

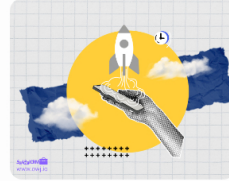
آموزش صفر تا صد رفتار درست با مشتری در کسب وکارها

خلاصه مقاله: بهترین برخورد با مشتری بدر رفتار اگر کسی از کیفیت کالاها یا خدماتی که از سازمان شما دریافت کرده ناراضی است، کاملاً حق دارد به شما در مورد آن اطلاع دهد! مطمئناً شما تلاش خواهید کرد تا اوضاع را درست کنید، خواه این به معنای تعویض یک توستر معیوب باشد یا...

صبا ضمیری
کارشناس تولید محتوا

۱۴۰۴/۰۹/۱۶
آخرین بروز رسانی

۶ دقیقه
زمان مطالعه



جستجو

فهرست مطالب

بهترین برخورد با مشتری بدر رفتار
چرا مدیریت رفتار مشتری اهمیت دارد؟

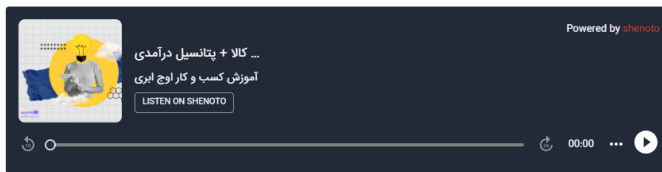
اشتراک گذاری

در خبرنامه ما عضو شوید

انصاف

اگر در حین مکالمات، مشتری شما به بدر رفتاری متوسل می‌شود، دانستن اینکه چگونه باید واکنش نشان دهید، اهمیت زیادی دارد. شما به عنوان یک فروشنده، مدیر، نیروی پشتیبان یا هر کس دیگری که با مشتریان سر و کار دارد ممکن است این موقعیت را تجربه کنید. خصوصاً ناگهانی می‌تواند باعث شوک به شما شود و کاری کند که خود را در موقعیت دشواری بیابید. در چنین مواقعی چگونه احساسات خود را مدیریت می‌کنید تا بتوانید اوضاع را آرام کنید؟ پس از آن، بهترین راه برای بهبود مشکلات چیست و چگونه می‌توانید از بروز مجدد وضعیت مشابه جلوگیری کنید؟

در این مقاله، پنج استراتژی برخورد با مشتریان بدر رفتار و تأثیر سیستم ارتباط با مشتری crm را در مدیریت شرایط بررسی خواهیم کرد. برای موفقیت در فروش، درک عمیق رفتار مشتریان ضروری است. شناخت رفتار مشتری به شما کمک می‌کند تا نیازها، خواسته‌ها و انگیزه‌های خرید آن‌ها را شناسایی کرده و استراتژی‌های فروش خود را بر اساس آن تنظیم کنید.



بهترین برخورد با مشتری بدر رفتار

اگر کسی از کیفیت کالاها یا خدماتی که از سازمان شما دریافت کرده ناراضی است، کاملاً حق دارد به شما در مورد آن اطلاع دهد! مطمئناً شما تلاش خواهید کرد تا اوضاع را درست کنید، خواه این به معنای تعویض یک توستر معیوب باشد یا ارائه غرامت برای پرواز لغو شده.



این امر همچنین زمانی صدق می‌کند که شخصی تغییری را که شما ایجاد کرده‌اید زیر سوال می‌برد. یک بار دیگر، مردم حق دارند از شما سوال کنند و ناراحتی خود را بیان کنند. و شما باید تمام تلاش خود را بکنید که وضعیت را توضیح دهید و تا جایی که می‌توانید به آنها کمک کنید. اما وقتی افراد نتوانند خشم خود را کنترل کنند و به توهین کلامی، لحن توهین‌آمیز یا حتی رفتارهای تهدیدآمیز متوسل شوند، اوضاع تغییر می‌کند. وقتی با این مشتریان بدر رفتار مواجه می‌شوید، باید رویکرد متفاوتی در پیش بگیرید.

چرا مدیریت رفتار مشتری اهمیت دارد؟

تحقیقات مختلف نشان داده است کارکنانی که در محل کار برای مواجه با مشتریان بدر رفتار آمادگی دارند، نسبت به افرادی که با گستاخی‌های غیرمنتظره مواجه می‌شوند، بسیار بهتر واکنش نشان می‌دهند.

محققان توصیه می‌کنند که سازمان‌ها افراد خود را برای برخورد مؤثر با مشتریان خشمگین آموزش دهند، حتی زمانی که این مشتریان عموماً از کسب و کار رضایت دارند. همچنین باید در زمان صحبت با مشتریان بی ادب برخورد محکمی نشان داده شود. اگر وضعیت را به طور موقت خنثی کنید، احتمالاً مشکل بدتر خواهد شد. در همین حال، در معرض این خطر هستید که ضعیف دیده شوید.

عواقب عدم رسیدگی مؤثر به این اتفاقات می‌تواند هم برای افراد و هم برای سازمان‌های آنها جدی باشد. بر اساس مطالعه UBC ، اختلافات مدیریت ضعیف این شرایط می‌تواند منجر به استرس و خستگی عاطفی کارکنان شود که به نوبه خود می‌تواند عملکرد آنان را کاهش دهد. اگر شهرت شما آسیب ببیند، کل مجموعه ضربه‌ی آن را احساس خواهد کرد و اگر تعداد زیادی از این برخوردها را اشتباه مدیریت کنید، حتی ممکن است کسب و کار خود را از دست بدهید.

برای درک عمیق‌تر از نیازها و ترجیحات مخاطبان، باید بدانیم که بررسی مشتریان به چه شکل انجام می‌شود؟ این کار با جمع‌آوری داده‌ها از طریق نظرسنجی، مصاحبه و تحلیل رفتار آن‌ها در وبسایت یا شبکه‌های اجتماعی امکان‌پذیر است.



۵ استراتژی برای برخورد با مشتریان بد رفتار

۱. آرام بمانید و واکنش نشان ندهید.

اولین کاری که باید انجام دهید این است که خونسرد بمانید و به همان شکل پاسخ ندهید. اگر با یک حمله لفظی غیرمنتظره مواجه شدید، یک مکانیسم دفاعی طبیعی این است که «پاسخ ندهید». تحقیقات UBC نشان می‌دهد که مشتریان بد رفتار می‌توانند حس وقار و احترام یک کارمند را نقض کنند و احساسات منفی را تحریک کنند که می‌تواند کارکنان را به واکنش منفی برانگیزد. "پس از «مبارزه با آتش با آتش» بهره‌برید. و درایت داشته باشید، در غیر این صورت خطر التهاب بیشتر اوضاع وجود دارد. چیزی به سادگی چند نفس عمیق به شما چند ثانیه حیاتی می‌دهد تا افکارتان را جمع‌آوری کنید و از اقدام تلافی‌جویانه اجتناب کنید.



حفظ آرامش همچنین به شما کمک می‌کند نسبت به رفتار مشتری خود هوشیار بمانید اگر رفتار مشتری شما بدتر شد، ممکن است زمان آن فرا رسیده باشد که از موقعیت فاصله بگیرید و برای کمک با یک همکار تماس بگیرید. اگر تعامل شما از طریق ایمیل یا در رسانه‌های اجتماعی باشد، مشتریان ممکن است خصمانه‌تر یا ناهم‌ترا رفتار کنند. مردم اغلب چیزهایی را به صورت آنلاین می‌گویند که هرگز حضوری به زبان نمی‌آورند. برای رهایی از تنش، خونسردی خود را حفظ کنید، حقایق را بیان کنید و تمایل خود را برای کمک به وضوح بیان کنید.

۲. موقعیت را شخصی نگیرید

اصولاً چرا برخی از مشتریان بد رفتاری می‌کنند؟ به احتمال زیاد، مشتری شما از یک محصول یا خدمات بد عصبانی است و شما فقط هدف نامیدی آنها هستید. بسیاری از مسائل دیگر نیز ممکن است به این احساسات شدت داده باشند. به عنوان مثال، در طول یک بحران طولانی‌مدت مثل COVID-۱۹، احساساتی مانند ترس، اضطراب و بی‌قراری می‌توانند ایجاد شوند، تا زمانی که حتی کوچکترین ناراحتی می‌تواند به یک مکالمه خشونت‌آمیز تبدیل شود. بنابراین، به جای اینکه رفتار بد یک نفر را به دل بگیرید، سعی کنید با مشتری خود همدردی نشان دهید. می‌خواهند بداند که شما به آنها گوش می‌دهید و عمق احساسات آنها را درک می‌کنید، پس سعی کنید واضحاً این را نشان دهید.

۳. گوش کنید و در صورت لزوم عذرخواهی کنید

مشتریان بد رفتار اغلب باید نامیدی خود را تخلیه کنند. همیشه فعالانه گوش کنید، مهم نیست چقدر نامعقول به نظر می‌رسند. با بازخورد گهگاهی به سخنان آنها، نشان دهید که آنچه را گفته‌اند پذیرفته‌اید. به عنوان مثال، از عباراتی مانند، "پس، به نظر می‌رسد که شما می‌گویید ... "آنچه من می‌شنوم ... " یا "آیا منظور شما این است؟" این رویکرد همچنین می‌تواند انتظارات غیرواقعی را که ممکن است پشت شکایت مشتری وجود داشته باشد، برجسته کند. حین مکالمه حضوری، مراقب زبان بدن خود باشید. بازوهای خود را باز نگه دارید و برای نشان دادن نگرش باز خود، تماس چشمی مناسب را حفظ کنید.

ممکن است دشوار به نظر برسد اما اگر شکایت مشتری شما واقعی است، یک عذرخواهی سریع می‌تواند جریان رفتار بد را متوقف کند و زمینه را برای یک رابطه بهتر فراهم سازد.

۴. محکم بایستید

با این حال، گاهی اوقات برای رساندن پیام خود باید قاطعانه‌تر عمل کنید. اگر مشتری همان نکات قبلی را تکرار می‌کند، یا اجازه نمی‌دهد شما صحبت کنید، باید قاطعانه پاسخ دهید. این کار را به وضوح و با اطمینان انجام دهید و به جزئیات موقعیت بپردازید؛ به خصوص اگر مشتری چیزهایی می‌گوید که در واقع اشتباه است، یا از شما می‌خواهد که بر خلاف قوانین عمل کنید. انجام این کار آسان نیست، اما یادآوری دلایل منطقی به مشتری می‌تواند مفید باشد، به خصوص اگر مسئولیت‌های کلیدی پست خود را انجام می‌دهید یا قوانین ایمنی و بهداشت را اجرا می‌کنید.

۵. مشکل را حل کنید

بهترین راه برای خلع سلاح یک مشتری بد رفتار این است که مشکل آن‌ها را حل کنید. از آنها بپرسید که چه راه حلی قابل قبولی دارند. به این ترتیب، مسیر مشخصی پیدا می‌کنید. به دنبال راه حل‌های سریع و ساده باشید. بسیاری از مشکلاتی که منجر به بی ادبی مشتری می‌شود قبلاً رخ داده است، بنابراین ممکن است شرکت شما سیاست‌هایی داشته باشد که به شما امکان دهد برای مثال بازپرداخت یا جایگزینی را ارائه دهید.

با این حال، حقیقت این است که ممکن است پاسخ آسانی برای مشکل مشتری وجود نداشته باشد. به‌ویژه در زمان‌های بحران، برخی افراد برای خدماتی که ممکن نیست یا بسیار دشوار است، فشار می‌آورند. سختی موقعیت را تصدیق کنید و موضع خود را به وضوح توضیح دهید و به آن پایبند باشید.

تأثیر سی‌ار ام در کنترل مشتریان بد رفتار چیست؟

CRM ابزاری قدرتمند در مدیریت مشتریان است که با استفاده از **تجزیه و تحلیل داده‌ها** و بهبود روابط با مشتریان، می‌تواند به کاهش مشکلات مرتبط با مشتریان بد رفتار کمک کند و به بهبود عملکرد کسب و کار منجر شود. CRM اوج ابری به کسب و کارها کمک می‌کند تا مشتریانی که به نحوی بد رفتاری می‌کنند، را شناسایی کنند. این مشتریان ممکن است به طور مکرر شکایت کنند یا رفتارهای ناپسند دیگری داشته باشند. با داشتن اطلاعات دقیق در مورد این مشتریان، کسب و کار می‌تواند بهبودی در خدمات ارائه شده به آنها ایجاد کند. با استفاده از اوج، کسب و کارها می‌توانند تاریخچه تعاملات با مشتریان را پیگیری کرده و همچنین اقداماتی مانند تماس‌ها، ایمیل‌ها و پیام‌ها را مدیریت کنند تا به مشتریان بد رفتار به طور موثرتر پاسخ داده شود.

با تجزیه و تحلیل داده‌های جمع‌آوری شده توسط CRM، کسب و کار می‌تواند در خدمات ارائه شده به مشتریان ارتقا پیدا کند. این اصلاحات ممکن است به کاهش تنش‌ها و افزایش رضایت مشتریان بد رفتار منجر شود. سی‌ار ام ابری اوج به کسب و کارها کمک کند تا رفتار آنی مشتریان را پیش‌بینی کرده و از آنها در جلب مشتریان بد رفتار جلوگیری کنند. با تجزیه و تحلیل داده‌های مشتریان، می‌توان اقدامات احتیاطی را انجام داد.

در نهایت، هدف از بررسی رفتار مشتریان، دستیابی به یک مشتری شناسی کامل است. این فرآیند به شما امکان می‌دهد تا مشتریان خود را به درستی طبقه‌بندی کرده و برای هر گروه، راهکارهای بازاریابی و فروش اختصاصی طراحی کنید.



دریافت PDF

دانلود PDF

پی دی اف این مقاله را می توانید جهت مطالعه در زمان دیگر با یک کلیک دانلود کنید.

صبا ضحیری / کارشناس تولید محتوا

علاقه مندی به دنیای فناوری و مدیریت کسب و کار در ساده سازی مفاهیم پیچیده و تبدیل آن ها به محتوای کاربردی همیشه مشوق من بوده است. با بررسی تازه ترین روندهای بازار و ترکیب آن با تجربه ای که در این راه همراهم شده است تلاش می کنم در ارتقای دانش و بهبود تصمیم گیری های شما تاثیر مثبتی داشته باشم.



نظرات کاربران

comments on "آموزش صفر تا صد رفتار درست با مشتری در کسب وکارها"

۸

امیرعلی حسن زاده ۱ سال قبل

به عنوان یک مدیر در رابطه با مشتری بد رفتار ابتدا باید به شکایات مشتری با گوش فرا دادن و بدون قضاوت پاسخ دهیم تا احساس کند مورد توجه قرار گرفته و صدایش شنیده می شود. سپس با استفاده از داده های موجود در نرم افزار CRM، نظیر تاریخچه تعاملات و ترجیحات مشتری، رفتار او را تحلیل کنیم و دلایل ناراضی را شناسایی کنیم. با ارائه راه حل های مناسب و شخصی سازی شده، می توانیم اعتماد مشتری را دوباره جلب کنیم و نشان دهیم که به ندرهای او اهمیت می دهیم. در نهایت، پیگیری های بعدی برای اطمینان از رضایت مشتری اهمیت دارد تا رابطه ای پایدار و مثبت برقرار کنیم.

پاسخ

۳۰

ارسام مشهدی ۱ سال قبل

تشکر از مقاله ای که ازته دادین و برای کسانی که چه کسب و کار کوچک چه بزرگ دارین خیلی مفید است.

پاسخ

دیدگاهتان را بنویسید

ایمیل

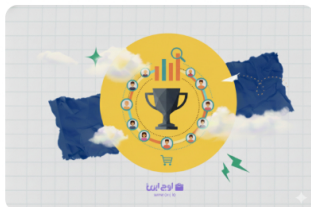
نام

دیدگاه *

☐ ذخیره نام، ایمیل و وبسایت من در مرورگر برای زمانی که دوباره دیدگاهی می نویسم.

فراستادن دیدگاه

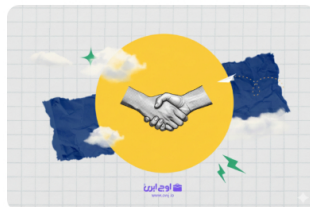
مقالات پیشنهادی



باشگاه مشتریان ۶ دقیقه، ۱۴۰۴/۰۹/۰۵

بررسی جامع باشگاه مشتریان در اقتصاد رقابتی

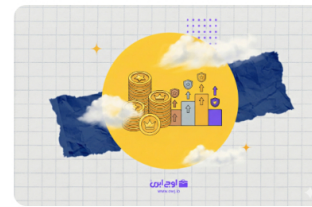
خلاصه مقاله: باشگاه مشتریان چیست؟ باشگاه مشتریان استراتژی است که کسب و کارهای موفق، خصوصاً آن هایی که با رقابت زیاد روبه رو هستند، از آن برای نگهداشت مشتریان ...



باشگاه مشتریان ۷ دقیقه، ۱۴۰۴/۰۹/۰۵

باشگاه مشتریان استاندارد و ویژگی های ضروری برای جذب و حفظ مشتریان

خلاصه مقاله: تعریف باشگاه مشتریان باشگاه مشتریان راه حلی برای وفادارسازی مشتریان است که با ارائه ی پاداش های متنوع تلاش می کند از ریزش مشتریان جلوگیری کند. در باشگاه های ...



باشگاه مشتریان ۷ دقیقه، ۱۴۰۴/۰۹/۰۹

نقش امتیازات و سطح بندی در جذب و نگهداشت مشتری در باشگاه مشتریان

خلاصه مقاله: امتیازات باشگاه مشتریان چیست؟ سیستم امتیازدهی و سطح بندی مشتریان در باشگاه مشتریان یک سازوکار برای هدایت رفتار مشتریان به سمت اقدام مد نظر کسب و کار ...



با ما در شبکه های اجتماعی در ارتباط باشید.

راه های ارتباطی

مشهد، دستقیب ۳۵، بین بیستون ۶ و ۸، پلاک ۳۴، طبقه ۲
ایمیل: info@amootsoft.com
شماره تماس: ۰۲۱-۹۱۳۰۳۷۰۰

شرکت

پشتیبانی
تماس با ما
مشاوره رایگان

منابع و راهنما

مقالات
کتابها
ویدیوها

CRM برای مشاغل

شرکت های بیمه
آژانس های مسافرتی
بنگاه های معاملاتی

ماژول ها و امکانات

مخاطبین
معاملات
پشتیبانی



شرکت های بازرگانی	مقایسه ها	درباره اوج ابری
رستوران ها و کافی شاپ ها	قیمت نرم افزار crm	نواق نامه
سالن ها و کلینیک های زیبایی	چیت CRM	قوانین و مقررات
مشاهده CRM برای شغل شما	دستگاه ذخیره شماره مشتری	سیاست حریم خصوصی

کارمندان
ساعت کارکرد
مدیریت فروش
مشاهده تمام مازول ها

هدیه شما فعال شد!
با هزینهی کمتر، بیشتر اوج بگیرید!
۲۰٪ شارژ هدیه
پکیج سالانه

