

KREATIVNI NASVET

Kako komunicirati v težkih situacijah, da ne izgubite kupcev

Izjemnega pomena je, da veste, kako komunicirati s stranko, ko ji zelenega ne morete dobaviti pravočasno.

Andreja Jernejčič, direktorica za piar, treninge javnega nastopanja in izobraževanje Lin&Nil



Foto: Barbara Reya

Številna podjetja se soočajo z izzivi, predvsem zaradi zamud pri dobavah, saj so odvisna od posrednikov in dobaviteljev. Svetovni krizi, kot sta pandemija in vojna, ustavljata nabavo stvari in materialov, zato prihaja do močnih dinamik in podražitev, kar vpliva na rok dobave. Izjemnega pomena je vedeti, kako v takšnih trenutkih komunicirati s stranko, ko ji zelenega ne bomo mogli dobaviti pravočasno, da še naprej ostane naš kupec in je ne izgubimo.

V kriznih situacijah je izjemno pomembna prijazna komunikacija, vključno z uporabo ustreznih besed in tona glasu.

Podjetja, dobavitelji, serviserji, gradbinci, trgovci in prodajalci zaradi nastale krize vse pogosteje ne morejo več (pravočasno) dobiti zelenih materialov. Ko stranke potrebujejo klimo, gradbeni material, računalniško opremo, za daljše dobave kar naenkrat nimajo več potrpljenja. Zaradi nepravočasnih dobav in zamujanj postanejo nejevoljne, prodajalec pa se boji izgubiti dolgoletnega kupca.

Prva stvar je razumevanje

Krizno situacijo rešujemo v več korakih. Prvi ključni stavek prodajalca v takšnih primerih je razumevanje ali, odvisno od situacije, tudi možnost potrditve. Če se nekdo razjezi, lahko pogovor uspešno

nadaljujemo le, če najprej pokažemo razumevanje, da s tem osebo umirimo. »Razumem vašo skrb, vaše razočaranje, vaš pomislek ...« ali: »Tudi sam bi podobno reagiral ...«

Poleg prijazne komunikacije z ustrežno izbiro besed je izrednega pomena še primeren način govora in topla obrazna mimika. Zelo pomemben je ton glasu, saj bomo, če povzdignemo glas, ko so oni razburjeni, konflikt le še stopnjevali. Kljub temu, da se nam to dogaja dnevno, moramo ostati strpni in prijazni. Razburjeno osebo najprej umirite in šele nato vas bo lahko slišala in poslušala.

Iskanje rešitve

Sledi iskanje rešitve. Stranki na primer ponudimo toplotno črpalko druge blagovne znamke v istem rangu ali pa avto iz salona, ker bo na novega čakala pol leta. Nujno je, da poudarimo kakovost nadomestnega predmeta. Če stranka sprejme ponujeno možnost, ima blago takoj dostavljeno in nima težav z možnimi zamudami ali podražitvami.

Če stranka vseeno želi izdelek ali material, ki ima dolg dobavni rok, to še enkrat povemo. Poudarite, da boste naredili vse, da bo dobava pravočasna, a da ni vse odvisno le od vas. Če imate dobre povezave s proizvajalcem, to omenite.

Pri določenih nabavah, ki bodo prišle pozneje, se ne ve, kakšna bo cena

dobavljenih stvari. Potrošnika opozorite tudi, če cena ni povsem jasna.

Stranka mora po pogovoru z vami dobiti občutek, da se boste zanjo maksimalno potrudili in da vam ni vseeno zanjo.

Ni mi vseeno za vas

Ko stranki potrdimo, da jo razumemo in ji podamo rešitev z umirjenim ter prijaznim stavkom, ji s tem sporočamo, da je dragocena, da nam ni vseeno zanjo in da jo razumemo. Občasno lahko vmes, seveda umirjeno in prijazno, rečete: »Ker ste mi dragoceni, ker mi ni vseeno za vas, iščem rešitev in bi vam rad pomagal«. To so besede, ki imajo, če so ustrezno povedane, izjemno močan pomen.

Biti prodajalec, posrednik, serviser ali ponudnik v tem primeru ni najlažja izbira. Dnevno vas bombardirajo, kdaj bo nekaj dostavljeno ... in velikokrat imate lahko vsega že dovolj. Takrat se nasmejte in prijazno odgovorite. Nasmeški delajo čudeže, prijaznost odpira vrata. ■

Informacije in prijava
na webinar

