gjitha njohuritë dhe aftësitë e fituara në RM 1- RM 3.

Veprimtari praktike 1: Promovimi i produktit tek klienti

Simuloni një konkurs midis nxënësve të cilët do të japin ide për të promovuar produktet e tyre dhe kënaqur klientët. Kjo lojë ka për qëllim të nxitë te nxënësit të menduarin kreativ në lidhje me mënyrat për t'u shërbyer klientëve dhe për të kuptuar lidhjen që ekziston midis klientëve të kënaqur dhe një biznesi fitimprurës.

Koha:

15–20 minuta

Bëni nga një kopje të bizneseve imagjinare si më poshtë. Pritni fletët në mënyrë që ju të keni disa copa letrash, ku secila ka përshkrimin e një biznesi në të. Ju duhet gjithashtu një kapele ose tas për të vënë copat e letrës në mënyrë që nxënësit mund t'i tërheqin ato rastësisht.

Mënyra e veprimit:

Ndani nxënësit në grupe me 2 ose 3 veta, ku secili grup do tërheqë një letër me një lloj të caktuar biznesi dhe pastaj do të përgatitë idetë sa më të mira për të promovuar biznesin e tyre dhe për të kënaqur klientët. Nuk ka kufizime me buxhetin, por zgjidhjet duhet të jenë të arsyeshme. Në fund bëni një votim për të zgjedhur grupin që dha idetë më kreative

Emri i kompanisë: Millenium Bank

Fusha e Biznesit: Bankë

Ideja: Ne do të hapim llogari falas për çdo fëmijë që lind në orën e ndërrimit të viteve

Specifikimi i nevojave për klientin e vështirë

Shërbimi i klientëve mund të jetë i vështirë për disa arsye. Ata mund të jenë të mërzhitur pasi një shqetësim i tyre mund të jetë keq menaxhuar nga kompania, të zhgënjyer pasi një porosi e tyre mund të jetë vonuar, të paduruar për përgjigjet nga kompania juaj, ose thjesht kanë kaluar një ditë të vështirë dhe përplasen me ju. Kushdo qoftë arsyeja, mënyra si ju do të trajtoni një situatë të tillë mund të përcaktojë nëse ata do të mbeten klientët tuaj. Trajtimi i kontakteve të vështira me klientët kërkon aftësi të veçanta. Shprehja e sigurisë se do të ndihmoni klientin dhe më pas dëgjimi me kujdes do ju mundësojë të përcaktoni arsyen përse klienti ka probleme me kompaninë. Pasi të analizoni se çfarë ka ndodhur, ju do të identifikoni dhe shkakun e problemit. Kjo do ju ndihmojë në zgjidhjen e drejtë të problemit. Falënderimi i klientit ju mundëson zgjidhjen e duhur dhe rivendosjen e marrëdhënieve. Ndjekja e problemit deri në zgjidhjen e tij për të siguruar kënaqësinë e klientit, e bën kompaninë të mbetet gjatë në kujtesën e klientit si një kompani që realisht kujdeset për shërbimin e klientit. Ndërmarrja e disa hapave të veçantë, për të analizuar shkaqet e mosfunksionimit ju ndihmon të rishikoni dhe të përmirësoni praktikatat ose procedurat.

Zgjidhja e situatës me klientin e vështirë

Zotërimi dhe praktikimi i pesë hapave të mëposhtëm, do të mundësojë pajisjen me instrumentet e duhura për të trajtuar klientët në çdo situatë.

Hapi 1: Çfarë po ndodh?-Përcaktoni shkaqet e problemit.

Hapi 2: Kush e shkakton problemin?-Identifikoni shkakun kryesor.

Hapi 3: Çfarë mund të bëni?-Zgjidhni problemin.

Hapi 4: Çfarë mund të thoni?-Përmirësoni marrëdhëniet.

Hapi 5: Çfarë duhet të bëni?-Rregulloni çfarë mund të rregullohet.

Disa çështje për të vlerësuar nxënësin

1. Mënyra, hapa, procedura për të vendosur një raport me klientin dhe mënyra për të bashkëvepruar pozitivisht me një klient tipik.
2. Pyetje për të zbuluar nevojat e klientëve.
3. Veprimtaritë për të bërë klientin të ndihet i vlerësuar.
4. Hapat që ndiqen për zgjidhjen e situatës me klientët e vështirë.